



**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**  
**ТОВАРНА ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА ТА**  
**ПОЛІТИКА РОЗПОДІЛУ**  
(назва навчальної дисципліни)

**Ступінь вищої освіти:** магістр  
**Спеціальність:** 075 Маркетинг  
**Освітньо-професійна програма:** Маркетинг  
**Викладач:** Лагодієнко Володимир Вікторович, професор кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі, д.е.н., професор  
**Факультет:** Менеджменту, маркетингу та публічного адміністрування  
**Кафедра:** Маркетингу, підприємництва і торгівлі  
**Профайл викладача:** <http://marketing.ontu.edu.ua/sklad-kafedri/>  
**Контактна інформація:** volodymyr@wiktoriya.com, 048-7121164

**1. Загальна інформація**

Навчальна дисципліна викладається на першому курсі у першому семестрі: курс 1 - семестр 1

<b>Тип дисципліни</b>	обов'язкова			
<b>Мова викладання</b>	українська			
<b>Кількість кредитів - 5, годин - 150</b>				
<b>Аудиторні заняття, годин:</b>	всього	лекції	лабораторні	практичні
денна	50	26	24	-
заочна	10	6	4	-
<b>Самостійна робота, годин</b>				
денна	100			
заочна	140			
<b>Форма підсумкового контролю</b>	залік			

**2. Анотація навчальної дисципліни**

Інноваційна політика є основою сучасної товарної політики, оскільки шлях до ринку для товару починається з розробки та впровадження нової ідеї.

Товарна інноваційна політика - це процес пошуку ідеї та створення нового товару з урахуванням потреб споживачів, вихід нового товару на ринок, спостереження за його поведінкою на ринку.

Працівники маркетингових служб нині зобов'язані вміти опрацювати функціонально-економічне обґрунтування інноваційного продукту, давати кваліфіковані рекомендації щодо дизайну та стилю нового товару, використовувати сучасні методи та прийоми генерування ідей для розробки концепції інноваційних продуктів.

Мета товарної інноваційної політики – опанування інноваційних підходів у процесі розробки та здійснення товарної політики; набуття навичок ефективного використання результатів наукових досліджень та використання засобів сучасного маркетингу нововведень для створення конкурентоспроможних товарів.

Політика розподілу - це діяльність підприємства з планування, реалізації та контролю руху продукту від виробника до кінцевого споживача з метою задоволення потреб споживачів та отримання прибутку.

Основна мета політики розподілу - організація ефективного збуту виготовленої продукції, тобто, доведення продукту до кінцевого споживача в максимально зручній для нього формі, у найкоротший час і з максимальним економічним ефектом для самого підприємства.

Товарна інноваційна політика та політика розподілу є складовими стратегічного менеджменту та маркетингового менеджменту підприємства.

