

Дисципліна «*Маркетинг інновацій*» розширює і доповнює основні засади маркетингу як філософії сучасного бізнесу, розкриває специфіку маркетингової підтримки інноваційних товарів і таким чином дає можливість студентам отримати ґрунтовні знання і навички практичного застосування маркетингової концепції управління у майбутній діяльності менеджерів інноваційної діяльності.

*Мета* вивчення дисципліни «Маркетинг інновацій» – більш глибоке засвоєння студентами теоретичних основ маркетингової діяльності інноваційного підприємства на конкурентному ринку, а також опанування ними сучасних методик проведення маркетингових досліджень, аналізу маркетингового середовища, розроблення ефективної продуктової, цінової, збутової та комунікаційної політики підприємств, що пропонують інновації.

Дисциплина «*Маркетинг инноваций*» расширяет и дополняет основные положения маркетинга как философии современного бизнеса, раскрывает специфику маркетинговой поддержки инновационных товаров и таким образом дает возможность студентам получить фундаментальные знания и навыки практического применения маркетинговой концепции управления в будущей деятельности менеджеров инновационной деятельности.

*Цель* изучения дисциплины «Маркетинг инноваций» – более глубокое усвоение студентами теоретических основ маркетинговой деятельности инновационного предприятия на конкурентном рынке, а также овладение ими современных методик проведения маркетинговых исследований, анализа маркетинговой среды, разработки эффективной продуктовой, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики предприятий, производящих инновации.

The course "*Marketing of Innovations*" expands and supplements the basic principles of marketing as a modern business philosophy, reveals the specific marketing's support of innovative products and thus enables students to acquire the fundamental knowledge and skills of practical application of marketing management concept in the future activity of innovation managers.

*The purpose* of the study of the discipline "Marketing Innovation" is a deeper assimilation by students of the theoretical foundations of the innovative enterprise marketing activity in a competitive market, as well as the mastery of modern methods of conducting the marketing research, analysis, marketing environment, the development of effective product, pricing, distribution and communication policy of the enterprises that produce innovations.