



МІНІСТЕРСТВО ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра менеджменту, маркетингу та забезпечення якості у фармації

ТОВАРНА ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА



1

Мета: навчання здобувачів вищої освіти засадам товарної інноваційної політики, формування знань щодо базових категорій товарної інноваційної політики та принципам формування головних напрямів розширення функцій маркетингу у стратегічному плануванні інноваційного процесу для створення комерційно-успішних товарів

2

Основні завдання: вивчення теоретичних понять, категорій, систем, інструментарію, алгоритмів та тенденцій сучасного управління товарною інноваційною політикою, особливостей управління асортиментом та якістю інноваційного продукту, оцінювання його комерційних перспектив, завдань планування та організації створення нового товару, сучасних методів генерування ідей, основних принципів та етапів функціонально-вартісного аналізу та ін.

3

Предмет: процеси, методи, засоби управління товарною інноваційною політикою підприємств в умовах ринку з метою забезпечення їх ефективного функціонування та максимального задоволення потреб споживачів.

ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА

Змістовий модуль 1. Товарна інноваційна політика: теоретичні основи та їх характеристика

Тема 1. Товарна інноваційна політика підприємства, її сутність, складові

Тема 2. Новий товар в концепції маркетингу та його властивості

Тема 3. Управління якістю товарів і послуг

Тема 4. Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту

Змістовий модуль 2. Комплекс розробки та реалізації товарної інноваційної політики

Тема 5. Планування та організація створення нового товару

Тема 6. Сучасні методи та засоби генерування ідей

Тема 7. Функціонально-вартісне обґрунтування інноваційного продукту

Тема 8. Дизайн нового товару

Тема 9. Ризики товарної інноваційної діяльності

Тема 10. Комплексна оцінка ефективності товарної інноваційної політики

Ви дізнаєтеся про:

- методики, принципи планування та оцінки наукового дослідження; індикатори соціально-економічного розвитку галузей економіки та ринку, у т.ч. у глобальному контексті;
- роль та завдання інноваційної політики,
- види інновацій та моделі інноваційного процесу,
- особливості інноваційного підприємництва,
- вплив держави на розвиток інновацій,
- поняття нового товару та послуги,
- основні поняття і показники якості продукції, методи оцінки її рівня,
- сутність маркетингового забезпечення інноваційного процесу,
- етапи планування нового продукту,
- сучасні методи генерування ідей,
- принципи, етапи та значення функціонально-вартісного аналізу,
- показники та методи оцінки загальної економічної ефективності інновацій, види інноваційного ризику та методи його зниження,
- роль технічної естетики та ергономіки в підвищенні конкурентоспроможності нового товару

Ми навчимо вас:

- обґрунтовувати методологію наукових і маркетингових досліджень, здійснювати вибір методик проведення наукового дослідження; використовувати методи математичного аналізу і моделювання, теоретичного і експериментального дослідження;
- давати ринкову та соціально-економічну оцінку інновацій та пояснювати основні напрямки їх розвитку;
- визначати фактори, які впливають на розвиток інноваційних процесів;
- подавати у вигляді схеми моделі інноваційного процесу;
- представляти та аналізувати основні джерела фінансування інноваційних проектів;
- описувати взаємозв'язок життєвого циклу інновації та товару;
- обчислювати та аналізувати показники здатності підприємства до оновлення продукції;
- аналізувати показники якості нового товару;
- розраховувати та аналізувати витрати на якість;
- аналізувати критерії оцінки нового продукту;

Ми навчимо вас:

- обирати інноваційні стратегії;
- обґрунтовувати функції та завдання служб маркетингу у формуванні товарної інноваційної політики;
- проводити маркетингове дослідження нового товару;
- обґрунтовувати економічну доцільність впровадження нового продукту;
- виконувати оцінку ідей про новий продукт;
- розкривати сутність етапів генерування ідей;
- здійснювати функціонально-вартісний аналіз нового продукту;
- надавати економічне обґрунтування інновацій з урахуванням можливих ризиків;
- використовувати теоретичні знання щодо використання технічної естетики та ергономіки в забезпеченні конкурентоспроможності нового товару;
- аналізувати естетичні показники для окремих видів товарів



Шановні здобувачі!

**Кафедра менеджменту, маркетингу та забезпечення якості у
фармації запрошує вас на вивчення освітнього компонента
«Товарна інноваційна політика»**

Контакти

Телефон – (0572)-67-91-72

E-mail: fmmqaph@nuph.edu.ua

Сайт - <https://fmmqaph.nuph.edu.ua/>

ДЯКУЮ ЗА УВАГУ!



Національний фармацевтичний університет
вул. Григорія Сковороди (вул. Пушкінська), 53, м. Харків, 61002

E-mail: mail@nuph.edu.ua
<https://nuph.edu.ua>