

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**Кафедра маркетингу**

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
«ТОВАРНА ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА»**

(вибіркова фахова навчальна дисципліна)

освітньо-професійна програма Маркетинг  
спеціальність 075 Маркетинг  
галузь знань 07 Управління та адміністрування  
освітній ступінь магістр

Навчально-науковий інститут економіки,  
управління, права та інформаційних технологій

Розробник: Боровик Тетяна – доцент кафедри маркетингу, к.е.н., доцент

Полтава  
2023/2024 н.р.

## Опис навчальної дисципліни та інформація про розробника

<b>Назва навчальної дисципліни</b>	«Товарна інноваційна політика»
<b>Місце в індивідуальному навчальному плані здобувача вищої освіти</b>	вибіркова фахова навчальна дисципліна
<b>Назва структурного підрозділу</b>	Кафедра маркетингу
<b>Контактні дані розробників, які залучені до викладання</b>	Викладач: Боровик Тетяна, к.е.н., доцент Контакти: ауд. 462 (навчальний корпус № 4) e-mail: tetiana.borovyk@pdaa.edu.ua тел. (050) 941-32-31 сторінка викладача <a href="https://www.pdaa.edu.ua/people/borovyk-tetyana-viktorivna">https://www.pdaa.edu.ua/people/borovyk-tetyana-viktorivna</a>
<b>Рівень вищої освіти</b>	Другий (магістерський) рівень
<b>Спеціальність Освітня програма</b>	075 Маркетинг ОПП Маркетинг
<b>Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни</b>	Базові знання з: «Маркетинг», «Маркетинг послуг», «Маркетингова збутова політика», «Маркетингова товарна політика», «Маркетингові дослідження», «Маркетингові комунікації».

### Заплановані результати навчання:

**Мета вивчення навчальної дисципліни:** формування професійних компетентностей щодо теоретичних та практичних основ товарної інноваційної політики підприємств, розвиток у студентів ключових компетенцій в області планування та створення нового продукту підприємства, оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту, оволодіння навиками дослідження щодо розробки товарної інноваційної політики підприємств, вміння приймати ефективні стратегічні та тактичні рішення щодо товарної інноваційної політики підприємств.

**Основні завдання навчальної дисципліни:** набуття цілісної системи знань про: базові знання щодо товарної інноваційної політики підприємств, поняття інновацій, класифікації інновацій, життєвого циклу інновацій; показати значення розробки нової продукції для товарної політики підприємств та розглянути аспекти планування продукції та етапи розробки нового товару; навчити головним методам рішення інноваційних задач; засвоїти навички аналітичної, креативної та інноваційної діяльності щодо товарною інноваційною політикою підприємств.

### **Компетентності:**

*Загальні:*

ЗК 2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК 7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

*Фахові:*

ФК 4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.

### **Програмні результати навчання:**

ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.

## Програма та структура навчальної дисципліни

### Програма навчальної дисципліни:

- Тема 1.** Товар та його властивості.  
**Тема 2.** Управління товарним асортиментом.  
**Тема 3.** Техніко-економічні показники і методи оцінки якості продуктових інновацій.  
**Тема 4.** Дизайн нового товару.  
**Тема 5.** Планування та організація створення нового продукту.  
**Тема 6.** Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту.  
**Тема 7.** Сучасні методи та засоби генерування ідей.  
**Тема 8.** Управління якістю товарів та послуг.  
**Тема 9.** Функціонально-вартісне обґрунтування інноваційного продукту.  
**Тема 10.** Формування інноваційної стратегії підприємства.

### **Структура (тематичний план) навчальної дисципліни**

Назви тем	Кількість годин			
	денна форма 075МАР мд 2022			
	усього	у тому числі		
л		п	с.р.	
Тема 1. Товар та його властивості.	12	2	2	8
Тема 2. Управління товарним асортиментом.	12	2	2	8
Тема 3. Техніко-економічні показники і методи оцінки якості продуктових інновацій.	12	-	4	8
Тема 4. Дизайн нового товару.	12	2	2	8
Тема 5. Планування та організація створення нового продукту.	12	2	2	8
Тема 6. Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту.	12	2	4	6
Тема 7. Сучасні методи та засоби генерування ідей.	12	2	2	8
Тема 8. Управління якістю товарів та послуг.	12	-	2	10
Тема 9. Функціонально-вартісне обґрунтування інноваційного продукту.	12	2	2	8
Тема 10. Формування інноваційної стратегії підприємства.	12	2	2	8
<b>Усього годин</b>	<b>120</b>	<b>16</b>	<b>24</b>	<b>80</b>

### **Оцінювання результатів навчання: Форми контролю результатів навчання Денна форма навчання 075МАР мд 2022**

Програмні результати навчання	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти				Разом
	виконання практичного завдання	розв'язування тестів	підготовка презентації	розробка кросворду	
ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.	40	20	20	20	100
Разом	40	20	20	20	100

### Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Назва теми	Форми оцінювання <b>результатів навчання</b> здобувачів вищої освіти				Разом по темі
	Виконання практичного завдання	Розв'язування тестів	Самостійна робота		
			Підготовка презентації	Розробка кросворду	
Тема 1. Товар та його властивості.	4	2			6
Тема 2. Управління товарним асортиментом.	4	2			6
Тема 3. Техніко-економічні показники і методи оцінки якості продуктових інновацій.	4	2			6
Тема 4. Дизайн нового товару.	4	2			6
Тема 5. Планування та організація створення нового продукту.	4	2	10	10	26
Тема 6. Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту.	4	2			6
Тема 7. Сучасні методи та засоби генерування ідей.	4	2			6
Тема 8. Управління якістю товарів та послуг.	4	2			6
Тема 9. Функціонально-вартісне обґрунтування інноваційного продукту.	4	2			6
Тема 10. Формування інноваційної стратегії підприємства.	4	2	10	10	26
<b>Разом</b>	<b>40</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

### Форма, шкала та критерії оцінювання результатів навчання при проведенні поточного і семестрового контролю успішності здобувачів вищої освіти 075МАР\_мд\_2022

Форми оцінювання	Шкала, критерії оцінювання
- виконання практичного завдання	<b>від 0 до 4:</b> 3,1-4,0 балів: відповіді правильні, обґрунтовані, осмислені та характеризують наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні. Відповідь характеризує уміння виявляти та розв'язувати проблему, інтегрувати знання; провадити інноваційну та наукову діяльність та повністю відображає визначений результат навчання за темою; 2,1-3,0 бали: відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обґрунтована та осмислена, характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності та неповноту засвоєння результату навчання; 0-2,0 бали – відповідь демонструє нечіткі уявлення студента про об'єкт вивчення, характеризує застосування знань при виконанні завдань за зразком, але з неточностями.
- розв'язування тестів	<b>від 0 до 2:</b> по 0,2 за кожен вірний тест. тести на практичному занятті розраховані на індивідуальне виконання.
- розробка кросворду	<b>від 0 до 10:</b> (по 1 балу за кожен правильну відповідь); «Вчу, навчаючи» (протягом вивчення навчальної дисципліни студент

Форми оцінювання	Шкала, критерії оцінювання
	обов'язково виконує по 2-х програмних результатах навчання за будь якою темою на вибір 1 кросворд на 10 слів (всього за курс – 2 кросворди) відповідно до завдань самостійної роботи та обмінюються ними на занятті, перевіряють та виставляють бали, демонструючи спеціальні компетентності творчої та навчальної роботи).
- підготовка презентації	<b>від 0 до 10:</b> протягом вивчення навчальної дисципліни студент обов'язково виконує по 2-х програмних результатах навчання за будь якою темою на вибір 1 презентацію (всього за курс – 2 презентації). 9-10 балів – зміст презентації відповідає темі та результату навчання; наявність творчого підходу складання презентації; якісно підготовлена практична розробка, дотримані всі вимоги щодо технічного й естетичного оформлення роботи і орфографічного стандарту, наявності електронного (на носіїві) матеріалу презентації. 7-8 балів – наявність незначних недоліків у відповідності теми презентації заявленому результату навчання, виконанні презентації та її оформленні. 0-6 бали – наявність суттєвих недоліків або ж повній невідповідності теми презентації результату навчання, вимогам щодо обсягу, оформлення та викладу змісту презентації.

### **Трудовісткість:**

Загальна кількість годин – 120 год.

Кількість кредитів – 4.

Форма семестрового контролю – залік.

### **Політика оцінювання**

*Політика щодо дедлайнів та перескладання:* здобувач вищої освіти зобов'язаний дотримуватись крайніх термінів (дата для аудиторних видів робіт або час в системі дистанційного навчання LMS Moodle), до яких має бути виконано певне завдання. Роботи, які здаються з порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-30%).

*Політика щодо відвідування:* відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, не дозволяються пропуски занять та запізнення з неповажних причин. Здобувачі освіти повинні приймати активну участь під час проведення занять, виконувати необхідний мінімум навчальної роботи. Обов'язкове вимкнення мобільних девайсів під час відвідування занять в аудиторії. В умовах впровадження дистанційної форми навчання за наявності об'єктивних причин (наприклад, лікарняні, індивідуальний графік, знаходження на карантині тощо) та за узгодженням з викладачем, освоєння навчальної дисципліни здобувачами вищої освіти може здійснюватися самостійно, на засадах академічної доброчесності. При цьому щотижня здобувач вищої освіти має звітувати через електронну пошту або через систему дистанційного навчання LMS Moodle про стан виконання завдань та раз на тиждень – за графіком консультацій – виходити на онлайн-консультацію.

*Політика щодо академічної доброчесності:* здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету. Документи стосовно академічної доброчесності наведені на сторінці АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ ПДАУ: <https://www.pdaa.edu.ua/content/akademichnadobrochesnist>. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.

### **Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни:**

Презентації, відеоматеріали.

## **Рекомендовані джерела інформації:**

### **Основні**

1. Ілляшенко С. Інструменти і методи комерціалізації інноваційної продукції : колект. монографія. Київ : Центр наукової літератури. 2018. 382 с.
2. Ковальчук С. В., Карпенко В. Л. , Фесенко Т. С. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник. Новий світ – 2000, 2020. 174 с.
3. Морохова В. О., Смолич Д. В. Товарна інноваційна політика [Текст] : навч. посіб. Луцьк : Вежа-Друк, 2017. 248 с.
4. Окландер М., Кірносорова М. Маркетингова товарна політика: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 248 с.

### **Допоміжні**

1. Балабанова Л., Холод В., Балабанова І. Маркетинг підприємства : підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 612 с.
2. Балабанова Л., Холод В., Балабанова І. Стратегічний маркетинг : підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 612 с.
3. Боровик Т.В., Решетнікова О.В., Сімон А.О.Фактори розвитку конкурентоспроможності підприємства. Економічний простір: Збірник наукових праць № 159, Дніпро: ПДАБА, 2020. С.107-111
4. Боровик Т.В. Фулфілмент у логістичній інфраструктурі вітчизняної торгівлі. Маркетингове забезпечення продуктового ринку. Збірник тез XIII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Полтава, 18 травня 2021 року). Полтава: ПДАА. 2021. С. 22-25
5. Боровик Т.В. Основні тенденції застосування аутсорсингу на ринку логістичних послуг в Україні. Збірник наукових праць науково-практичної конференції професорсько-викладацького складу Полтавської державної аграрної академії за підсумками науково-дослідної роботи в 2020 році (м. Полтава, 14 травня 2021 року). – Полтава : РВВ ПДАА, 2021. С.6-8
6. Карпенко Н. Маркетингова діяльність підприємств. Сучасний зміст : монографія. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 252 с.
7. Косар Н.С. Маркетингові дослідження / Н.С. Косар, О.Б. Мних, Є.В. Крикавський, С.В. Леонова. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018. 460 с.
8. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу : підручник. Київ: Діалектика, 2020. 880 с.
9. Кочкіна Н. Ю. Управління маркетингом : навч. посібник. Київ: Інтерсервіс, 2019. 368 с.
10. Литовченко І., Пилипчук В. Інтернет-маркетинг: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 184 с.
11. Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 284 с.
12. Парсяк В.Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології: підручник. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2017. 326 с.
13. Савич О. Управління маркетинговою діяльністю автовиробників на світовому ринку: монографія. Київ : КНЕУ, 2017. 244 с.
14. Сатир Л.М., Кепко В.М., Стаднік Л.І. Консалтинг – ефективний інструмент організації інноваційної політики підприємницької діяльності. Бізнес-навігатор. 2020. Вип. 3 (59) 2020. С. 119-124. (кат. Б).
15. Сатир Л.М., Кепко В.М., Стаднік Л.І. Стратегічний аналіз формування інноваційних інструментів товарознавства та комерційної діяльності з метою реалізації екологічно чистої продукції. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: Економічні науки, 2020, Вип. 12, №44 – подано до друку.
16. Стаднік Л. І., Шевченко А. О. Інноваційна цінова політика як елемент консалтингу в системі управління поведінкою споживачів. Економіка та держава. 2020. № 8. С. 66 –70. (кат. Б).
17. Стаднік Л. І., Шевченко А. О. Консалтингова діяльність у системі ф'ючерсної торгівлі як форма організації інноваційної товарної та цінової політики. Бізнес- Інформ. 2020. №8. С.46–52.

### Інформаційні ресурси мережі Інтернет

1. Державне агентство з питань електронного урядування України. URL: <https://ukc.gov.ua/derzhavne-agentstvo-z-pytan-elektronnogo-uryaduvannya-rozpochynaе-kampaniyu-trymaj-poradu-vid-susida/>
2. Законодавство України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws>
3. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства. URL: <https://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>
4. Регіони України: статистичний щорічник. URL : <https://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського: Офіційний сайт. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
6. Державна служба статистики України: Офіційний сайт. URL: <https://ukrstat.gov.ua/>
7. Міністерство аграрної політики та продовольства України: Офіційний сайт. URL: <https://minagro.gov.ua/>
8. Електронний репозитарій ПДАУ: URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/5101>