

СИЛАБУС
навчальної дисципліни
«Товарна інноваційна політика»

Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Код і найменування спеціальності, тип і назва освітньої програми	075 Маркетинг освітньо-професійна програма Маркетинг
Статус навчальної дисципліни	Вибіркова фахова навчальна дисципліна
Курс, семестр	2 курс, 3 семестр.
Трудомісткість	Загальна кількість годин – 120 год. Кількість кредитів – 4,0.
Мова(и) викладання	державна
ННІ кафедра	Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій Кафедра маркетингу
Контактні дані розробника(ів)	 <p>Викладач: Боровик Тетяна, к.е.н., доцент Контакти: ауд. 462 (навчальний корпус № 4) tetiana.borovyk@pdaa.edu.ua сторінка викладача: https://www.pdaa.edu.ua/people/borovyk-tetyana-viktorivna</p>
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.
Компетентності	загальні: ЗК 2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК 7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. спеціальні (фахові): ФК 4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.
Результати навчання	ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.

<p>Методи навчання</p>	<p>1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності: словесні методи: <i>лекція, розповідь-пояснення; бесіда;</i> наочні методи: <i>ілюстрування; демонстрування;</i> практичні методи: <i>вправи; практичні роботи; робота з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування, підготовка реферату/доповіді;</i></p> <p>2. Методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності методи формування пізнавальних інтересів: <i>створення ситуації інтересу та новизни навчального матеріалу; метод використання життєвого досвіду; навчальні дискусії для вирішення проблемної ситуації.</i></p> <p>3. Інноваційні та інтерактивні методи навчання: інтерактивні методи: <i>дискусії, диспути, проектування професійних ситуацій, кейс-метод.</i> комп'ютерні і мультимедійні методи: <i>використання мультимедійних презентацій; дистанційне навчання.</i></p> <p>4. Методи контролю і самоконтролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності: методи усного контролю: <i>опитування, бесіда, доповідь;</i> методи письмового контролю: <i>письмове виконання практичних завдань, самостійна робота, творче завдання, розв'язування тестів.</i></p>
<p>Програма навчальної дисципліни</p>	<p>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 в агробізнесі.</p>
<p>Стратегія оцінювання результатів навчання</p>	<p>Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами вивчення тем та курсу оцінюються у відповідності до форм поточного та семестрового оцінювання результатів навчання. Формами поточного контролю знань здобувачів вищої освіти є: розв'язування тестів; виконання практичних завдань; виконання завдань самостійної роботи; реферати; презентації. Форма семестрового контролю – залік.</p>
<p>Політика навчальної дисципліни</p>	<p>1. Академічна доброчесність Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету. 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); посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства</p>

	<p>про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.</p> <p>2. Академічна мобільність Є можливість опанування даної навчальної дисципліни за програмами академічної мобільності (внутрішньої/міжнародної) за наявними укладеними угодами (договорами) між Університетом та закладом-партнером та/або індивідуальними запрошеннями. Визнання та перезарахування результатів такого навчання відбувається спеціально створеною комісією на підставі поданих здобувачем вищої освіти відповідних документів з використанням Європейської кредитно-трансферної системи. Організаційні процеси навчання за програмами академічної мобільності регламентуються Положенням про академічну мобільність здобувачів вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.</p> <p>3. Неформальна/інформальна освіта На здобувачів вищої освіти поширюється право про визнання результатів навчання, набутих у неформальній/інформальній освіті перед опануванням даної освітньої компоненти. Визнання набутих результатів навчання або відмова у їх визнанні. Набуття відповідних результатів навчання можливе після успішного опанування курсів (з документальним підтвердженням) на різноманітних навчальних платформах, зокрема: Prometheus, Coursera тощо. Особливості неформального/інформального навчання регламентовані Положенням про порядок визнання результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті, здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.</p> <p>4. Дедлайни та перескладання Виконання завдань з порушенням термінів без поважних причин оцінюється на нижчій на 25% бал. Перескладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату.</p>
<p>Передумови для вивчення навчальної дисципліни (за потреби)</p>	<p>Передумовою для вивчення навчальної дисципліни «Логістичний менеджмент» є досягнуті результати навчально-пізнавальної діяльності при формуванні відповідних компетентностей при вивченні дисциплін: «Інноваційний розвиток підприємства», «Маркетинговий аналіз», «Брендинг», «Стратегічний маркетинг».</p>
<p>Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни (за потреби)</p>	<p>Презентації, відеоролики</p>
<p>Рекомендовані джерела інформації</p>	<p style="text-align: center;">Основні</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Балабанова Л., Холод В., Балабанова І. Маркетинг підприємства : підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 612 с. 2. Біловодська О.А., Журилко В.В. Маркетингова товарна політика. Практикум. Київ. Центр учбової літератури, 2023. 236 с. 3. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С. Товарна інноваційна політика. Підручник. Університетська книга, 2023. 281 с. 4. Ковальчук С. В., Карпенко В. Л. , Фесенко Т. С. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник. Новий світ – 2000, 2020. 174 с. 5. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу : підручник. Київ: Діалектика, 2020. 880 с.

6. Окландер М., Кірносорова М. Маркетингова товарна політика: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 248 с.

Допоміжні

7. Ivan Tereshchenko, Viktoriia Danylenko, Tatyana Borovyk, Olena Maiboroda. Innovative approach to the development and increase of the efficiency of marketing in social networks. Маркетинг і цифрові технології. Том 6 № 4 (2022) URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/275/174>

8. Svitlana Sytniakivska, Nataliia Seiko, Nadiia Pavlyk, Tetiana Borovyk, Nadiia Yurkiv, Serhii Tereshchenko, Ilona Rozhko (2022). Methods of evaluation of the latest educational technologies: Marketing aspect. Journal of Hygienic Engineering and Design, Vol. 41, pp. 363-374
<http://eprints.zu.edu.ua/36408/1/1679922410842176.pdf>

9. Samoilyk Iuliia, Borovyk Tatiana, Danylenko Viktoria, Diadyk Tetiana, THE ECONATURAL, ECONOMIC AND MARKETING POTENTIAL OF THE ORGANIC PRODUCTION DEVELOPMENT IN THE WORLD. Security of the XXI century: national and geopolitical aspects. Issue 3: collective monograph / in edition I. Markina. Nemoros s.r.o., 2021. P. <https://dspace.pdau.edu.ua/items/34f45d73-778f-4029-af07-78f818fd8398>

10. Iuliia Samoilyk, Tatiana Borovyk, Viktoria Danylenko. THE AGRI-FOOD MARKET CONJUNCTURE UNDER THE ECONOMIC GLOBALIZATION CONDITIONAL: ECONOMIC, MARKETING, ENVIRONMENTAL COMPONENTS. Management of the 21st century: globalization challenges. Issue 3. Collective monograph. Nemoros s.r.o. Prague, 2020. P.101-108
<http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/8439>

11. Балабанова Л., Холод В., Балабанова І. Стратегічний маркетинг : підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 612 с.

12. 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.
<http://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/630>

13. Карпенко Н. Маркетингова діяльність підприємств. Сучасний зміст: монографія. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 252 с.

14. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу: підручник. Київ: Діалектика, 2020. 880 с.

15. Кочкіна Н. Ю. Управління маркетингом: навч. посібник. Київ: Інтерсервіс, 2019. 368 с.

16. Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 284 с.

17. Самойлик Ю.В., Боровик Т. В., Вернигора М. В. Стратегія інноваційного розвитку агропродовольчого сектору економіки в умовах глобалізації загроз і викликів. Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Економічні науки № 3 (66) (2022). С.21-28. Фахове видання в Україні. Index Copernicus (IC), Google Scholar
<http://journals.maup.com.ua/index.php/economics/article/view/2227>

18. 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).

19. 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).

20. 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.

21. Терещенко І.О., Боровик Т.В., Майборода О.В. Таргетингова реклама як інструмент реалізації маркетингової комунікаційної політики підприємств. Науковий погляд: економіка та управління. 2022. №3 (79). С. 90-97.

<http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/13455>

Інформаційні ресурси

22. Нормативно-правова база України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>

23. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського: Офіційний сайт: URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>.

24. Митний кодекс України: Закон України від 13.03.2012 № 4495-VI(поточна редакція від 15.05.2021 р.) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>

25. Електронний репозитарій ПДАУ: URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/5101>

26. Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України URL: www.me.gov.ua

27. Офіційний сайт Державної служби статистики України URL: www.ukrstat.gov.ua

28. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України <http://sfs.gov.ua/>

29. Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України. URL: <http://www.mtu.gov.ua/>;

Офіційний сайт торгово-промислової палати України. URL: <http://www.ucci.org.ua/ua/main.html>

Рік введення

2023