

ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра маркетингу

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
Іван ТЕРЕЩЕНКО
«01» вересня 2025 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
(обов'язкова навчальна дисципліна)

МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА ІНЖИНЕРНИХ РОЗРОБОК

освітньо-професійна програма	Машини та обладнання сільськогосподарського виробництва
спеціальність	133 Галузеве машинобудування
галузь знань	13 Механічна інженерія
рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
факультет	інженерно-технологічний

Полтава
2027-2028 н.р.

Робоча програма навчальної дисципліни Маркетингова товарна політика інженерних розробок для здобувачів вищої освіти за освітньо-професійною програмою Машини та обладнання сільськогосподарського виробництва, спеціальності 133 Галузеве машинобудування

Мова викладання: державна

Розробник: Писаренко Володимир, професор кафедри маркетингу, д.е.н., професор
«01» вересня 2025 року



Володимир ПИСАРЕНКО

Схвалено на засіданні кафедри маркетингу,
протокол від 01 вересня 2025 року № 1

Погоджено гарантом освітньої програми Машини та обладнання сільськогосподарського виробництва
«01» вересня 2025 року



Олександр КАНІВЕЦЬ

Схвалено головою ради з якості вищої освіти спеціальності «Машинобудування»
протокол від 01 вересня 2025 року № 1



Руслан ХАРАК

1. Опис навчальної дисципліни

Елементи характеристики	Денна форма навчання
Загальна кількість годин	120
Кількість кредитів	4
Місце в індивідуальному навчальному плані здобувача вищої освіти	обов'язкова
Рік навчання (шифр курсу)	4/133 ГМ бд 2024
Семестр	8-ий
Лекції (годин)	22
Практичні (годин)	18
Самостійна робота (годин)	80
Форма семестрового контролю	екзамен

2. Мета вивчення навчальної дисципліни

Формування у студентів системи знань, умінь та навичок, необхідних для обґрунтування, формування і реалізації товарної політики інженерних продуктів (технологій) на B2B-ринках протягом усього їх життєвого циклу. Дисципліна спрямована на: розуміння сутності інженерної розробки як товару (формування уявлення про споживчу цінність, рівні товару, позиціонування, життєвий цикл, вимоги клієнта та критерії вибору технічного рішення); розвиток компетенцій ринкового аналізу та прийняття продуктових рішень (навчання сегментації ринку, аналізу конкурентів, визначенню цільових сегментів, вибору продуктових характеристик, комплектації та сервісу з урахуванням потреб замовника й обмежень виробництва); формування навичок управління продуктовим портфелем і асортиментом (опрацювання підходів до створення лінійок, модульності, платформних рішень, планування модифікацій та оновлень продукту); інтеграцію технічних і маркетингово-економічних підходів (поєднання інженерних знань із маркетинговими інструментами для підготовки ціннісної пропозиції, техніко-комерційного обґрунтування та підтримки рішень щодо комерціалізації); правову, етичну та відповідальну поведінку в комерціалізації (набуття знань щодо інтелектуальної власності, ліцензування, дотримання академічної доброчесності, етичних принципів взаємодії з партнерами та клієнтами, врахування екологічних аспектів життєвого циклу виробу).

3. Передумови для вивчення навчальної дисципліни

Передумовою для вивчення дисципліни є досягнуті результати навчально-пізнавальної діяльності при формуванні відповідних компетентностей при вивченні таких дисциплін як: «Економіка підприємства», «Розрахунок та конструювання машин» які є основою для розуміння технічних і економічних аспектів машинобудування. Попереднє вивчення дисциплін, пов'язаних з економікою, машинобудуванням, конструюванням машин, забезпечує технічну базу для розуміння управлінських і маркетингових процесів у галузі

4. Компетентності:

загальні:

ЗК 4. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 5. Здатність генерувати нові ідеї (креативність)

ЗК 10. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій

фахові:

ФК 4. Здатність втілювати інженерні розробки у галузевому машинобудуванні з урахуванням технічних, організаційних, правових, економічних та екологічних аспектів за усім життєвим циклом машини: від проектування, конструювання, експлуатації, підтримання працездатності, діагностики та утилізації.

5. Програмні результати навчання

ПРН 7. Готувати виробництво та експлуатувати вироби, застосовуючи автоматичні системи підтримування життєвого циклу

ПРН 12. Застосовувати засоби технічного контролю для оцінювання параметрів об'єктів і процесів у галузевому машинобудуванні.

Співвідношення програмних результатів навчання із очікуваними результатами навчання

Програмний результат навчання (визначений освітньою програмою)	Очікувані результати навчання навчальної дисципліни
ПРН 7. Готувати виробництво та експлуатувати вироби, застосовуючи автоматичні системи підтримування життєвого циклу.	- розуміти роль автоматизованих систем підтримування життєвого циклу виробу у підготовці виробництва, просуванні та експлуатаційному супроводі інженерних розробок як товару; - аналізувати вимоги ринку (замовника) та трансформувати їх у вимоги до виробу, документації і сервісу з урахуванням етапів життєвого циклу та цифрового супроводу даних; - планувати підготовку виробництва інженерного виробу (структура виробу, маршрутні процеси, технічні умови, комплектність, вимоги до якості) із застосуванням автоматизованих систем керування даними та процесами; - обґрунтовувати товарні рішення (комплектція, модифікації, рівень сервісу, гарантійні умови) на основі даних життєвого циклу: надійності, ремонтпридатності, витрат володіння, відмов і зворотного зв'язку від експлуатації; - організовувати експлуатаційний супровід виробів через цифрові інструменти (облік технічного стану, управління запасними частинами, ведення сервісної документації) та використовувати ці дані для вдосконалення продукту; - забезпечувати простежуваність і відповідність (стандартизація, сертифікаційні вимоги) упродовж життєвого циклу виробу з використанням автоматизованих систем; - презентувати та аргументувати техніко-комерційну пропозицію інженерної розробки, спираючись на дані цифрового життєвого циклу (якість, терміни, сервісність, витрати експлуатації) для прийняття рішень замовником.
ПРН 12. Застосовувати засоби технічного контролю для оцінювання параметрів об'єктів і процесів у галузевому машинобудуванні	- розуміти роль технічного контролю, вимірювань і випробувань у забезпеченні якості та конкурентоспроможності інженерних виробів як товару на ринку; - ідентифікувати контрольовані параметри об'єктів і процесів у галузевому машинобудуванні (геометричні, міцнісні, кінематичні, віброакустичні, термічні, ресурсні, показники надійності), що є критичними для споживчої цінності та безпеки; - обирати та обґрунтовувати засоби технічного контролю (вимірювальні пристрої, калібри, стенди, неруйнівний контроль, діагностичні системи) відповідно до мети контролю, точності, умов

	виробництва й експлуатації; - застосовувати методи контролю для оцінювання параметрів виробів і технологічних процесів, інтерпретувати результати вимірювань та робити висновки щодо відповідності вимогам стандартів і ТУ; - планувати контроль як елемент товарної політики (вхідний, операційний, приймальний, періодичний контроль; контроль постачальників; контроль у сервісному циклі) з орієнтацією на зниження дефектів і ризиків для замовника; - оформлювати результати технічного контролю та випробувань (протоколи, карти контролю, акти невідповідності, рекламації) і використовувати їх у комунікації з виробництвом, сервісом і клієнтом; - аналізувати дані контролю (дефектності) та пропонувати коригувальні й попереджувальні дії щодо удосконалення конструкції, технології, комплектації або сервісу інженерного продукту.
--	--

6. Методи навчання і викладання

1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності:

словесні методи: *лекція, розповідь-пояснення, бесіда;*

наочні методи: *ілюстрування; демонстрування;*

практичні методи: *робота з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анотування, підготовка реферату (довідки);*

2. Методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності

методи формування пізнавальних інтересів: *створення ситуації інтересу та новизни навчального матеріалу; метод використання життєвого досвіду; навчальні дискусії для вирішення проблемної ситуації.*

3. Інноваційні та інтерактивні методи навчання:

інтерактивні методи: *дискусії, диспути, дебати на тему: "Чи може сервіс бути ключовим елементом товарної політики інженерного продукту?", аналіз реальних кейсів (введення нової моделі, модернізація, зняття з виробництва), рольові ігри: переговори «виробник - замовник», «R&D - маркетинг - виробництво», «тендерний комітет - постачальник»; групові проєкти: формування продуктового портфеля; комп'ютерні і мультимедійні методи: використання мультимедійних презентацій, відео, інфографіки; дистанційне навчання.*

4. Методи контролю і самоконтролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності:

методи усного контролю: *опитування, дискусії та дебати, доповідь;*

методи письмового контролю: *письмові роботи (виконання рефератів, звітів), розрахункові завдання, розв'язування тестів.*

методи самоконтролю: *самостійний пошук помилок; самооцінювання; самоаналіз.*

7. Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Вступ до маркетингової товарної політики інженерних розробок

Предмет, структура та завдання дисципліни, її місце у підготовці фахівців машинобудівного профілю. Поняття маркетингової товарної політики для інженерних виробів, технологій і послуг: формування продукту, управління його характеристиками, сервісом, документацією та якістю. Особливості інженерного B2B-маркетингу: висока технічна складність, тривалий цикл ухвалення рішень, велика роль доказовості (випробування, сертифікати, референси), обов'язковість сервісної підтримки. Учасники процесу купівлі та експлуатації: ініціатор, технічний експерт, закупівлі, фінанси, служба

експлуатації, керівництво; конфлікти критеріїв (ціна - надійність, швидкість постачання - кастомізація). Зв'язок товарної політики з інноваційною діяльністю, управлінням проектами, життєвим циклом виробу та системами підтримки життєвого циклу. Показники результативності товарної політики: частка ринку, маржинальність, задоволеність клієнтів, витрати якості, рівень рекламаций.

Тема 2. Ринок і споживачі інженерних рішень

Методи аналізу ринку інженерних продуктів: оцінка місткості, темпів зростання, технологічних трендів, регуляторних вимог, бар'єрів входу. Визначення конкурентного середовища: прямі (непрямі) конкуренти, замітники, інтегратори, імпорتنі аналоги. B2B-сегментація за галузями (енергетика, транспорт, АПК, добувна промисловість), типом споживача, режимом експлуатації, рівнем ризику та критичністю. Вибір цільових сегментів на основі привабливості та власних компетенцій підприємства; формування "портрета" клієнта (потреби, болі, критерії вибору). Позиціонування: формування ключових переваг (надійність, точність, сервісність, енергоефективність, швидке введення в експлуатацію), побудова карти позиціонування, визначення доказів переваг. Поняття ціннісної пропозиції для різних аудиторій: інженерів, експлуатації, закупівель, фінансів.

Тема 3. Інженерна розробка як товар

Розгляд інженерної розробки як товару, що включає не лише "залізо", а й сервіс, логістику, навчання, гарантію, програмне забезпечення, документацію. Споживча цінність: продуктивність, точність, надійність, безпека, екологічність, ремонтпридатність, сумісність із наявними системами, витрати володіння. Рівні товару: базова вигода (яку проблему вирішує), реальний товар (конструкція, параметри), товар із підкріпленням (сервіс, запасні частини, підтримка). Життєвий цикл продукту: розробка, виведення, зростання, зрілість, спад; рішення щодо модернізації, підтримки версій, управління запасними частинами, зняття з виробництва. Дифузія інновацій: бар'єри впровадження, потреба у пілотних проектах, роль демонстрацій, референсних об'єктів і гарантійних умов. Управління очікуваннями клієнта та ризиками на етапі впровадження нових технологій.

Тема 4. Продуктова стратегія та асортимент

Формування продуктової стратегії підприємства: цілі (зростання, вихід у нові сегменти, підвищення маржі), пріоритетні напрямки R&D, відповідність виробничим можливостям. Асортиментна політика: ширина, глибина асортименту, оптимальна кількість модифікацій, стандартизація та уніфікація. Платформний підхід: базова платформа і варіанти виконання, модульність як спосіб керування кастомізацією та строками постачання. Продуктовий портфель: оцінка позицій продуктів (прибутковість, частка ринку, перспективність), баланс інноваційних і зрілих продуктів, управління інвестиціями. Поняття "дорожньої карти" продукту: план оновлень, нових версій, сумісності, сервісної підтримки. Рішення про модернізацію, локалізацію компонентів, переходи на нові матеріали (технології) з урахуванням ринку та ланцюгів постачання.

Тема 5. Якість і конкурентоспроможність

Поняття якості в машинобудуванні: відповідність призначенню, стабільність параметрів, надійність, довговічність, безпечність, технологічність і сервісність. Показники конкурентоспроможності: технічний рівень, економічність експлуатації, витрати обслуговування, доступність запасних частин, термін постачання, гарантійні умови. Стандартизація: роль ISO, ДСТУ, галузевих стандартів, технічних регламентів; вимоги до маркування, документації, простежуваності. Сертифікація та випробування: протоколи, стендові, ресурсні тести, приймальні випробування, підтвердження відповідності. Якість як елемент товарної політики: управління рекламациями, аналіз дефектів, коригувальні дії,

робота з постачальниками. Вплив якості на бренд і довіру в B2B: кейси, референси, гарантійні ризики, вартість “помилки” для замовника.

Тема 6. Розробка під вимоги клієнта: прототипування, підготовка технічної пропозиції

Методики збирання потреб: інтерв'ю з клієнтами, аналіз умов експлуатації, вивчення рекламаций і сервісних даних, спостереження за роботою обладнання. Перетворення потреб клієнта (VOC) у технічні вимоги: допуски, ресурси, режими, обмеження, вимоги до безпеки. Узгодження вимог між клієнтом і виробником, керування змінами. Прототипування: макети, дослідні зразки, цифрові прототиби; план випробувань і критерії прийняття. MVP (мінімально життєздатний продукт) в інженерії: мінімальний функціонал для перевірки цінності рішення, пілотні проекти, дослідна експлуатація. Підготовка технічної (техніко-комерційної) пропозиції: структура, специфікація, межі постачання, графік, умови сервісу, ризики, обґрунтування ефективності для замовника. Презентація рішення для різних аудиторій та типові помилки в комунікації.

Тема 7. Комерціалізація та виведення на ринок

План Go-to-Market: визначення цільових сегментів, формування пропозиції, підготовка доказів ефективності (кейси, тести, демонстрації), прогноз продажів. Канали збуту: прямі продажі, дилери, інтегратори, партнерські програми; критерії вибору каналу для різних типів продуктів. Участь у тендерах і промислових закупівлях: підготовка пакета документів, робота з вимогами, типові ризики. Сервісна модель: пусконаладження, гарантійний (післягарантійний) ремонт, навчання, управління запасними частинами. Документація як частина товару: експлуатаційні документи, інструкції, каталоги, 3D-моделі для інтеграції, паспорти якості. Організація зворотного зв'язку з експлуатації та використання даних для вдосконалення продукту і портфеля.

Тема 8. Інтелектуальна власність і монетизація

Поняття та види інтелектуальної власності в інженерних розробках: патенти, корисні моделі, промислові зразки, авторські права на ПЗ/документацію, ноу-хау. Вибір стратегії захисту: патентування vs режим комерційної таємниці, територіальність охорони, строки та витрати. Ліцензування і технологічні партнерства: види ліцензій, роялті, спільні розробки, розподіл прав на результати. Ризики: порушення прав третіх осіб, копіювання, витік технічної документації, недобросовісна конкуренція; інструменти захисту (договірні обмеження, контроль доступу, патентний моніторинг). Монетизація інженерних рішень: продаж виробів, сервісні контракти, підписка на ПЗ, “продукт як сервіс”, пакети модернізації. Вбудовування інтелектуальної власності у товарну політику та конкурентну стратегію підприємства.

Структура (тематичний план) навчальної дисципліни

Назви тем	Кількість годин			
	Денна форма 133 ГМ_бд_2024			
	усього	у тому числі		
		л	п	с.р.
Тема 1. Вступ до маркетингової товарної політики інженерних розробок	14	2	2	10
Тема 2. Ринок і споживачі інженерних рішень	14	2	2	10
Тема 3. Інженерна розробка як товар	14	2	2	10
Тема 4. Продуктова стратегія та асортимент	16	4	2	10

Тема 5. Якість і конкурентоспроможність	16	4	2	10
Тема 6. Розробка під вимоги клієнта: прототипування, підготовка технічної пропозиції.	16	2	4	10
Тема 7. Комерціалізація та виведення на ринок	16	4	2	10
Тема 8. Інтелектуальна власність і монетизація	14	2	2	10
Усього годин	120	22	18	80

8. Теми практичних занять

Назви тем	Кількість годин
	денна форма 133 ГМ бд 2024
Тема 1. Вступ до маркетингової товарної політики інженерних розробок	2
Тема 2. Ринок і споживачі інженерних рішень	2
Тема 3. Інженерна розробка як товар	2
Тема 4. Продуктова стратегія та асортимент	2
Тема 5. Якість і конкурентоспроможність	2
Тема 6. Розробка під вимоги клієнта: прототипування, підготовка технічної пропозиції.	4
Тема 7. Комерціалізація та виведення на ринок	2
Тема 8. Інтелектуальна власність і монетизація	2
Разом	18

9. Теми самостійної роботи

Назви тем	Кількість годин
	денна форма 133 ГМ бд 2024
Тема 1. Вступ до маркетингової товарної політики інженерних розробок	10
Тема 2. Ринок і споживачі інженерних рішень	10
Тема 3. Інженерна розробка як товар	10
Тема 4. Продуктова стратегія та асортимент	10
Тема 5. Якість і конкурентоспроможність	10
Тема 6. Розробка під вимоги клієнта: прототипування, підготовка технічної пропозиції.	10
Тема 7. Комерціалізація та виведення на ринок	10
Тема 8. Інтелектуальна власність і монетизація	10
Разом	80

10. Індивідуальні завдання

Індивідуальна робота з дисципліни «Маркетингова товарна політика інженерних розробок» не передбачена.

Програмні результати навчання	Форми контролю програмних результатів навчання
ПРН 7. Готувати виробництво та експлуатувати вироби, застосовуючи	Поточний контроль: тести та усне опитування під час занять; перевірка виконання практичних робіт у

автоматичні системи підтримування життєвого циклу	модулях. Підсумковий контроль: іспит (тести + відкриті питання) захист проектів або презентацій. Тестування: завдання на розуміння етапів життєвого циклу, принципів інтеграції, вимог до цифрової документації. Оцінювання кейсів: аналіз кейсу «керування змінами/невідповідністю/рекламацією» із формуванням плану дій та обґрунтуванням рішень (критерії: логіка процесу, повнота даних, простежуваність, ризики, економічна доцільність). Ситуаційні завдання: моделювання виробничо-експлуатаційної ситуації (заміна комплектуючого, зміна версії, план сервісу) з оцінюванням здатності налаштувати процеси, оформити документи та забезпечити відповідність.
ПРН 12. Застосовувати засоби технічного контролю для оцінювання параметрів об'єктів і процесів у галузевому машинобудуванні	Поточний контроль: тести та опитування; перевірка практичних робіт з вимірювань і контролю (вибір ЗВТ, виконання вимірювань, обробка результатів, оцінка похибки, оформлення протоколу контролю). Підсумковий контроль: іспит (тести + задачі) та/або захист лабораторного/проектного звіту «План технічного контролю виробу/процесу» (контрольні точки, методи, засоби, допуски, критерії приймання, форми записів). Тестування: питання з методів контролю (вхідний/операційний/приймальний), допусків і посадок, метрологічного забезпечення, принципів НК (за потреби), інтерпретації карт контролю та критеріїв відповідності. Оцінювання кейсів: кейси «виявлено відхилення параметрів/зростання браку/рекламація» з вибором методу контролю, аналізом причин і пропозиціями коригувальних дій (критерії: правильність методу, обґрунтованість висновків, якість документування, запобігання повторюванню). Ситуаційні завдання: виконання контрольної операції в змодельованих умовах (підбір інструменту, вимірювання, рішення “придатний/непридатний”, заповнення документації) з оцінюванням точності, дотримання методики та безпеки.

11. Оцінювання результатів навчання

Поточний контроль здійснюється на практичних заняттях впродовж семестру у формі розв'язування тестів, виконання практичних завдань, виконання реферату, презентації, виконання завдань самостійної роботи

Форма семестрового контролю знань здобувачів вищої освіти згідно з робочим і навчальним планом є екзамен.

Критерієм успішного навчання є досягнення здобувачем вищої освіти мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним результатом навчання навчальної дисципліни та мінімального порогового рівня оцінки за освітнім компонентом загалом.

Мінімальний пороговий рівень оцінки за програмним результатом навчання не може бути нижчим за 60 % від підсумку максимально можливої кількості балів.

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Назва теми	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти					Разом
	Виконання практ. завдання	Розв'язуван ня тестів	Виконання завдань самостійної роботи	Реферат	Презентація	
Тема 1. Вступ до маркетингової товарної політики інженерних розробок	2	2	3	–	–	7
Тема 2. Ринок і споживачі інженерних рішень	2	2	3	–	–	7
Тема 3. Інженерна розробка як товар	2	2	3	–	–	7
Тема 4. Продуктова стратегія та асортимент	2	2	3	–	–	7
Тема 5. Якість і конкурентоспроможність	2	2	3	–	–	7
Тема 6. Розробка під вимоги клієнта: прототипування, підготовка технічної пропозиції.	2	2	3	–	–	7
Тема 7. Комерціалізація та виведення на ринок	2	2	3	–	–	7
Тема 8. Інтелектуальна власність і монетизація	2	2	3	–	–	7
За будь яку тему на вибір				8	14	22
За будь яку тему на вибір				8	14	22
Разом	16	16	24	16	28	100

*додаткову кількість балів здобувач вищої освіти може отримати опублікувавши тези доповідей у межах тем дисципліни. Максимальна кількість балів за опубліковані тези – 10 балів – додаються в кінці семестру.

Форми, шкала та критерії оцінювання результатів навчання при проведенні поточного контролю успішності здобувачів вищої освіти:

Шкала та критерії оцінювання виконання практичного завдання

Кількість балів	Критерії оцінювання
2-3	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
0-1	відповідь недостатньо обґрунтована та осмислена, характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності та показує неповноту засвоєння результату навчання

Шкала та критерії оцінювання розв'язування тестів

Кількість балів	Критерії оцінювання
0-2	По кожній темі 10 тестових завдань. Бали: від 0-2 (по 0,2 балів за кожну правильну відповідь)

Шкала та критерії оцінювання підготовки реферату

Кількість балів	Критерії оцінювання
8	проблема, яка розглядається в рефераті, викладена повно, послідовно, логічно; список використаних джерел 5-6 позицій, відповідає діючому стандарту оформлення бібліографії: здобувач при захисті реферату повністю демонструє засвоєний результат навчання за темою реферату.
4-7	тема реферату викладена досить повно, але є певні недоліки щодо відповідності результату навчання, логіці викладу; бібліографічний список нараховує 4-5 джерел, відповідає сучасним правилам, але містить певні помилки, здобувач при захисті реферату не повністю володіє матеріалом щодо результату навчання за темою реферату.
0-3	тема реферату нерозкрита або ж повністю не розкриває заявлений результат навчання, у бібліографічному списку менше 2 наукових джерел, і він подається не за сучасними правилами, здобувач відмовляється від захисту.

Шкала та критерії оцінювання підготовки презентації

Кількість балів	Критерії оцінювання
10-14	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 орфографічних вимог, наявності електронного (на носіїві) матеріалу презентації.
5-9	наявність незначних недоліків у відповідності теми презентації заявленому результату навчання, виконанні презентації та її оформленні.
0-4	наявність суттєвих недоліків або ж повній невідповідності теми презентації результату навчання, вимогам щодо обсягу, оформлення та викладу змісту презентації.

Шкала та критерії оцінювання самостійної роботи (письмове завдання)

Кількість балів	Критерії оцінювання
2-3	вірно розкриті питання самостійної роботи; ЗВО демонструє розуміння сутності матеріалу, логічність та самостійність у його викладі; аргументовано обґрунтовує свою думку; відповідь містить обґрунтовані висновки.
0-1	ЗВО демонструє поверхневі знання і розуміння основних положень питання; наявні суттєві помилки; висновки неповні.

12. Інструменти, обладнання та програмне забезпечення, використання яких передбачено під час реалізації навчальної дисципліни

Мультимедійний проектор, мережа Wi-Fi, платформа MS Windows 10 Pro, Windows 10 Edu, Office 365 (10000 ліцензій для студентів), Internet-браузери, Електронна бібліотека ПДАУ, Електронний репозитарій ПДАУ

13. Політика навчальної дисципліни

1. Терміни виконання та перескладання регламентуються Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті <http://surl.li/qhurvx> та Положенням про організацію освітнього процесу в Полтавському державному аграрному університеті <http://surl.li/dcddab>.

Здобувач вищої освіти, який з поважних причин, підтверджених документально, не підлягав поточному контролю і набрав кількість балів меншу, ніж межа незадовільного навчання (не більше 59-ти балів за 100-бальною шкалою), зобов'язаний у тижневий термін

після отримання довідки, затвердженої закладом охорони здоров'я або іншого підтверджувального документа, подати їх до директорату. У такому разі розпорядженням директора навчально-наукового інституту визначається термін ліквідації поточної академічної заборгованості і йому видаються аркуші поточної успішності здобувача вищої освіти.

Здобувач вищої освіти, який є недопущеним до семестрового контролю з навчальної дисципліни у разі набрання кількості балів менше ніж межа незадовільного навчання на дату семестрового контролю без поважної причини, має підсумкову академічну заборгованість. Ліквідація здобувачем підсумкової академічної заборгованості здійснюється згідно з графіком ліквідації підсумкової академічної заборгованості, що розробляється працівниками директорату та затверджується директором навчально-наукового інституту. Термін ліквідації підсумкової академічної заборгованості встановлює директорат, але зазвичай не довше, ніж два тижні після початку наступного навчального семестру.

Повторне проходження контрольного заходу для ліквідації підсумкової академічної заборгованості допускається не більше двох разів: один раз викладачеві, другий – комісії, яку формує директор навчально-наукового інституту за участю викладачів відповідної кафедри. Отримана оцінка у разі другого повторного проходження контрольного заходу є остаточною.

2. Академічна доброчесність. 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 про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.

Документи, що стосуються академічної доброчесності, представлені на вкладці «Академічна доброчесність» Полтавського державного аграрного університету: <http://surl.li/irohph>. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності <http://surl.li/sbyeab> та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету <http://surl.li/cbcoqm>.

3. Відвідування занять. Здобувачі вищої освіти зобов'язані бути присутніми на заняттях і не пропускати їх без поважної причини. Не дозволяються пропуски занять та запізнення з неповажних причин. Здобувачі освіти повинні приймати активну участь під час проведення занять, виконувати необхідний мінімум навчальної роботи, що є допуском до підсумкового контролю. 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.

4. Неформальна/інформальна освіта

На здобувачів вищої освіти поширюється право про визнання результатів навчання, набутих у неформальній/інформальній освіті перед / під час опанування даної освітньої компоненти. Набуття відповідних результатів навчання можливе після успішного опанування курсів (з документальним підтвердженням) на різноманітних навчальних платформах, зокрема: Prometheus, Coursera, Edera тощо. Особливості неформального/інформального навчання регламентовані Положенням про порядок визнання результатів навчання, здобутих у неформальній та інформальній освіті здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету: <http://surl.li/britcc>.

Назви тем	Навчальна платформа	Назва курсу	Посилання на курс
Тема 1. Вступ до маркетингової товарної політики інженерних розробок	Prometheus	Менеджер маркетингу	https://prometheus.org.ua/prometheus-plus/marketing-manager-plus/

5. Оскарження результатів оцінювання регламентується Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті <http://surl.li/blxuuj>.

Підставами для оскарження результату оцінювання можуть бути: недотримання викладачем системи оцінювання, вказаної у робочій програмі навчальної дисципліни, необ'єктивне оцінювання та/або наявність конфлікту інтересів, якщо про його існування здобувачу вищої освіти не було і не могло бути відомо до проведення оцінювання. Результат оцінювання може бути оскаржений не пізніше наступного робочого дня після його оголошення. Для оскарження результату оцінювання здобувач вищої освіти звертається з письмовою заявою до директора навчально-наукового інституту. Заява щодо оскарження результатів оцінювання розглядає апеляційна комісія, сформована розпорядженням директора навчально-наукового інституту.

Апеляційна комісія протягом трьох робочих днів ухвалює рішення про наявність або відсутність підстав оскарження результату оцінювання. Присутність здобувача вищої освіти на засіданнях апеляційної комісії є обов'язковою. Висновки апеляційної комісії оформляються відповідним протоколом і доводяться до відома здобувача вищої освіти і викладача, який проводив контрольний захід.

14. Рекомендовані джерела інформації

Основні

1. Котлер Ф. Маркетинг від А до Я : 80 концепцій, які варто знати кожному менеджеру; пер. з англ. Сіпігін О. К.: Альпіна Паблішер Україна, 2021. 252 с.
2. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
3. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. кол. авт. ; СумДУ. Суми : СумДУ, 2022. 250 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/5cb8e7c9-c417-45ce-ac46-8c0c690bbd20/content>
4. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. Колешня Я. О. Київ : КПІ, 2025. 180 с. <https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/89c3934f-9771-4645-8a27-a78f4413a4ae/content>
5. Райко Д. В. Маркетингова товарна політика : монографія Д. В. Райко, Ю. С. Шипуліна. Харків : КПІ Харків, 2023. 200 с. <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/eb035cce-8c91-4abb-8fb0-d06f53715829/content>
6. Маркетингова товарна політика : посіб. ВНУ. Волинь : eVNUIR, 2023. 150 с. https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/20728/1/mark_tov_politika.pdf
7. European Product Engineering Services : report. Europe : ResearchAndMarkets, 2025. 100 с. <https://www.researchandmarkets.com/reports/6078113/europe-product-engineering-services-market>
8. Marketing Product Policy : textbook. Europe : IEEP, 2025. 200 с. <https://ieep.eu/wp-content/uploads/2025/04/External-impacts-of-new-EU-sustainable-product-standards-IEEP-2025.pdf>

Допоміжні

1. Сергієнко О. Нові маркетингові технології просування товару. Bulletin of Sumy National Agrarian University. 2021. № 1 (87). С. 29–34. DOI: <https://doi.org/10.32845/bsnau.2021.1.5> (дата звернення: 12.02.2024).
2. Popko O., Filatov V. (2023) Personalizatsiya v suchasnomu marketynhu ta yiyi vplyv na loyaltist kliyentiv [Personalization in modern marketing and its impact on customer loyalty]. Ekonomika ta suspilstvo. (58). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-10> (accessed December 17, 2023)
3. Serhiyenko O. (2021) Novi marketynhovi tekhnolohiyi prosuvannya tovaru [New marketing technologies of product promotion]. Bulletin of Sumy National Agrarian University. no. 1 (87). pp. 29–34. DOI: <https://doi.org/10.32845/bsnau.2021.1.5> (accessed February 12, 2024)
4. Інноваційні маркетингові стратегії сучасного українського підприємства. Носань Н. Economy and Society. 2023. № 3472. С. 1-15. <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3472>
5. High-Tech Industry Growth in Ukraine. AgroReview. 2025. С. 1-5. <https://agreview.com/en/newsen/the-share-high-tech-industry/>
6. European Innovation Council Work Programme 2025. EIC. Europe : EC, 2025. 50 с. https://eic.ec.europa.eu/document/download/5e1eb75f-e437-477f-9ee9-ef54ff6387fd_en?filename=EIC+Work+Programme+2025.pdf
7. A Comprehensive EU Product Policy Framework. DIGITALEUROPE. Brussels : DIGITALEUROPE, 2023. 20 с. <https://www.digitaleurope.org/resources/a-comprehensive-eu-product-policy-framework/>
8. Pysarenko V., Ponochozna O., Bahorka M., Voronyansky V. Data-centric formation of marketing logistic business model of vegetable market due to zonal specialization. Data-Centric Business and Applications. Lecture Notes on Data Engineering and Communications Technologies. 2020. vol. 3, no. 42. p. 23-49. Springer, Cham. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-35649-1_2 (Scopus)
9. Pysarenko V., Bahan N., Sobchysyn V. Sustainable development of agrarianinnovation-oriented enterprises by themeans of logistics management. Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice. Volume 3(56), 2024. P. 533-547. (Scopus)
10. Lyshenko M., Ustik T., Pysarenko V., Maslak N., Koliadenko D. Economic and marketing aspects of the functioning of small enterprises. Financial and credit activity: problems of theory and practice. 2020. Vol 2, No 33.P. 185-193. ISSN (print) 2306-4994, ISSN (on-line) 2310-8770 URL: https://apps.webofknowledge.com/full_record.do?product=WOS&search_mode=GeneralSearch&qid=3&SID=F1X5b7HeXURmmm1sBLM&page=1&doc=6
11. Pysarenko V. Pronko L. Pidvalna O. MARKETING MANAGEMENT OF THE BIOECONOMIC POTENTIAL OF ENTERPRISES AND THE QUALITY OF THEIR INNOVATIVE PRODUCTS IN THE POST-WAR RECOVERY STRATEGY Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice. 2024. DOI: 10.55643/fcaptp.6.59.2024.4637 (Scopus)
12. В. Писаренко, П. Залуцький, Н. Федорчук. Роль інноваційних технологій у формуванні маркетингових стратегій для українського аграрного сектора. Актуальні питання економічних наук. №18. 2025. С.210-221. URL: <https://doi.org/10.5281/zenodo.17975766>
13. В. Писаренко, В. Орлова-Курилова, С. Сергієнко, О. Мацієвич. ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ ТА ДИДЖИТАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ. АГРОСВІТ. №4. 2025.С.31-40. URL: <https://nayka.com.ua/index.php/agrosvit/article/view/5657>

Інформаційні ресурси

1. Нормативно-правова база України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>
2. Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України URL: www.me.gov.ua
3. Офіційний сайт Національного банку України URL: www.bank.gov.ua
4. Офіційний сайт Державної служби статистики України URL: www.ukrstat.gov.ua
5. Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України. URL: <http://www.mtu.gov.ua/>;
6. Офіційний сайт Європейського Союзу. URL: [http:// www.europa.eu.int](http://www.europa.eu.int)