

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ,  
УПРАВЛІННЯ, ПРАВА ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

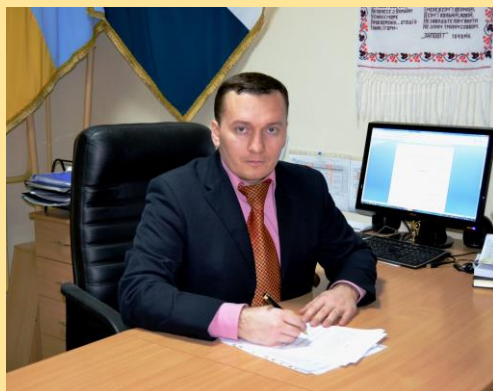


**КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ТА  
МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН**

**СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**ІННОВАЦІЙНИЙ  
РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА**

Освітньо-професійна програма Маркетинг  
спеціальність 075 Маркетинг  
галузь знань 07 Управління та адміністрування  
освітній ступінь Магістр



**Олександр КАЛІНІЧЕНКО** –  
доцент кафедри економіки та міжнародних  
економічних відносин, к. е. н., доцент



**Володимир ПИСАРЕНКО** –  
завідувач, професор кафедри маркетингу,  
д. е. н., професор

**Полтава  
2020 р.**

<b>Назва навчальної дисципліни</b>	Інноваційний розвиток підприємства Обов'язкова дисципліна професійної підготовки
<b>Назва структурного підрозділу</b>	Кафедра економіки та міжнародних економічних відносин
<b>Контактні дані розробника, який залучений до викладання</b>	Викладач: <b>Олександр Калініченко</b> , – к. е. н., доцент Контакти: ауд. 476, навчальний корпус № 4 E-mail: <a href="mailto:oleksandr.kalinichenko@pdaa.edu.ua">oleksandr.kalinichenko@pdaa.edu.ua</a> Сторінка викладача: <a href="https://www.pdaa.edu.ua/people/kalinichenko-oleksandr-volodymyrovych">https://www.pdaa.edu.ua/people/kalinichenko-oleksandr-volodymyrovych</a>
<b>Рівень вищої освіти</b>	Другий (магістерський) рівень
<b>Спеціальність</b>	075 Маркетинг
<b>Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни</b>	Базові знання з економіки За відповідним рівнем, дисципліни, що передують вивченню дисципліни «Інноваційний розвиток підприємства», – «Економіка підприємства», «Потенціал і розвиток підприємства», «Інформаційні системи і технології в маркетингу», «Конкурентоспроможність підприємства», «Маркетинг послуг», «Економіка та організація інноваційної діяльності»

### Опис дисципліни

Навчальна дисципліна «Інноваційний розвиток підприємства» дозволяє формувати знання та вміння щодо забезпечення інноваційного розвитку економічних систем, оцінювання їхнього інноваційного потенціалу, обґрунтування та реалізації ефективних управлінських рішень з розвитку економіки на інноваційних засадах.

### Заплановані результати навчання

*Мета вивчення навчальної дисципліни:* формування у здобувачів вищої освіти знань та вмінь щодо забезпечення інноваційного розвитку економічних систем, оцінювання їхнього інноваційного потенціалу, обґрунтування та реалізації ефективних управлінських рішень з розвитку економіки на інноваційних засадах.

*Основні завдання навчальної дисципліни:* вивчення механізмів управління інноваційним розвитком економічних систем; дослідженні процесу забезпечення результативності формування та використання інноваційного потенціалу підприємств; аналізі ефективності інвестування в інновації; набутті вмінь обґрунтовувати напрямки пріоритетного інноваційного розвитку та альтернативні варіанти управлінських рішень.

### Компетентності

#### Загальні

- ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.
- ЗК 2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).
- ЗК 4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.
- ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
- ЗК 7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

#### Фахові

ФК 1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.

ФК 2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.

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

ФК 7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.

ФК 9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та практичні дослідження у сфері маркетингу.

### Програмні результати навчання

ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.

ПРН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.

ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.

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

ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.

### Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Інновації і циклічність економічного розвитку.

Тема 2. Ключові поняття інноваційного розвитку.

Тема 3. Вимірювання рівня інноваційного розвитку та чинники його формування.

Тема 4. Сучасні організаційні форми інноваційного розвитку.

Тема 5. Глобальні науково-технічні та інформаційні комунікації в інноваційній сфері.

Тема 6. Інфраструктура ринку інновацій.

Тема 7. Державна підтримка інноваційного підприємництва.

Тема 8. Національні інноваційні системи.

Тема 9. Маркетинг інновацій.

Тема 10. Стратегії та бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємства.

Тема 11. Інноваційний потенціал підприємства.

Тема 12. Інвестиційне забезпечення інноваційного розвитку підприємства.

Тема 13. Ризики в інноваційній діяльності та управління ними.

Тема 14. Охорона прав та економіка інтелектуальної власності як складова економічної безпеки інноваційної діяльності.

### Трудомісткість

Загальна кількість годин – 90 год. Кількість кредитів – 3.

Вид підсумкового контролю – залік.

### Структура курсу

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин			
	усього	у тому числі		
		лекції	практ. з.	сам. р.
Тема 1. Інновації і циклічність економічного розвитку	6	2	-	4
Тема 2. Ключові поняття інноваційного розвитку	6	-	2	4
Тема 3. Вимірювання рівня інноваційного розвитку та чинники його формування	6	2	-	4
Тема 4. Сучасні організаційні форми інноваційного розвитку	6	-	2	4
Тема 5. Глобальні науково-технічні та інформаційні комунікації в інноваційній сфері	8	-	2	6
Тема 6. Інфраструктура ринку інновацій	6	2	-	4

Тема 7. Державна підтримка інноваційного підприємництва	8	-	2	6
Тема 8. Національні інноваційні системи	6	2	-	4
Тема 9. Маркетинг інновацій	6	2	-	4
Тема 10. Стратегії та бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємства	6	-	2	4
Тема 11. Інноваційний потенціал підприємства	6	-	2	4
Тема 12. Інвестиційне забезпечення інноваційного розвитку підприємства	6	2	-	4
Тема 13. Ризики в інноваційній діяльності та управління ними	8	2	2	4
Тема 14. Охорона прав та економіка інтелектуальної власності як складова економічної безпеки інноваційної діяльності	6	2	-	4
<b>Усього годин</b>	<b>90</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>60</b>

### Політика оцінювання

*Академічна доброчесність.* Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавської державної аграрної академії. 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.

*Дедлайни та перекладання.* Практичні завдання, завдання зі самостійної роботи, які здаються з порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (20 %). Перекладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату.

*Система оцінювання.*

### Оцінювання результатів навчання

Програмні результати навчання	Методи навчання	Форми оцінювання
ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.	<i>словесні методи:</i> лекція, пояснення, бесіда, розповідь, самостійна робота з статтями навчальними посібниками, підручниками та словниками; <i>наочні методи:</i> ілюстрування, демонстрування; <i>практичні методи:</i> практичні роботи, науково-дослідні роботи, підготовка рефератів; <i>методи самостійної роботи вдома:</i> проблемно-пошукові; проектного навчання; колективної розумової діяльності; застосування новітніх інформаційно-комунікаційних технологій у навчанні;	– опитування теоретичних питань; – розв’язування тестів; – виконання вправ на практичних заняттях; – реферативні виступи; – реферат-презентація; – виконання завдань самостійної роботи.
ПРН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб’єкта.	<i>робота під керівництвом викладача:</i> розробка рефератів; виконання наукових та практичних завдань на практичних заняттях; <i>методи формування пізнавальних інтересів:</i> забезпечення успіху в навчанні; створення ситуації інтересу в процесі викладання навчального матеріалу; створення ситуації новизни навчального матеріалу;	– опитування теоретичних питань; – розв’язування тестів; – виконання вправ на практичних заняттях; – реферативні виступи; – реферат-презентація; – виконання завдань самостійної роботи.
ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.	<i>методи усного контролю:</i> індивідуальне та фронтальне опитування, обговорення теоретичних питань, дискусії, доповіді; <i>методи письмового контролю:</i> письмове	– опитування теоретичних питань; – розв’язування тестів; – виконання вправ на практичних заняттях; – реферативні виступи;

	виконання практичних завдань; проведення контрольних робіт, написання наукових робіт; <b>тестовий контроль:</b> складання та розв'язування тестів;	– реферат-презентація; – виконання завдань самостійної роботи.
ПРН 10. Обґрунтувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.	<b>інтерактивні методи:</b> передавання інформації; ведення дискусії; вдосконалення вмінь; розв'язування проблем («мозковий штурм», техніка номінальних груп, метод генерації ідей, консультації); імітаційні технології; дистанційне навчання Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment); <b>комп'ютерні та мультимедійні методи:</b>	– опитування теоретичних питань; – розв'язування тестів; – виконання вправ на практичних заняттях; – реферативні виступи; – реферат-презентація; – виконання завдань самостійної роботи.
ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.	використання освітніх мультимедійних презентацій.	– опитування теоретичних питань; – розв'язування тестів; – виконання вправ на практичних заняттях; – реферативні виступи; – реферат-презентація; – виконання завдань самостійної роботи.

### Критерії успішного опанування програмних результатів навчання

Програмні результати навчання	Відсоток у підсумковій оцінці з навчальної дисципліни, %	Максимальна кількість балів	Мінімальний пороговий рівень оцінок, балів
ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.	20	20	12
ПРН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.	20	20	12
ПРН 5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проєктів державною та іноземною мовами.	20	20	12
ПРН 10. Обґрунтувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.	20	20	12
ПРН 15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.	20	20	12
<b>Разом</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>60</b>

### Шкала оцінювання: ЄКТС та національна

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
90 – 100	A	Зараховано
82 – 89	B	
74 – 81	C	
64 – 73	D	
60 – 63	E	
35 – 59	FX	Не зараховано
0 – 34	F	

## Література та джерела інформації

### Основні

1. Василенко В. О., Шматько В. Г. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, Фенікс, 2015. 440 с.
2. Микитюк П. П. Інноваційний розвиток підприємства : навч. посіб. Тернопіль : ПП «Принтер Інформ», 2015. 224 с.
3. Управління інноваціями : навч. посіб. / О. І. Гуторов та ін. 2-ге вид. доп. Харків : «Діса плюс», 2016. 266 с.
4. Якімцов В. В., Павлюк У. В. Інноваційний розвиток підприємства : конспект лекцій. Львів : НЛТУ України, 2014. 164 с.

### Допоміжні

1. Войнова Є. І. Інновації в системі міжнародних економічних відносин : навч.-метод. посіб. Одеса : «ОНУ імені І. І. Мечникова», 2014. 132 с.
2. Волобуєв Г. С. Сутність та передумови інноваційного розвитку підприємств. *Економічний вісник Донбасу*. 2016. № 3. С. 213 – 217.
3. Бошицький Ю. Л. Інтелектуальна власність в сучасній Україні – актуальні питання модернізації та правового регулювання. *Часопис Київського університету права*. 2013. № 1. С. 213 – 217.
4. Гук О. В., Колосовська В. В. Формування інноваційної політики підприємства. *Глобальні і національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 8. С. 440 – 442.
5. Делілова Т. В., Шершенюк О. М. Обґрунтування стратегічних заходів щодо забезпечення моделі інноваційного розвитку України. Управління інноваційною, інвестиційною та економічною діяльністю інтегрованих об'єднань та підприємств : монографія / за заг. ред. Л. М. Савчук. Дніпропетровськ : Пороги, 2016. С. 92 – 103.
6. Дивнич О. Д. Інноваційна політика підприємства: формування та реалізація. *Ефективна економіка*. 2014. № 1. С. 97 – 104.
7. Дрига С. Г. Державний інноваційний абстенціонізм. *Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні : VIII Міжнародний бізнес-форум (Київ, 19 березня 2015 р.)* / відп. ред. А. А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2015. С. 84 – 86.
8. Калініченко О. В., Плотник О. Д. Економіка підприємства. Практикум : навч. посіб. К. : Кондор, 2012. 600 с.
9. Кадол Л. В., Кравчук Л. М. Принципи формування інноваційної політики підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2016. Вип. 17 (1). С. 76 – 79.
10. Кафлевський В. В. Інфраструктура ринку інновацій та його складові. *Збірник наукових праць ВНАУ. Серія: Економічні науки*. 2012. № 4 (70). С. 27 – 33.
11. Клименко О. В. Управління ризиком інноваційної діяльності підприємства. *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2012. № 58 (964). С. 72 – 76.
12. Комаріст О. І., Алдохіна Н. І. Зміст маркетингу інновацій у діяльності підприємства. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Серія: Економічні науки*. 2012. Вип. № 1 (4). С. 146 – 150.
13. Копішинська К. О. Структура та контурність функціонування інноваційної системи підприємства. *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2013. № 44 (1017). С. 79 – 85.
14. Кот Л. Л. Ризики інноваційної діяльності підприємств. *Теоретичні та прикладні питання економіки*. 2013. Вип. 28. Т. 1. С. 410 – 418.
15. Лойко Д. М. Захист інтелектуальної власності в контексті економічної безпеки промислового підприємства. *Наукові записки. Серія «Економіка»*. 2013. Вип. 23. С. 62 – 66.
16. Македон В. В., Рубець Д. С. Стратегічний інноваційний розвиток підприємств: теорія та методологія. *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2013. № 45. С. 75 – 86.

17. Найдюк В. С. Сутність та передумови інноваційного розвитку підприємств. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. № 3. С. 251 – 263.

18. Орлова В. М. Стратегія інноваційного розвитку підприємства. *Економічний нобелівський вісник*. 2015. № 1. С. 79 – 85.

19. Семенченко Н. В. Стратегія інноваційного розвитку підприємства. *Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка*. 2014. Т. 19. Вип. 1 (2). С. 64 – 67.

20. Сергєєва О. Р. Теоретико-методичні засади інноваційної політики суб'єктів підприємництва. *Управлінська, фінансова та маркетингова діяльність підприємств в умовах нестійкої економіки* : монографія. Дніпропетровськ : Пороги, 2016. С. 353 – 361.

21. Федулова І. В. Циклічність інноваційного розвитку промислового підприємства. *Проблеми науки*. 2009. № 6. С. 8 – 15.

22. Шавшин О. С. Стратегія інноваційного розвитку підприємства. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2017. № 3 (2). С. 167 – 171.

### Інформаційні ресурси

1. Баланюк О. С. Державна підтримка інноваційної діяльності. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/4396/1/19.pdf>.

2. Бояринова К. О., Костюк А. К. Інноваційний розвиток підприємств: умови, проблеми та перспективи. URL: [http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2011\\_7.pdf](http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2011_7.pdf).

3. Буняк Н. М. Сутність національної інноваційної системи. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=633>.

4. Буряк В. О. Сучасні організаційні форми інноваційної діяльності. URL: [http://www.kntu.kr.ua/doc/nauk\\_zap\\_10\\_1](http://www.kntu.kr.ua/doc/nauk_zap_10_1).

5. Герелес А. В. Інноваційний потенціал аграрного підприємства та управління його розвитком. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки*. 2010. Вип. 104. URL: [http://khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik\\_104/18.pdf](http://khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_104/18.pdf).

6. Єлець О. П. Організаційні форми інноваційної діяльності. URL: [http://www.kpi.kharkov.ua/archive/2011/7/7\\_2011\\_4.pdf](http://www.kpi.kharkov.ua/archive/2011/7/7_2011_4.pdf).

7. Івашковський С. Циклічний розвиток економіки в сучасних умовах. URL: [http://www.ufin.com.ua/analit\\_mat/drn/133.htm](http://www.ufin.com.ua/analit_mat/drn/133.htm).

8. Про інноваційну діяльність : Закон України від 04.07.2002 р. № 40-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.

9. Корнух О. В. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2607>.

10. Москалюк К. В. Теоретичні основи інноваційного потенціалу аграрної сфери України. *Збірник наукових праць Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*. 2012. № 22. URL: [http://kntu.kr.ua/doc/zb\\_22\(2\)\\_ekon/stat\\_20\\_1/69.pdf](http://kntu.kr.ua/doc/zb_22(2)_ekon/stat_20_1/69.pdf).

11. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. Статистичний збірник. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat\\_u/publnauka\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publnauka_u.htm).

12. Підкамінний І. М., Ціпуринда В. С. Системні фактори впливу на інноваційний розвиток підприємства. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=480>.

13. Поліщук І. Концептуальні засади маркетингу інновацій на підприємстві. URL: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/899>.

14. Ріжко І. А., Шотік Т. М. Маркетинг інновацій. URL: <http://www.ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/16913/1/219-Rizhko-356-357.pdf>.

15. Стойко І., Мельник Л. Український ринок інновацій та його перспективи у стратегії «Європа 2020». *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2012. Вип. 1 (6). С. 164 – 172. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2012/12siiuse.pdf>.

16. Темненко С. М. Методи оцінки інноваційного потенціалу підприємства. URL: <http://www.inenbiol.com/ntb/ntb7/92.pdf>.