

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

**Кафедра маркетингу**

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

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

Полтава  
2021 р.

## Опис навчальної дисципліни та інформація про розробника

Назва навчальної дисципліни	«Товарна інноваційна політика»
Назва структурного підрозділу	Кафедра маркетингу
Контактні дані розробників, які залучені до викладання	Викладач: Писаренко Володимир, д.е.н., професор Контакти: ауд. 471 (навчальний корпус № 4) e-mail: <a href="mailto:volodymyr.pysarenko@pdaa.edu.ua">volodymyr.pysarenko@pdaa.edu.ua</a> тел. (0532) 56-98-24 сторінка викладача <a href="https://www.pdaa.edu.ua/people/pysarenko-volodymyr-viktorivych">https://www.pdaa.edu.ua/people/pysarenko-volodymyr-viktorivych</a>
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Спеціальність	075 Маркетинг

### 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 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. Фактори успішності нововведень у товарній політиці .

Тема 7. Сучасні методи та засоби генерування ідей.

Тема 8. Стратегії та бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємства.

Тема 9. Інструменти маркетингового забезпечення інноваційного розвитку підприємства.

Тема 10. Методи оцінки ефективності інновацій.

**Трудомісткість:**

Загальна кількість годин – 120 год.

Кількість кредитів – 4.

Форма семестрового контролю – залік.

**Структура (тематичний план) навчальної дисципліни**

Назви тем	Кількість годин			
	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	10
Тема 3. Техніко-економічні показники і методи оцінки якості продуктивних інновацій.	12	2	2	8
Тема 4. Дизайн нового товару .	12	2	2	8
Тема 5. Планування та організація створення нового продукту .	12	2	2	8
Тема 6. Фактори успішності нововведень у товарній політиці .	12	2	4	6
Тема 7. Сучасні методи та засоби генерування ідей.	12	2	2	8
Тема 8. Стратегії та бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємства.	12	-	2	10
Тема 9. Інструменти маркетингового забезпечення інноваційного розвитку підприємства.	12	2	4	6
Тема 10. Методи оцінки ефективності інновацій.	12	2	2	8
<b>Усього годин</b>	<b>120</b>	<b>16</b>	<b>24</b>	<b>80</b>

**Шкала та критерії оцінювання результатів навчання при проведенні поточного і семестрового контролю успішності здобувачів вищої освіти  
075MAP\_мд\_2021**

Форма контролю	Шкала та характеристика критеріїв оцінювання
- виконання практичного завдання	<b>від 0 до 3:</b> 2,0-3,0 балів: відповіді правильні, обгрунтовані, 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; 1,1-2,0 бали: відповідь правильна, але має певні неточності, недостатньо обгрунтована та осмислена, характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності та неповноту засвоєння результату навчання; 0-1,0 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.
- 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.
- розробка кросворду	<b>від 0 до 10:</b> (по 1 балу за кожен правильну відповідь); «Вчу, навчаючи» (протягом вивчення навчальної дисципліни студент обов'язково виконує по 2-х програмних результатах навчання за будь якою темою на вибір 1

Форма контролю	Шкала та характеристика критеріїв оцінювання
	кресворд на 10 слів (всього за курс – 2 кресворди) відповідно до завдань самостійної роботи та обмінюються ними на занятті, перевіряють та виставляють бали, демонструючи спеціальні компетентності творчої та навчальної роботи).

Форма проведення семестрового контролю згідно з робочим та навчальним планом – залік.

### Схема нарахування балів з навчальної дисципліни 075МАР\_мд\_2021

Назва теми	Види навчальної роботи здобувачів вищої освіти, балів				Разом
	Виконання практичного завдання	Розв'язування тестів	Виконання завдань самостійної роботи		
			Презентація	Розробка кресворду	
Тема 1. Товар та його властивості.	4	2		10	6
Тема 2. Управління товарним асортиментом.	4	2			16
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	16
Тема 6. Фактори успішності нововведень у товарній політиці .	4	2	6		
Тема 7. Сучасні методи та засоби генерування ідей.	4	2	16		
Тема 8. Стратегії та бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємства.	4	2	16		
Тема 9. Інструменти маркетингового забезпечення інноваційного розвитку підприємства.	4	2	6		
Тема 10. Методи оцінки ефективності інновацій.	4	2	6		
<b>Разом</b>	<b>40</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

### Рекомендовані джерела інформації

#### Основні

1. Балабанова Л., Холод В., Балабанова І. Маркетинг підприємства : підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 612 с.
2. Карпенко Н. Маркетингова діяльність підприємств. Сучасний зміст : монографія. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 252 с.
3. Косар Н.С. Маркетингові дослідження / Н.С. Косар, О.Б. Мних, Є.В. Крикавський, С.В. Леонова. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018. 460 с.
4. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу : підручник. Київ : Діалектика, 2020. 880 с.
5. Кочкіна Н. Ю. Управління маркетингом : навч. посібник. Київ: Інтерсервіс, 2019. 368 с.
6. Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 284 с.

7. Парсяк В.Н. Маркетинг: сучасна концепція та технології: підручник. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2017. 326 с.
8. Петруня Ю.Є. Маркетинг : навчальний посібник. Дніпропетровськ : Університет митної справи та фінансів, 2016. 362 с.

#### **Допоміжні**

1. Окландер М., Кірносорова М. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2020. 248 с.
2. Катаев А. Актуальные функциональные задачи маркетинговой товарной политики: монография. Харьков : гуманит. ун-т «Народная украинская академия». 2016. 117 с.
3. Ілляшенко С. Маркетингова товарна політика: підручник. Суми: Університетська книга, 2015. 234 с.
4. Балабанова Л., Холод В., Балабанова І. Маркетинг підприємства : підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 612 с.
5. Карпенко Н. Маркетингова діяльність підприємств. Сучасний зміст : монографія. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 252 с.
6. Балабанова Л., Холод В., Балабанова І. Стратегічний маркетинг : підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 612 с.
7. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу : підручник. Київ: Діалектика, 2020. 880 с.
8. Литовченко І., Пилипчук В. Інтернет-маркетинг: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2017. 184 с.
9. Савич О. Управління маркетинговою діяльністю автовиробників на світовому ринку: монографія. Київ : КНЕУ, 2017. 244 с.
10. Ілляшенко С. Інструменти і методи комерціалізації інноваційної продукції : колект. монографія. Київ : Центр наукової літератури. 2018. 382 с.
11. 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).
12. 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).
13. 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.
14. 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.

#### **Інформаційні ресурси**

1. Державне агентство з питань електронного урядування України. URL: <https://ukc.gov.ua/derzhavne-agentstvo-z-pytan-elektronного-uryaduvannya-rozpochnayе-kampaniyu-trymaj-poradu-vid-susida/>
2. Законодавство України. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/>
3. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства. URL : <https://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>
4. Регіони України: статистичний щорічник. URL : [www.ukrstat.gov.ua](http://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: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

7. Міністерство аграрної політики та продовольства України: Офіційний сайт. URL: <http://www.minagro.gov.ua/>.

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