

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



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

КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА
АГРОПРОМИСЛОВИХ ФОРМУВАНЬ

Освітньо-професійна програма Екологічне рослинництво
спеціальність 201 Агрономія

освітній ступінь Магістр

Розробник:

Писаренко Володимир –

завідувач, професор кафедри маркетингу,
д.е.н., професор



Полтава
2021 р.

Назва навчальної дисципліни	Маркетингова товарна інноваційна політика агропромислових формувань
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: volodymyr.pysarenko@pdaa.edu.ua, тел.: 0664420433, сторінка викладача: https://www.pdaa.edu.ua/people/pysarenko-volodymyr-viktorovych
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Спеціальність	201 Агрономія
Попередні умови для вивчення навчальної дисципліни	За відповідним рівнем, дисципліни, що передують вивченню Маркетингової товарної інноваційної політики агропромислових формувань: економічна теорія, економіка підприємства, маркетинг, менеджмент

Опис дисципліни

Навчальна дисципліна «Маркетингова товарна інноваційна політика агропромислових формувань» дозволить оволодіти знаннями та навичками за допомогою яких майбутній фахівець зможе проявити себе як ініціативний працівник з випереджальним способом стратегічного мислення, адекватно реагуючий на зміни маркетингового середовища і здатний своєчасно вносити необхідні корективи в діяльність агропромислового формування з метою забезпечення досягнення цілей маркетингу та місії підприємства на ринку.

Заплановані результати навчання:

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

Основні завдання навчальної дисципліни: забезпечення теоретичної та практичної підготовки студентів до розробки та управління товарною інноваційною політикою агропромислових формувань за такими напрямками: надати 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 агропромислових формувань.

Компетентності:		Програмні результати навчання:
загальні:	фахові:	
ЗКЗ Здатність виявити, ставити та вирішувати	ФК 2 Здатність аналізувати та оцінювати сучасні проблеми,	ПРН 11 Здійснювати бізнесове проектування та маркетингове

<p>проблеми. ЗК5. Здатність розробляти проекти та управляти ними.</p>	<p>перспективи розвитку та науково-технічну політику в сфері агрономії. ФК 4 Здатність оцінювати придатність земель для вирощування сільськогосподарських культур з урахуванням вимог щодо забезпечення кількості та якості продукції ФК 6 Здатність розв'язувати складні задачі у широких або мультидисциплінарних контекстах на основі спеціалізованих концептуальних знань, що включають сучасні наукові здобутки у сфері агрономії</p>	<p>оцінювання виконання і впровадження інноваційних розробок</p>
---	--	--

Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Товар агропромислових формувань та його властивості

Тема 2. Товарна політика агропромислових формувань і управління асортиментом.

Тема 3. Системне управління якістю товарів та послуг агропромислових формувань.

Тема 4. Техніко-економічні показники і методи оцінювання продуктових інновацій агропромислових формувань.

Тема 5. Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту агропромислових формувань.

Тема 6. Планування й організація створення нового продукту агропромислових формувань.

Тема 7. Сучасні методи та засоби генерування ідей

Тема 8. Функціонально-вартісне обґрунтування інноваційного продукту агропромислових формувань

Трудомісткість

Загальна кількість годин – 90 год.

Кількість кредитів – 3.

Форма сем. контролю – залік.

Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни:

Робоча навчальна програма.

Схема нарахування балів з навчальної дисципліни

Назви тем	Форми оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти				Разом по темі
	Виконання практичного завдання	Розв'язання тестів	Написання рефератів	Опитування	
Тема 1. Товар агропромислових формувань та його властивості	5	3	-	3	11
Тема 2. Товарна політика	5	3	-	3	11

агропромислових формувань і управління асортиментом.					
Тема 3. Системне управління якістю товарів та послуг агропромислових формувань.	5	3	-	3	11
Тема 4. Техніко-економічні показники і методи оцінювання продуктивних інновацій агропромислових формувань.	5	3	-	3	11
Тема 5. Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту агропромислових формувань.	5	3	-	3	11
Тема 6. Планування й організація створення нового продукту агропромислових формувань	5	3	-	3	11
Тема 7. Сучасні методи та засоби генерування ідей	5	3	-	3	11
Тема 8. Функціонально-вартісне обґрунтування інноваційного продукту агропромислових формувань	5	3	12	3	23
Разом	40	24	12	24	100

Рекомендовані джерела інформації

- Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: Підручник. – К.: КНЕУ, 2010. – 240 с.
- Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу [Текст] : монографія / За ред. С.М. Ілляшенка. - Суми : Університетська книга, 2008. - 615 с. <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/756>
- Чухрай Н. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві. Підручник / Н. Чухрай, Р. Патора. – К.: Кондор, 2009. – 400 с.
- Ілляшенко С.М. Теоретико-методичні засади товарної інноваційної політики підприємства / С.М. Ілляшенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2011. - №2. - С. 13-
<http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/journals/2011/2/13-26>
- Писаренко В.В., Багорка М.О. Стратегічний маркетинг: навчальний посібник. Дніпро: Пороги, 2020. 240 с. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/8387>
- Писаренко В.В., Шталь Т.В., Гуржій Н.Г., Мелушова І.Ю. Стратегічне управління збутовою діяльністю підприємств на міжнародному ринку: маркетингово-логістичний аспект: монографія. Харків: Видавництво «Лідер», 2017. 230 с. URL: <http://repository.hneu.ua/handle/123456789/18274>
- Багорка М.О., Писаренко В.В. Маркетингові стратегії екологічно спрямованих інновацій в аграрному виробництві. Інноваційно-інформаційні процеси в маркетингу: колективна монографія. За ред. Л.М. Савчук, М.О. Багорка. Дніпро: Журфонд. 2019. С. 178-189. URL:<http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/8441>
- Романова Л.В. Аграрний маркетинг як важливий інструмент розвитку аграрного виробництва та сільських територій// Наукові праці МАУП//редкол.: А.М.Подольяка (голов. Ред.) [та ін.]- К.МАУП, 2001. вип.45 (2-2015). – К.: ДП «Видавничий дім«Персонал», 2015.– с. 73-79.
- Маркетинг: Підручник / В. Руделіус, О.М.Азарян, Н.О.Бабенко та ін: Ред.- упоряд. О.І.Сидоренко, Л.С.Макарова. 2-е вид. - К.:Навчально-видавничий центр "Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні", 2008. - 648 с.
- Писаренко В.В., Дем'яненко Н.В., Назаренко Є.О. Формування стратегії розвитку сільськогосподарського підприємства. Економіка та суспільство. 2018. № 18. Index Copernicus URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/18_ukr/72.pdf