

Силабус курсу:



СХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ ВОЛОДИМИРА ДАЛЯ

## ТОВАРНА ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА

<b>Ступінь вищої освіти:</b>	Магістр
<b>Спеціальність:</b>	075 “Маркетинг”
<b>Рік підготовки:</b>	1
<b>Семестр викладання:</b>	весняний
<b>Кількість кредитів ЄКТС:</b>	3.0
<b>Мова(-и) викладання:</b>	українська
<b>Вид семестрового контролю</b>	екзамен

**Автор курсу та лектор:**

вчений ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я та по-батькові

	посада		
ivchenko yua@gmail.com	+380501570933	Viber за номером телефону	511ГК аудиторія кафедри ПУММ
електронна адреса	телефон	месенджер	консультації

### Анотація навчального курсу

<b>Цілі вивчення курсу:</b>	<p>Метою лекційних та практичних занять за дисципліною: Мета проведення лекцій: викладання дисципліни є надання знань про головні напрямки розширення функцій маркетингу в стратегічному плануванні інноваційного процесу для створення комерційно вигідних товарів. Мета проведення практичних занять: набуття практичних навичок у застосуванні інструментів і методів інноваційної політики товару. Метою самостійної роботи за дисципліною: набуття студентами навичок самостійної роботи з навчальною та науковою літературою, підготовка до усіх видів контролю, до занять і доповідей; переорієнтація із лекційно-інформативної на індивідуально-диференційовану, особистісно-орієнтовану форму та на організацію самоосвіти студента; поглиблення, узагальнення та закріплення знань, які студенти отримують у процесі навчання, а також застосування цих знань на практиці; формування навичок із зрозумілого і недвозначного донесення власних висновків.</p>
<b>Результати навчання:</b>	<p><b>Знання:</b> ключові поняття, теоретичні та методологічні основи формування товарної інноваційної політики сучасного підприємства; методи формування ідей нового продукту; методи оцінки ідей нового продукту; методи оцінки комерційних перспектив нового продукту; <b>Вміння:</b> здійснювати кон'юнктурний аналіз споживчого ринку; оцінювати комерційні перспективи нового продукту; здійснювати стратегічне та оперативне планування інноваційної діяльності.</p>
<b>Передумови до початку вивчення:</b>	<p>Базові знання у сфері управління інноваціями, основ маркетингу, маркетингових комунікацій.</p>

## **Мета курсу (набуті компетентності)**

**Мета викладання дисципліни** є надання знань про головні напрямки розширення функцій маркетингу в стратегічному плануванні інноваційного процесу для створення комерційно вигідних товарів.

Вивчення даного навчального курсу призначене для формування, удосконалення та розвитку у здобувача вищої освіти наступних компетентностей:

Інтегральна компетентність - здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

Загальні компетентності:

ЗК1 - здатність приймати обґрунтовані рішення (ЗК1);

ЗК2 - здатність генерувати нові ідеї (креативність) (ЗК2);

ЗК4 - здатність до адаптації та дії в новій ситуації (ЗК4);

ЗК5 - здатність виявляти ініціативу та підприємливість (ЗК7).

Спеціальна компетентність:

СК4 - здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.

## Структура курсу

№	Тема	Години (Л/ПЗ)	Стислий зміст	Інструменти і завдання
1	<b>Товар і його властивості</b>	2/2	Сутність поняття «товар». Маркетингова концепція товару. Економічна сутність та форми товарної інновації Властивості товару: споживча вартість і вартість. Властивості інноваційного товару	Презентації в PowerPoint. Ділові ігри. Практичні вправи. Аналіз ситуацій. Тести. Індивідуальні завдання.
2	<b>Товарна політика та управління асортиментом</b>	2/2	Зміст, завдання та структура товарної політики підприємства. Сутність товарної інноваційної політики. Формування та управління товарним асортиментом сучасного підприємства в руслі концепції інноваційного розвитку. Товарна інноваційна політика та її місце у реалізації товарної інноваційної стратегії підприємства.	Презентації в PowerPoint. Ділові ігри. Практичні вправи. Аналіз ситуацій. Тести. Індивідуальні завдання.
3	<b>Техніко-економічні показники і методи оцінювання якості продуктових інновацій</b>	2/2	Якість продукції та фактори, що впливають на неї. Показники оцінювання якості продуктових інновацій та методи їх розрахунку. Оцінювання рівня якості продуктових інновацій.	Презентації в PowerPoint. Ділові ігри. Практичні вправи. Аналіз ситуацій. Тести. Індивідуальні завдання.
4	<b>Системне управління якістю товарів і послуг</b>	2/2	Еволюція методів організації робіт з якості. Сутність управління якістю продукції. Системний та процесний підхід до управління якістю продукції. Забезпечення якості товарних інновацій. Завдання маркетингу в забезпеченні якості товарних інновацій	Презентації в PowerPoint. Ділові ігри. Практичні вправи. Аналіз ситуацій. Тести. Індивідуальні завдання.
5	<b>Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту</b>	2/2	Економічне та комерційне оцінювання інновацій. Сутність та основні підходи до трактування категорії «інноваційний потенціал». Оцінка інноваційного потенціалу підприємства - інноватора	Презентації в PowerPoint. Ділові ігри. Практичні вправи. Аналіз ситуацій. Тести. Індивідуальні завдання.
6	<b>Планування та організація створення нового товару. Сучасні методи і засоби генерування ідей</b>	2/2	Процес планування створення нового товару. Особливості організації процесу створення нового товару. Участь служби маркетингу у процесі створення нового товару. Визначення та оцінка джерел інноваційної інформації. Методи генерації ідей нового товару	Презентації в PowerPoint. Ділові ігри. Практичні вправи. Аналіз ситуацій. Тести. Індивідуальні завдання.

№	Тема	Години (Л/ПЗ)	Стислий зміст	Інструменти і завдання
	<b>продуктових інновацій</b>			
7	<b>Функціонально-вартісне обґрунтування інноваційного продукту.</b>	2/2	Функціонально-вартісне обґрунтування інноваційного продукту: сутність, значення, основні форми та етапи проведення. Врахування факторів ризиків на стадіях розроблення інноваційних проектів. Інвестиційне забезпечення інноваційної діяльності.	Презентації в PowerPoint. Ділові ігри. Практичні вправи. Аналіз ситуацій. Тести. Індивідуальні завдання.

### Рекомендована література

#### Основна література:

1. Андреева Н. М. Товарна інноваційна політика [Текст] : навч. посіб. / Н. М. Андреева, О. В. Рулінська ; Одес. нац. екон. ун-т. - Одеса : Квітень, 2015. - 279 с.
2. Морохова В.О. Товарна інноваційна політика [Текст] : навч. посіб. / Валентина Олександрівна Морохова, Дарія Валеріївна Смолич. – Луцьк : Вежа-Друк, 2017. – 248 с.
3. Микитюк П. П. Інноваційний розвиток підприємства: навч. посіб. / П.П. Микитюк, Ж.Л. Крисько, О.Ф. Овсянюк-Бердадіна, С.М. Скочиляс. – Тернопіль: ПП «Принтер Інформ», 2015. – 224 с.
4. Окландер М. А. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. Для студентів ВНЗ / М. А. Окландер, М. В. Кірносова ; Одес. нац. політехн. ун-т. - Київ : Центр учбової літератури, 2014. - 207 с.
5. Павловська Л.Д. Маркетингові дослідження: навч. посібник / Л.Д. Павловська, Д.В. Павловський. . – Житомир, 2017. – 344 с.
6. Чухрай Н. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві: підручник / Н. Чухрай, Р. Патора. – К. : КОНДОР, 2016. – 398 с.
7. Яшкіна О.І. Маркетингові дослідження інновацій [електронний ресурс]: навч. посіб. / О.І. Яшкіна – О.: ОНПУ, 2018. – 102 с.

#### Додаткова література:

1. Збутова діяльність промислових підприємств: теорія та напрямки розвитку: Монографія / П. А. Орлов, Г. О. Холодний, М. А. Борисенко та ін. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2018. – 232 с.
2. . Стаднік Л. І., Шевченко А. О. Інноваційна цінова політика як елемент консалтингу в системі управління поведінкою споживачів. Економіка та держава. 2020. No 8. С. 66 –70. (кат. Б).
3. Стаднік Л. І., Шевченко А. О. Консалтингова діяльність у системі ф'ючерсної торгівлі як форма організації інноваційної товарної та цінової політики. Бізнес-Інформ.2020. No8.С.46–52.
4. Ковальчук С.В. Інноваційний маркетинг (Товарна інноваційна політика): Курс лекцій для студентів спеціальності “Маркетинг” / С.В. Ковальчук. – Хмельницький: ХНУ, 2016. – 266 с.
5. Конспект лекцій з дисципліни «Маркетингові інновації» / Укладач: Л.Я. Турчин – Тернопіль: ТНЕУ, 2018. – 103с.

## Інформаційні ресурси.

1. Система дистанційного навчання СНУ ім. В. Даля - <http://moodle2.snu.edu.ua/>
2. Освіта.UA: Освіта в Україні та за кордоном. URL : <http://osvita.ua/>
3. Вища освіта. URL : [http://osvita.ua/legislation/Vishya\\_osvita/](http://osvita.ua/legislation/Vishya_osvita/)
4. Ліга Бізнес-Інформ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.liga.net](http://www.liga.net).
5. Нормативні акти України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.nau.kiev.ua](http://www.nau.kiev.ua).
6. Міністерство економіки [Електронний ресурс]. – Режим доступу – [www.me.gov.ua](http://www.me.gov.ua)
7. Міністерство фінансів [Електронний ресурс]. – Режим доступу – [www.minfin.gov.ua](http://www.minfin.gov.ua)
8. Міністерство промислової політики [Електронний ресурс]. – Режим доступу – [www.industry.gov.ua](http://www.industry.gov.ua)
9. Державний комітет статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу – [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)
8. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу – [www.nbuv.gov.ua](http://www.nbuv.gov.ua)
10. Державна науково-технічна бібліотека України [Електронний ресурс]. – Режим доступу – [www.gntb.n-t.org](http://www.gntb.n-t.org)

## Оцінювання курсу

За повністю виконані завдання студент може отримати визначену кількість балів:

Інструменти і завдання	Кількість балів	
	Денна форма	Заочна форма
Присутність на заняттях та засвоєння лекційного матеріалу за темами	30	20
Виконання і захист практичних завдань	20	20
Виконання і захист індивідуального завдання	20	20
Залік (тест)	30	40
<b>Разом</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

## Шкала оцінювання студентів

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

## Політика курсу

<i>Плагіат та академічна доброчесність:</i>	<p>Дотримання академічної доброчесності за курсом ґрунтується на внутрішньо-університетській системі запобігання та виявлення академічного плагіату. До основних вимог за курсом віднесено - посилання на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.</p> <p>Перевірка текстів на унікальність здійснюється однаково для всіх здобувачів засобами:– за допомогою програмного забезпечення Unichack і засобів системи MOODLE; за Internet-джерелами – за допомогою програми Antiplagiarism.net.</p>
<i>Завдання і заняття:</i>	<p>Вимоги до студента:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- не запізнюватись на заняття;</li><li>- не пропускати заняття та у випадку хвороби підтверджувати довідкою з медичного закладу;</li><li>- активно приймати участь у навчальному процесі;</li><li>- бути пунктуальним та обов'язковим;</li><li>- своєчасно та якісно виконувати завдання визначені викладачем</li></ul>
<i>Поведінка в аудиторії:</i>	<p>Вимоги до студента:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Бути присутнім в аудиторії згідно розкладу та часу проведення занять</li><li>- залишати аудиторію з дозволу викладача;</li><li>- не заважати викладачу проводити заняття.</li><li>- бути підготовленим відповідно до тем курсу;</li><li>- виконувати вимоги та своєчасно проходити контрольні заходи.</li></ul>