

Міністерство освіти і науки України
Сумський національний аграрний університет
Факультет економіки і менеджменту
Кафедра маркетингу та логістики

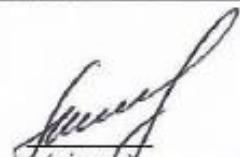
Робоча програма (силабус) освітнього компонента

Товарна інноваційна політика
(обов'язковий)

Реалізується в межах освітньої програми **Маркетинг**
за спеціальністю **075 Маркетинг**
на **2 (магістерському)** рівні вищої освіти


Суми – 2022

Розробник:  Шумкова Олена Володимирівна, к.е.н., доцент
(підпис) (прізвище, ініціали) (вчений ступінь та звання, посада)

Розглянуто, схвалено та затверджено на засіданні кафедри маркетингу та логістики (назва кафедри)	протокол від 03.06.2022 р. № 15
	Завідувач кафедри <u></u> Лишенко М.О. (підпис) (прізвище, ініціали)

Погоджено:

Гарант освітньої програми  Лишенко М.О.
(підпис) (ПІБ)

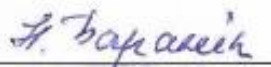
/ Декан факультету, де реалізується освітня програма  Строченко Н.І.
(підпис) (ПІБ)

Рецензія на робочу програму(додається) надана: Лишенко М.О.
(ПІБ)

Муштай В.А.
(ПІБ)

Методист відділу якості освіти,
ліцензування та акредитації


(підпис)


(ПІБ)

Зареєстровано в електронній базі: дата: 27.06 2022 р.

Інформація про перегляд робочої програми (силабусу):

Навчальний рік, в якому вносяться зміни	Номер додатку до робочої програми з описом змін	Зміни розглянуто і схвалено		
		Дата та номер протоколу засідання кафедри	Завідувач кафедри	Гарант освітньої програми

1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ

1.	Назва ОК	Товарна інноваційна політика						
2.	Факультет/кафедра	Факультет економіки і менеджменту, Кафедра маркетингу та логістики						
3.	Статус ОК	Обов'язковий						
4.	Програма/Спеціальність (програми), складовою яких є ОК для	Освітньо – професійна програма «Маркетинг». Другого рівня вищої освіти за спеціальністю 075 Маркетинг Галузі знань 07 Управління та адміністрування Кваліфікація: магістр з маркетингу						
5.	Рівень НРК	7						
6.	Семестр та тривалість вивчення	3-й, 1-12 тижнів						
7.	Кількість кредитів ЄКТС	5						
8.	Загальний обсяг годин та їх розподіл	Контактна робота(заняття)					Самостійна робота	
		Лекційні		Практичні/семінарські		Лабораторні		
		Денна 36 годин	Заоч. 6 годин	Денна 36 годин	Заоч. 4 годин	-	Денна 78 годин	Заоч. 140 годин
9.	Мова навчання	Українська						
10.	Викладач/Координатор освітнього компонента	К.е.н., доцент Шумкова Олена Володимирівна						
11.1	Контактна інформація	Шумкова О.В., доцент, ауд.214е, E-mail lena_shumkova@ukr.net, години консультацій: 2-й та 4-й вівторок 11.00-12.15						
11.	Загальний опис освітнього компонента	ОК «Товарна інноваційна політика» є складовою навчального плану, циклу дисциплін, які формують професійні компетентності. Знання та набуті компетентності спрямовані на поглиблення теоретичної підготовки студентів, щоб розкрити: поняття інновації, інноваційної діяльності, інноваційного маркетингу; методи управління товарним асортиментом для покращення якості та конкурентоздатності інноваційних товарів; методи і засоби генерування ідей продуктивних інновацій та їх функціонально-вартісне обґрунтування; програму розробки дизайну.						
12.	Мета освітнього компонента	Мета ОК «Товарна інноваційна політика» - формування теоретичних знань і практичних навичок управління товарною інноваційною політикою підприємства.						
13.	Передумови вивчення ОК, зв'язок з іншими освітніми компонентами ОП	1. Освітній компонент базується на дисциплінах: «Стратегічний маркетинг», «Маркетинговий менеджмент», «Методологія наукових досліджень та підтримання принципів академічної доброчесності». 2. Освітній компонент є основою для вивчення дисциплін «Маркетингова політика розподілу», «Міжнародний маркетинг»						
14.	Політика академічної доброчесності	У випадку порушення академічної доброчесності – реагування відповідно до Положення про академічну доброчесність учасників освітнього процесу. Списування відповідей (копіювання тексту) під час виконання письмових контрольних						

	робіт, написання не своїх варіантів завдань на контрольних заходах заборонені. Не допускається придбання в інших осіб чи організацій з наступним поданням як власних результатів навчальної та наукової діяльності (рефератів, проектів, контрольних, розрахункових робіт, есе, тощо). Користування мобільними пристроями допускається лише з дозволу викладача. Самостійні роботи у вигляді рефератів, доповідей, презентацій повинні мати коректні текстові посилання на використані інформаційні джерела.
--	--

2. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ ТА ЇХ ЗВ'ЯЗОК З ПРОГРАМНИМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ НАВЧАННЯ

Результати навчання за ОК: Після вивчення освітнього компонента студент очікувано буде здатен...»	Програмні результати навчання, на досягнення яких спрямований ОК (зазначити номер згідно з нумерацією, наведеною в ОП)						Як оцінюється РНД
	ПРН ₁	ПРН ₂	ПРН ₃	ПРН ₆	ПРН ₁₁	ПРН ₁₂	
ДРН 1. Виявити особливості товарної інноваційної політики та специфіку розширення функцій маркетингу в стратегічному плануванні інноваційного процесу для створення комерційно вигідних товарів.	x	x	x			x	Теоретичне (письмове) опитування (питання/тести)
ДРН 2. Аналізувати товарний асортимент та оцінювати його ефективність для покращення якості та конкурентоздатності інноваційних товарів	x	x		x	x		Аналітична робота
ДРН 3. Застосовувати сучасні прийоми й методи стратегічного планування товарної інноваційної політики, здійснювати оцінку та відбір перспективних ідей нових товарів; проводити попередній аналіз можливостей виробництва та збуту продуктових інновацій.	x		x	x		x	Аналітична робота
ДРН 4. Запропонувати дизайн товару або послугу ринкової новизни			x	x		x	Презентація з доповіддю

ПРН₁. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.

ПРН₂. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.

ПРН₃. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.

ПРН₆. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.

ПРН₁₁. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

ПРН₁₂. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.

3. ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА (ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ)

Тема. Перелік питань, що будуть розглянуті в межах теми	Розподіл в межах загального бюджету часу							Рекомендована література
	Аудиторна робота					Самостійна робота		
	Лк		П.з / семін. з		Лаб. з.			
	денна	заоч	денна	заоч		денна	заоч	
<i>Тема 1. Інновація як об'єкт товарної інноваційної політики</i> 1. Поняття інновації та інноваційної діяльності 2. Інноваційний маркетинг 3. Сутність, типи і етапи товарної інноваційної політики	6	2	4	2	-	10	18	1,2,4,7,8, 9,10,11,12
<i>Тема 2. Поняття товару та управління товарним асортиментом</i> 1. Маркетингове розуміння товару 2. Управління товарним асортиментом	4	-	4	-	-	8	16	2,3,6, 9,10,11,12
<i>Тема 3. Системне управління якістю продуктивних інновацій</i> 1. Основні поняття та показники якості продукції 2. Управління якістю товарів і послуг 3. Сучасні системи менеджменту якості	4	-	4	-	-	12	18	2,3,5,6, 9,10,11,12
<i>Тема 4. Комплексне забезпечення реалізації товарної інноваційної політики</i> 1. Зміст маркетингової продуктової та технологічної інновації 2. Інформаційне забезпечення розробки інноваційного	6	-	4	-	-	10	18	1,2,4,5,7,8, 9,10,11,12

продукту 3. Критерії оцінювання ринкових перспектив інноваційного продукту								
Тема 5. Планування та організація створення нового товару 1. Основні завдання планування продукту 2. Етапи розробки нового товару	6	2	6	2	-	10	16	1,2,4,5,9,10,11,12
Тема 6. Сучасні методи та засоби генерування ідей продуктових інновацій 1. Методи прогностики 2. Логічні методи	4	2	4	-	-	10	18	1,2,4,5,7,8,9,10,11,12
Тема 7. Функціонально - вартісне обґрунтування інвестиційного продукту 1. Основні принципи та етапи функціонально-вартісного аналізу 2. Форми та процедури функціонально-вартісного аналізу	4	-	4	-	-	8	16	1,2,4,5,9,10,11,12
Тема 8 Дизайн нового товару 1. Поняття дизайну і складові оформлення продукту 2. Зміна зовнішнього вигляду упаковки	2	-	6	-	-	10	20	1,2,3,4,7,8,9,10,11,12
Всього	36	6	36	4	-	78	140	

4. МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ ТА НАВЧАННЯ

ДРН	Методи викладання (робота, що буде проведена викладачем <u>під час аудиторних занять, консультацій</u>)	Методи навчання (які види навчальної діяльності має виконати <u>студент самостійно</u>)
ДРН 1. Виявити особливості товарної інноваційної політики та специфіку розширення функцій маркетингу в стратегічному плануванні інноваційного процесу для створення комерційно вигідних товарів.	Інтерактивна лекція, письмове або усне опитування (тести/питання)	Робота з навчально-методичною літературою, конспектування
ДРН 2. Аналізувати товарний асортимент та оцінювати його ефективність для покращення якості та конкурентоздатності інноваційних товарів	Інтерактивна лекція, експрес - опитування, розв'язання ситуаційних завдань, практична робота	Робота з навчально-методичною літературою, конспектування, розв'язання ситуаційних завдань
ДРН 3. Застосовувати сучасні прийоми й методи стратегічного планування товарної інноваційної	Інтерактивна лекція, розв'язання ситуаційних завдань, використання	Робота з навчально-методичною літературою, конспектування,

політики, здійснювати оцінку та відбір перспективних ідей нових товарів; проводити попередній аналіз можливостей виробництва та збуту продуктових інновацій.	контролюючих завдань	розв'язання ситуаційних завдань
ДРН 4. Запропонувати дизайн товару або послугу ринкової новизни	Інтерактивна лекція, розв'язання ситуаційних завдань, використання контролюючих завдань	Робота з навчально-методичною літературою, конспектування.

5. ОЦІНЮВАННЯ ЗА ОСВІТНІМ КОМПОНЕНТОМ

5.1. Діагностичне оцінювання (зазначається за потреби)

5.2. Сумативне оцінювання

5.1.1. Для оцінювання очікуваних результатів навчання передбачено

№	Методи сумативного оцінювання	Бали / Вага у загальній оцінці	Дата складання
1	Теоретичне (письмове) опитування (питання/тести)	20 балів / 20%	4,8,11 тижні
2	Аналітична робота 1 (аналіз товарного асортименту)	20 балів / 20%	3 тиждень
3	Аналітична робота 2 (аналіз шансів нового товару на сприйняття його ринком)	20 балів / 20%	7 тиждень
4	Презентація з доповіддю (пропозиція щодо власно розробленого товару)	10 балів / 10%	10 тиждень
5	Екзамен (письмово, 2 теоретичних питання, 1 практичне завдання)	30 балів / 30%	

5.1.2. Критерії оцінювання

Компонент	Незадовільно	Задовільно	Добре	Відмінно
Теоретичне (письмове) опитування (питання/тести)	<12 балів	12-15 балів	15-18 балів	18-20 балів
	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань, допускаючи при цьому суттєві неточності, правильно вирішив меншість тестових завдань	В цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки.	Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі тестові завдання

		Правильно вирішив половину тестових завдань	незначні помилки. Правильно вирішив більшість тестових завдань	
Аналітична робота 1	<i><12 балів</i>	<i>12-15 балів</i>	<i>15-18 балів</i>	<i>18-20 балів</i>
	Завдання виконано частково і неякісно	Завдання розв'язані, але містять грубі помилки; завдання розв'язані не у повному обсязі та допущено значні помилки; не сформульовані висновки за результатами розрахунків	Завдання виконані повністю але при розв'язуванні допущені незначні помилки; не обґрунтовано викладений матеріал; у висновках містяться помилки та недоречності	Завдання розв'язані повністю і правильно, містять пояснення до розрахунків; показано вміння самостійно формулювати висновки за результатами проведеного дослідження
Аналітична робота 2	<i><12 балів</i>	<i>12-15 балів</i>	<i>15-18 балів</i>	<i>18-20 балів</i>
	Вимоги щодо завдання не виконано	Більшість вимог виконано, але окремі складові відсутні або недостатньо розкриті, відсутній аналіз інших підходів до питання	Виконано усі вимоги завдання	Виконано усі вимоги завдання, продемонстровано, креативність, вдумливість, запропоновано власне вирішення проблеми
Презентація з доповіддю	<i><5 балів</i>	<i>5-7 балів</i>	<i>7-9 балів</i>	<i>9-10 балів</i>
	Вимоги щодо завдання не виконано	Більшість вимог виконано, але окремі складові відсутні або недостатньо розкриті, відсутній аналіз інших підходів до питання	Виконано усі вимоги завдання	Виконано усі вимоги завдання, продемонстровано, креативність, вдумливість, запропоновано власне вирішення проблеми, присутній творчий підхід
Екзамен (письмово, 2 теоретичних питання, 1 практичне завдання)	<i><18 балів</i>	<i>18-23</i>	<i>23-27 балів</i>	<i>27-30 балів</i>
	Студент взагалі не відповів на питання, або його відповідь є неправильною, Аргументація відсутня взагалі	Студент дав відповідь на поставлене питання, однак допустив суттєві помилки як змістовного	Студент дав досить змістовну відповідь на поставлене питання, але відповідь недостатня	Відповідь студента містить повний, розгорнутий, правильний виклад матеріалу з поставленого питання;

	<p>або ж є абсолютно безсистемною чи алогічною. Задача розв'язана невірно. Відповідь на ситуативне завдання є необґрунтованою та алогічною</p>	<p>характеру, так і при оформленні відповіді на питання, у роботі багато грубих орфографічних помилок; порушено алгоритм розв'язку задачі і/або присутні помилки при розрахунках, відсутні висновки; обґрунтування відповіді до ситуатійного завдання є слабо аргументованим і/або в окремих аспектах алогічним</p>	<p>повнота, незначні неточності чи прогалини при поясненні того чи іншого аспекту питання; відповідь на ситуаційне завдання є недостатньо аргументованою; алгоритм розв'язку задачі є вірним, однак допущені помилки при розрахунках</p>	<p>демонструє знання основних понять і категорій та взаємозв'язку між ними, вірно розуміння змісту основних теоретичних положень; вказує на вміння давати змістовний та логічний аналіз матеріалу з поставленого питання; містить послідовний та аргументований розв'язок задачі (завдання); вірно зроблені розрахунки до задачі</p>
--	--	---	--	--

5.3.Формативне оцінювання:

Для оцінювання поточного прогресу у навчанні та розуміння напрямів подальшого удосконалення передбачено

№	Елементи формативного оцінювання	Дата
1	Теоретичне письмове опитування (питання / тести)	3,8,12 тижні
2	Перевірка та обговорення викладачем і студентами аналітичної роботи 1	Протягом 1 тижня після подання на перевірку
3	Перевірка та обговорення викладачем і студентами аналітичної роботи 2	Протягом 2 тижнів після подання на перевірку
4	Усне обговорення презентації з доповіддю протягом занять	Протягом 1 тижня після подання на перевірку

6. НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ (ЛІТЕРАТУРА)

6.1. Основні джерела

1. Конспект лекцій з дисципліни «Маркетингові інновації» для студентів всіх форм навчання рівня вищої освіти «магістр» / Укладач: Л.Я. Турчи. Тернопіль: ТНЕУ, 2018. 103 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/32228/1/Конспект%20лекцій%20Маркетингові%20інновації.pdf>

2. Морохова В. О., Смолич Д.В. Товарна інноваційна політика: навч. посіб. Луцьк: Вежа-Друк, 2017. 248 с. URL: <https://lib.lntu.edu.ua/sites/default/files/2021-01/ТОВАРНА%20ІННОВАЦІЙНА%20ПОЛІТИКА.pdf>

3. Шумкова О.В., Лищенко М.О, Шумкова В.І. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник для студентів 4 курсу спеціальності 075 «Маркетинг» Суми: ФОП Литовченко Є.Б., 2020. 250 с.

6.2. Інші джерела

4. Андрєєва Н.М., Рулінська О.В. Товарна інноваційна політика: навчальний посібник. Одес. нац. екон. ун-т. Одеса: Апрель, 2015. 279 с.

5. Кардаш В.Я., Павленко І.А., Шафалюк О.К. Товарна інноваційна політика: Підручник. К.:КНЕУ, 2002. 266 с.

6. Маркетинг для магістрів: навчальний посібник для студентів спеціальності Маркетинг / за заг. ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка. Суми : ВТД «Університетська книга», 2008. 928 с.

7. Чухрай Н., Патора Р. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві: Підручник. К.: КОНДОР, 2006. 398 с.

8. Щербань В.М., Козубенко Л.Д. Товарна інноваційна політика: навчальний посібник. К.: КОНДОР, 2006. 400 с.

6.3. Методичне забезпечення

9. Товарна інноваційна політика. Конспект лекцій для студентів 2 м курсу спеціальності 075 «Маркетинг», освітнього ступеня «Магістр» денної та заочної форм навчання / Суми, 2022. 129 с. Протокол № 3 від 10.02.2022 р.

10. Товарна інноваційна політика. Робочий зошит до проведення практичних занять та самостійної роботи для студентів 1м курсу спеціальностей 075 «Маркетинг», 073 «Менеджмент» ОП «Логістика» освітнього ступеня - «Магістр» денної та заочної форм навчання / Суми, 2018. 48 с. Протокол № 2 від 01.11.2018 р.

11. Товарна інноваційна політика. Методичні рекомендації до виконання занять та самостійної роботи для студентів 1м курсу спеціальностей 075 «Маркетинг», 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» освітнього ступеня - «Магістр» денної та заочної форм навчання / Суми, 2018. 32 с. Протокол № 2 від 01.11.2018 р.

12. Курс «Товарна інноваційна політика» в системі MOODLE / Автор: О.В. Шумкова. URL: <https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=1431>

6.4. Інформаційні ресурси

13. Офіційний сайт організації Українська асоціація маркетингу. URL: <http://www.uam.kneu.kiev.ua>

14. Маркетинг в Україні. Науковий журнал Української асоціації маркетингу. URL: <http://uam.in.ua/ukr/projects/marketing-in-ua/arhive.php>

15. Офіційний сайт організації International Institute of Marketing Professionals. URL: <http://www.theiimp.org/marketing-international-association>

16. Офіційний сайт організації American Marketing Association URL: <https://www.ama.org>

6.5. Програмне забезпечення

1. Використання стандартного пакету Microsoft Excel

2. Сервіс Canva