

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

Робоча програма (силабус) освітнього компонента

Інноваційний маркетинг

(обов'язковий)

Реалізується в межах освітньо - наукової програми

Маркетинг

(назва)

за спеціальністю

075 Маркетинг

(шифр, назва)

на третьому (освітньо - науковому) рівні вищої освіти

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

Розглянуто, схвалено та затверджено на засіданні кафедри маркетингу та логістики (назва кафедри)	протокол від 26.06.2021 р. № 14
	Завідувач кафедри <u>Лишенко М.О.</u> (підпис) (прізвище, ініціали)

Погоджено:

Гарант освітньої програми Жмайлов В.М.
(підпис) (ПІБ)

Завідувач відділу аспірантури та докторантури _____ Костель М.В.
(підпис) (ПІБ)

Рецензія на робочу програму(додається) надана:

Лишенко М.О.
(ПІБ)

Макаренко Н.О.
(ПІБ)

Методист відділу якості освіти, ліцензування та акредитації

Жар
(підпис)

Н.Таранік
(ПІБ)

Зареєстровано в електронній базі: дата: 09.09 2021 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
2022 2023	—	03.06.2022 протокол № 15	<i>[Signature]</i>	<i>[Signature]</i>

1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ

1.	Назва ОК	Інноваційний маркетинг		
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	075 Маркетинг		
5.	ОК може бути запропонований для			
6.	Рівень НРК	8		
7.	Семестр та тривалість вивчення	2 семестр, 18 тижнів		
8.	Кількість кредитів ЄКТС	3		
9.	Загальний обсяг годин та їх розподіл	Контактна робота(заняття)		Самостійна робота
		Лекційні	Практичні/ семінарські	Лабораторні
		8	8	-
				74
10.	Мова навчання	Українська		
11.	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		
12.	Загальний опис освітнього компонента	ОК «Інноваційний маркетинг» спрямований на отримання теоретико-методичних основ організації та реалізації заходів маркетингу інновацій на підприємстві. Студенти зможуть визначити найбільш перспективні напрямки інноваційного розвитку підприємства, прийнятні з точки зору зовнішніх і внутрішніх умов; генерувати і аналізувати ідеї нових товарів, з функціонально-економічним обґрунтуванням відповідності нових товарів ринковим вимогам.		
13.	Мета освітнього компонента	Мета ОК «Інноваційний маркетинг» - набуття теоретичних знань в галузі інноваційного маркетингу та практичних навичок щодо просування нововведень на ринок товарів і послуг.		
14.	Передумови вивчення ОК, зв'язок з іншими освітніми компонентами ОП	1. Освітній компонент базується на дисциплінах: «Сучасні концепції маркетингу», «Стратегічна інноватика». 2. Освітній компонент є основою для вивчення дисциплін «Комунікації в науковому середовищі», «Сучасні інформаційні технології у науковій діяльності», «Управління науковими проектами».		
15.	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 ₁₀	ПРН ₁₃	ПРН ₁₅	ПРН ₂₂	
	Формувати наукову проблему з огляду на ціннісні орієнтири сучасного суспільства та стан її наукової розробки, стратегічні інноваційні маркетингові рішення досліджуваної проблеми, які мають розширювати і поглиблювати наукові дослідження за спеціальністю «Маркетинг».	Професійно презентувати результати своїх досліджень на вітчизняних та міжнародних наукових конференціях, семінарах, в тому числі іноземною мовою у науковій, інноваційній та педагогічній діяльності.	Уміння вдосконалювати організаційну структуру суб'єктів господарювання для здійснення інноваційного проекту; оцінювати ефективність сучасних системних технологій маркетингу.	Вміти формувати і обробляти необхідну інформаційну базу щодо аналізу конкурентного маркетингового середовища діяльності підприємства, території в глобалізаційних умовах розвитку економіки, інноваційної та інвестиційної діяльності підприємства.	
ДРН 1. Науково обґрунтовано розуміти основні принципи інноваційного маркетингу та приймати рішення в галузі маркетингу інновацій для задоволення потреб споживачів і забезпечення ефективного розвитку напрямів бізнесу підприємства	x		x		Теоретичне (письмове/усне) опитування (питання/тести)
ДРН 2. Самостійно виконувати розробку цілей та стратегічних рішень розвитку інноваційного маркетингу, зокрема в нестабільних ринкових ситуаціях		x	x	x	Підготовка і публікація наукової статті /тез виступу на науковій конференції
ДРН 3. Застосовувати основні етапи створення нового продукту та чинники, що впливають на організацію інноваційної діяльності,	x	x	x	x	Аналітична робота

використовувати методичні підходи і вміти оцінювати ринкові перспективи інноваційного продукту.					
---	--	--	--	--	--

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.		
Тема 1. Інноваційні процеси в маркетинговій діяльності 1. Інноваційний маркетинг як сучасна концепція маркетингу. 2. Сутність поняття «маркетингові інновації». 3. Новітні концепції маркетингу на базі інноваційного маркетингу. 4. Особливості інноваційного маркетингу в Україні.	2	2		8	2,3,4,5,6,7,8
Тема 2. Процес створення маркетингових інновацій. 1. Сутність та етапи інноваційного процесу. 2. Джерела інноваційних ідей.	-	-		8	2,3,6
Тема 3. Класифікація маркетингових інновацій 1. Види маркетингових інновацій. 2. Інноваційні різновиди маркетингу. 3. Інновації у маркетингових дослідженнях.	-	-		8	2,3,5,6,8
Тема 4. Маркетингові інноваційні стратегії 1. Стратегія «блакитного океану»: сутність та переваги. 2. Варіанти утворення стратегії «блакитного океану». 3. Процес розробки стратегії «блакитного океану».	-	-		8	1,2,3,5,6,7
Тема 5. Маркетингові рішення у товарній інноваційній політиці. 1. Місце товару в маркетинговій інноваційній діяльності. 2. Маркетингове розуміння товару. 3. Заходи щодо управління товарним асортиментом. 4. Зміст товарної інноваційної політики підприємств маркетингової орієнтації.	2	2	-	10	1,4,6,7,8
Тема 6. Маркетингова цінова політика стосовно інноваційного продукту 1. Цінова політика щодо нововведень. 2. Цінові стратегії й методика визначення ціни на базисну, поліпшуючу й продуктову інновацію.	2	2		10	1,4,6,7,8

3. Конкурентоспроможність та комерційний успіх нової продукції..					
Тема 7. Особливості розподілу інноваційного продукту 1. Маркетингова політика розподілу інноваційного продукту. 2. Управління канали розподілу на інноваційному ринку.	2	-		10	1,4,6,7,8
Тема 8. Комунікаційне забезпечення маркетинг інновацій 1. Складові інтегрованих маркетингових комунікацій і пошук їхнього оптимального сполучення при просуванні інновацій. 2. Розробка рекламних послань щодо нових товарів. 3. Інноваційні методи PR-маркетингу. 4. Бренд-менеджмент нових товарів.	-	2		12	1,4,6,7,8
Всього	8	8		74	

4. МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ ТА НАВЧАННЯ

ДРН	Методи викладання (робота, що буде проведена викладачем <u>під час аудиторних занять, консультацій</u>)	Кількість годин	Методи навчання (які види навчальної діяльності має виконати <u>студент самостійно</u>)	Кількість годин
ДРН 1. Науково обґрунтовано розуміти основні принципи інноваційного маркетингу та приймати рішення в галузі маркетингу інновацій для задоволення потреб споживачів і забезпечення ефективного розвитку напрямів бізнесу підприємства	Інтерактивна лекція, дискусія, письмове або усне опитування (тести/питання)	4	Робота з навчально-методичною літературою, конспектування, тестування	22
ДРН 2. Самостійно виконувати розробку цілей та стратегічних рішень розвитку інноваційного маркетингу, зокрема в нестабільних ринкових ситуаціях	Інтерактивна лекція, дискусія, розв'язання ситуаційних завдань, практична робота	4	Робота з навчально-методичною літературою, розв'язання ситуаційних завдань	10
ДРН 3. Застосовувати основні етапи створення нового продукту та чинники, що впливають на організацію інноваційної діяльності, використовувати методичні підходи і вміти оцінювати ринкові перспективи інноваційного продукту.	Інтерактивна лекція, розв'язання ситуаційних завдань, практична робота	8	Робота з навчально-методичною літературою, розв'язання ситуаційних завдань	42

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/усне) опитування (питання/тести)	20/20%	3,8,11 тиждень
2.	Підготовка і публікація наукової статті /тез виступу на науковій конференції	30/30%	5,10 тиждень
3.	Аналітична робота (оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту)	20/20%	9, 15 тиждень
4.	Екзамен (письмово, 2 теоретичних питання, 1 практичне завдання)	30/30%	19-20 тижні (згідно розкладу іспитів)

5.1.2. Критерії оцінювання

Компонент	Незадовільно	Задовільно	Добре	Відмінно
Теоретичне (письмове) опитування (питання/тести)	<12 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	12-15 балів 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. Правильно вирішив половину тестових завдань.	15-18 балів 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 незначні помилки. Правильно вирішив більшість тестових завдань.	20 балів 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.
Підготовка і публікація наукової статті /тез виступу на науковій конференції	<18 балів Вимоги щодо публікації не виконано	18-23 Більшість вимог виконано, підготовлено чорновий варіант публікації, але є потреба у її корегуванні	23-28 балів Виконано усі вимоги завдання, але публікація ще не подана до друку	30 балів Виконано усі вимоги завдання, наукова стаття /теза опублікована
Аналітична робота	<12 балів Завдання виконані	12-15 балів Завдання розв'язані, але	15-18 балів Завдання виконані повністю але при	20 балів Завдання розв'язані повністю і

	частково і неякісно; записані тільки формули	містять грубі помилки; завдання розв'язані не у повному обсязі та допущено значні помилки; не сформульовані висновки за результатами розрахунків	розв'язуванні допущені незначні помилки; не обґрунтовано викладений матеріал; у висновках містяться помилки та недоречності.	правильно, містять пояснення до розрахунків; показано вміння самостійно формулювати висновки за результатами проведеного дослідження; присутній творчий підхід
Екзамен (письмово, 2 теоретичних питання, 1 практичне завдання)	<i><18 балів</i>	<i>18-23</i>	<i>23-28 балів</i>	<i>30 балів</i>
	Студент взагалі не відповів на питання, або його відповідь є неправильною, Аргументація відсутня взагалі або ж є абсолютно безсистемною чи алогічною. Задача розв'язана невірно. Відповідь на ситуативне завдання є необґрунтованою та алогічною.	Студент дав відповідь на поставлене питання, однак допустив суттєві помилки як змістовного 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 ситуаційного завдання є слабо аргументованим і/або в окремих аспектах алогічним.	Студент дав досить змістовну відповідь на поставлене питання, але відповідь недостатня 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.	Відповідь студента містить повний, розгорнутий, правильний виклад матеріалу з поставленого питання; 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.

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	Усне обговорення презентації з доповіддю протягом занять	Протягом 2 тижнів після подання на перевірку
3	Перевірка та обговорення чорнового варіанту публікації наукової статті /тез виступу на науковій конференції	Протягом 2 тижнів після подання на перевірку
4	Перевірка та обговорення викладачем і студентами аналітичної роботи	Протягом 2 тижнів після подання на перевірку

6. НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ (ЛІТЕРАТУРА)

6.1. Основні джерела

6.1.1 Підручники, посібники

1. Андреева Н. М., Рулінська О. В. Товарна інноваційна політика: навчальний посібник. Одеський. нац. екон. ун-т. Одеса: Апрель, 2015. 279 с.
2. Ілляшенко С. М. Інноваційний розвиток: маркетинг і менеджмент знань: монографія. Суми: ТОВ «Діса плюс», 2016. 192 с.
3. Інноваційний розвиток підприємства : навчальний посібник / За ред. П. П.Микитюка. Тернопіль : ПП «Принтер Інформ», 2015. 224 с.
4. Ілляшенко Н. С. Маркетинг інновацій: конспект лекцій. Суми: Сумський державний університет, 2014. 132 с.
5. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: монографія / за ред. д.е.н., професора С. М. Ілляшенка. Суми: ВТД «Університетська книга», 2018. 615 с.
6. Маркетингові аспекти управління інноваційним розвитком: монографія / За ред. С.М. Ілляшенка. Суми: ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2014. 480 с.
7. Турчи Л.Я. Конспект лекцій з дисципліни «Маркетингові інновації» для студентів всіх форм навчання рівня вищої освіти «Магістр». Тернопіль: ТНЕУ, 2018. 103с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/32228/1/Конспект%20лекцій%20Маркетингові%20інновації.pdf>
8. Чухрай Н. І. Маркетинг інновацій: підручник. Львів: Видавництво. Львівської політехніки, 2011. 256 с.

6.2 Додаткові джерела

1. <http://www.uam.kneu.kiev.ua> - Українська асоціація маркетингу: офіційний сайт організації.
2. <http://uam.in.ua/ukr/projects/marketing-in-ua/arhive.php> - Маркетинг в Україні. Науковий журнал Української асоціації маркетингу
3. <http://uam.in.ua/ukr> - Українська асоціація маркетингу
4. <http://thedma.org> - Data Marketing&Analytics
5. <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua> - журнал «Маркетинг і менеджмент інновацій».
6. <http://www.theiimp.org/marketing-international-association> - International Institute of Marketing Professionals
7. <http://www.ama.org> - American Marketing Association

6.3 Програмне забезпечення

1. Персональні комп'ютери з підключенням до Інтернет
2. Бітрікс – 24.