

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

Спеціальність	075 «Маркетинг»
Освітня програма	Маркетинг (2024 рік набору)
Рівень вищої освіти	Другий (магістерський)

Розробник: Олена Шумкова (підпис) Олена ШУМКОВА, к.е.н., доцент, доцент (ім'я та прізвище) (вчений ступінь та звання, посада)

Розглянуто, схвалено та затверджено на засіданні кафедри маркетингу та логістики (назва кафедри)	протокол від 16.06.2025 р. № 18
Завідувач кафедри	<u>Наталія Макаренко</u> (підпис) Наталія МАКАРЕНКО (ім'я та прізвище)

Погоджено:

Гарант освітньої програми

Маргарита Лищенко (підпис)

Маргарита ЛИШЕНКО (ім'я та прізвище)

Декан факультету, де реалізується освітня програма

Світлана Лукаш (підпис)

Світлана ЛУКАШ (ім'я та прізвище)

Рецензія на робочу програму (додається) надана:

Маргарита Лищенко (підпис) (ім'я та прізвище)
Наталія Макаренко (підпис) (ім'я та прізвище)

Методист відділу якості освіти, ліцензування та акредитації

Н. Баран (підпис)

Наталія Баран (ім'я та прізвище)

Зареєстровано в електронній базі: дата: 23.06 2025 р.

17.	Посилання на курс на навчальній платформі Moodle	https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=1431
-----	--	---

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	Тест множинного вибору
ДРН 2. Аналізувати товарний асортимент та оцінювати його ефективність для покращення якості та конкурентоздатності інноваційних товарів.	x	x		x	x		Вирішення практичних і ситуативних завдань
ДРН 3. Здійснювати оцінку та відбір перспективних ідей нових товарів; проводити попередній аналіз можливостей виробництва та збуту продуктових інновацій.	x		x	x		x	Вирішення практичних і ситуативних завдань
ДРН 4. Запропонувати дизайн товару (упаковки) 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. 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 КОМОПОНЕНТА (ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ)

Тема. Перелік питань, що будуть розглянуті в межах теми	Розподіл в межах загального бюджету часу							Рекомендова на література
	Аудиторна робота					Самостійна робота		
	Лк		П.з / семін. з		Лаб з.			
	денна	заоч	денна	заоч		денна	заоч	
Тема 1. Інновація як об'єкт товарної інноваційної політики 1. Поняття інновації та інноваційної діяльності 2. Інноваційний маркетинг та його застосування в період військового стану в Україні. 3. Сутність, і зміст товарної інноваційної політики	6	2	4	-	-	10	18	Підручники, посібники: 1,2 Методичне забезпечення: 1,2,3,4,5 Інші джерела: 1,2,3,5,6,9,10
Тема 2. Поняття товару та управління товарним асортиментом 1. Маркетингове розуміння товару 2. Управління товарним асортиментом	4	-	4	2	-	8	16	Підручники, посібники: 1,2 Методичне забезпечення: 1,2,3,4,5 Інші джерела: 1,3,4,6,8,10
Тема 3. Системне управління якістю продуктових інновацій 1. Основні поняття та показники якості продукції 2. Управління якістю товарів і послуг 3. Сучасні системи менеджменту якості	4	-	4	-	-	12	16	Підручники, посібники: 1,2 Методичне забезпечення: 1,2,3,4,5 Інші джерела: 3,4,6,8,9,10
Тема 4. Комплексне забезпечення реалізації товарної інноваційної політики 1. Зміст маркетингової продуктової та технологічної інновації 2. Інформаційне забезпечення розробки інноваційного продукту 3. Критерії оцінювання ринкових перспектив інноваційного продукту	6	-	4	-	-	10	18	Підручники, посібники: 1,2 Методичне забезпечення: 1,2,3,4,5 Інші джерела: 1,2,3,5,6,10
Тема 5. Планування та організація створення нового товару 1. Основні завдання планування	6	2	6	-	-	10	18	Підручники, посібники: 1,2 Методичне забезпечення:

продукту 2. Етапи розробки нового товару								1,2,3,4,5 Інші джерела: 3,4,5,6,7,8,10
<i>Тема 6. Сучасні методи та засоби генерування ідей продуктових інновацій</i> 1. Методи прогностики 2. Логічні методи	4	-	4	2	-	10	18	Підручники, посібники: 1,2 Методичне забезпечення: 1,2,3,4,5 Інші джерела: 3,4,5,6,8,10
<i>Тема 7. Функціонально - вартісне обґрунтування інвестиційного продукту</i> 1. Основні принципи та етапи функціонально-вартісного аналізу 2. Форми та процедури функціонально-вартісного аналізу	4	-	4	-	-	8	18	Підручники, посібники: 1,2 Методичне забезпечення: 1,2,3,4,5 Інші джерела: 3,4,5,6,7,8,10
<i>Тема 8 Дизайн нового товару</i> 1. Поняття дизайну і складові оформлення продукту 2. Зміна зовнішнього вигляду упаковки	2	-	6	-	-	10	20	Підручники, посібники: 1,2 Методичне забезпечення: 1,2,3,4,5 Інші джерела: 1,3,5,6
Всього	36	4	36	4	-	78	142	

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.	<i>Словесні методи:</i> навчальна лекція, бесіда, пояснення, навчальна дискусія <i>Наочні методи:</i> презентація <i>Практичні методи:</i> ситуаційні вправи, практичні завдання	Метод готових знань. Аналітичні методи навчання; пошук інформації. Метод формування умінь і навичок.
ДРН 2. Аналізувати товарний асортимент та оцінювати його ефективність для покращення якості та конкурентоздатності інноваційних товарів.	<i>Словесні методи:</i> навчальна лекція, бесіда, пояснення, навчальна дискусія <i>Наочні методи:</i> презентація <i>Практичні методи:</i> ситуаційні вправи, практичні завдання	Метод готових знань. Аналітичні методи навчання; пошук інформації. Метод формування умінь і навичок.
ДРН 3. Здійснювати оцінку та відбір перспективних ідей нових товарів; проводити попередній аналіз можливостей	<i>Словесні методи:</i> навчальна лекція, бесіда, пояснення, навчальна дискусія <i>Наочні методи:</i> презентація	Метод готових знань. Аналітичні методи навчання; пошук інформації. Метод формування умінь і

виробництва та збуту продуктивних інновацій.	<i>Практичні методи:</i> ситуаційні вправи, практичні завдання	навичок. Проблемно-пошуковий метод
ДРН 4. Запропонувати дизайн товару (упаковки) або послугу ринкової новизни	<i>Словесні методи:</i> навчальна лекція, бесіда, пояснення, навчальна дискусія <i>Наочні методи:</i> презентація <i>Практичні методи:</i> ситуаційні вправи, практичні завдання	Метод готових знань. Проблемно-пошуковий метод. Методи перевірки і оцінювання знань, умінь і навичок

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	Теоретичний зріз знань (тест множинного вибору – 2 модулі по 10 балів)	20 балів / 20%	4,11 тижні
2	Розрахункове завдання 1 (аналіз товарного асортименту та його ефективність)	20 балів / 20%	3 тиждень
3	Розрахункове завдання 2 (аналіз шансів нового товару на сприйняття його ринком)	20 балів / 20%	8 тиждень
4	Презентація з доповіддю (пропозиція щодо дизайну розробленого товару)	10 балів / 10%	10 тиждень
	Разом	70 балів / 70 %	12 тиждень
5	Екзамен (письмово, 2 теоретичних питання, 1 практичне завдання)	30 балів / 30%	згідно розкладу сесії
	Всього	100 балів /100%	

5.1.2. Критерії оцінювання

Компонент	Незадовільно	Задовільно	Добре	Відмінно
Теоретичний зріз знань (тест множинного вибору, за кожною правильною відповіддю 1 бал)	<5 балів Студент володіє окремими теоретичними елементами курсу. Цілісність розуміння теоретичного матеріалу відсутня.	6 балів Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений програмою дисципліни, які є мінімально допустимими. Розуміє основні положення, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок.	7-8 балів Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає програмі дисципліни, але допускає окремі неточності.	9-10 балів Студент демонструє повні й міцні знання навчального теоретичного матеріалу в обсязі, що відповідає програмі курсу.
Розрахункове завдання 1	<12 балів Завдання виконано частково і неякісно	12-15 балів Завдання розв'язані, але містять грубі помилки; завдання	15-18 балів Завдання виконані повністю але при розв'язуванні допущені незначні	18-20 балів Завдання розв'язані повністю і правильно, містять
Розрахункове				

завдання 2		розв'язані не у повному обсязі та допущено значні помилки; не сформульовані висновки за результатами розрахунків	помилки; не обґрунтовано викладений матеріал; у висновках містяться помилки та недоречності	пояснення до розрахунків; показано вміння самостійно формувати висновки за результатами проведеного дослідження
Презентація з доповіддю	<6 балів	7 балів	8 балів	9-10 балів
	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)	<18 балів	18-23	23-27 балів	27-30 балів
	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 слабко 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 опитування (питання / тести)	3,8,12 тижні
2	Вирішення практичних і ситуаційних завдань	На кожному занятті
3	Обговорення самостійно виконаних домашніх завдань студентів	На кожному занятті
4	Усне обговорення презентації з доповіддю протягом занять	Протягом 1 тижня після подання на перевірку

6. НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ (ЛІТЕРАТУРА)

6.1. Основні джерела

6.1.1. Підручники, посібники

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, URL: <https://lib.lntu.edu.ua/sites/default/files/2021-01/ТОВАРНА%20ІННОВАЦІЙНА%20ПОЛІТИКА.pdf>

6.1.2. Методичне забезпечення

1. Шумкова О.В., Лищенко М.О, Шумкова В.І. Товарна інноваційна політика. Навчальний посібник для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» денної та заочної форм навчання. Суми: СНАУ, 2023. 204 с. (Протокол Вченої ради СНАУ № 4 від 30.10.2023 р.)

2. Шумкова О.В. 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.)

3. Шумкова О.В. Товарна інноваційна політика. Методичні рекомендації (робочий зошит) до проведення практичних занять для студентів 2 м курсу спеціальності 075 «Маркетинг» денної та заочної форм навчання освітнього ступеня - «Магістр. Суми, 2022.49 с. (Протокол № 1 від 23.08.2022 р.)

4. Шумкова О.В. Товарна інноваційна політика. Методичні вказівки для виконання самостійної роботи для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» денної та заочної форми навчання. Суми, 2023. 31 с. (Протокол № 6 від 23.01.2023 р.)

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

6.1.3. Інші джерела

1. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan. Marketing 5.0: Technology for Humanity. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey. 2021. 238 p.

2. Shumkova Olena, Shumkova Viktoriia. Marketing management of investment and innovation activity of agricultural enterprises (Управління маркетингом інвестиційної та інноваційної діяльності сільськогосподарських підприємств). European journal of economics and management. 2019. Volume 5. Issue 1. p. 141-147 URL: https://eujem.cz/wp-content/uploads/2019/eujem_2019_5_1/eujem_2019_5_1.pdf

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

4. Лищенко М.О., Муштай В.А., Нечипоренко В.В., Шумкова О.В. Інноваційно-методичні та наукові основи з оцінювання товарного асортименту в маркетинговому менеджменті підприємства. Вісник Харківського національного аграрного університету а.у. В. В. Докучаєва. Серія «Економічні науки», 2021. № 2, Том.2. С. 269-280. <https://visen.knau.kharkov.ua/visn2021t2.html>

5. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу. Монографія. За ред.д.е.н.професора С.М.Ілляшенка. Видавництво: Університетська книга 2023. 615 с.

6. Нечипоренко В.В., Шумкова О.В., Шумкова В.І. Інноваційний маркетинговий менеджмент конкурентоспроможності продукції соціально-відповідального підприємства. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2024. Випуск 1 (42). С.120-125

7. Онопрієнко І.М., Шумкова О.В. Стратегічне планування нової продукції в маркетинговій діяльності промислового підприємства. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2021. № 6(33) С. С.155-161. URL: <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/index.php/vipusk-33-2021>

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

9. Шумкова О.В., Шумкова В.І., Колодненко Н.В. Взаємозв'язок інноваційного та соціально-етичного маркетингів як джерела формування конкурентних переваг. Приазовський економічний вісник. Електронний науковий журнал 2023. Вип.1 (33). С.42-47 URL:http://pev.kpu.zp.ua/journals/2023/1_33_ukr/9.pdf

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

6.2. Додаткові джерела

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

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

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

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

6.3. Програмне забезпечення

1. Використання стандартних пакетів Microsoft: Word, Excel, PowerPoint

2. Використання платформ Zoom, Google Meet, Microsoft Teams для організації онлайн-занять.

3. Сервіс Canva