

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

Робоча програма (силабус) освітнього компонента

ОК 11 Інноваційний маркетинг

Спеціальність	D5 «Маркетинг»
Освітня програма	Маркетинг (2025 рік набору)
Рівень вищої освіти	Третій (освітньо - науковий)

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

Розглянуто, схвалено та затверджено на засіданні кафедри маркетингу та логістики (назва кафедри)	протокол від 02.06.2026 р. № 19	
	Завідувач кафедри (підпис)	Наталія МАКАРЕНКО (ім'я та прізвище)

Погоджено:

Гарант освітньої програми Юрій ДАНЬКО
(підпис) (ім'я та прізвище)

Завідувач відділу аспірантури та докторантури

Світлана Іванівна
(підпис) (ім'я та прізвище)

Рецензія на робочу програму (додається) надана:

Мargarita LIHENKO
(підпис) (ім'я та прізвище)

Наталія МАКАРЕНКО
(підпис) (ім'я та прізвище)

Методист відділу якості освіти, ліцензування та акредитації

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

Зареєстровано в електронній базі: дата: 17.06. 2026 р.

1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТ

1.	Назва ОК	ОК 11 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	Освітньо – наукова програма «Маркетинг». Третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти за спеціальністю D5 Маркетинг Галузі знань D Бізнес, адміністрування та право Кваліфікація: Доктор філософії з маркетингу		
5.	Рівень НРК	8		
6.	Семестр та тривалість вивчення	3-й, 1-18 тижнів		
7.	Кількість кредитів ЄКТС	3		
8.	Загальний обсяг годин та їх розподіл	Контактна робота(заняття)		Самостійна робота
		Лекційні	Практичні/ семінарські	Лабораторні -
		10 годин	10 годин	70 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 o.shumkova@snau.edu.ua		
11.	Загальний опис освітнього компонента	ОК «Інноваційний маркетинг» спрямований на отримання теоретико-методичних основ організації та реалізації заходів маркетингу інновацій на підприємстві. Аспіранти зможуть визначати 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.		
12.	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.		
13.	Передумови вивчення ОК, зв'язок з іншими освітніми компонентами ОП	1. Освітній компонент базується на дисциплінах: «Сучасні концепції маркетингу, «Методологія проведення наукових досліджень» 2. Освітній компонент є основою для вивчення дисциплін «Комунікації в науковому середовищі», «Сучасні інформаційні технології у науковій діяльності», «Формування маркетингових стратегій в агробізнесі»		
14.	Політика академічної доброчесності	Спрямована на наполегливості до навчання та самоопрацюванні поставлених задач. Мінімізувати можливість для плагіату, копіювати роботи попередніх років чи інші опубліковані роботи. Можливість продемонструвати процес самостійного навчання та поступового використання знань під час виконання завдання. Списування під час тестування, заліку та іспиту заборонені, в тому числі, використання мобільних девайсів, комп'ютерних гаджетів. Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин таких, як хвороба, міжнародне стажування, навчання може відбуватись індивідуально, в он-лайн формі за «Погодженням». З погіршення епідеміологічної ситуації та в умовах воєнного стану можливе дистанційне навчання при використанні месенджерів Telegram, Viber, Whatsapp – для створення комунікаційних груп зі студентами, платформи Zoom – для організації онлайн занять, університетської платформи Moodle – для		

		поточного і підсумкового контролю рівня знань.
15.	Ключові слова	Інновації, маркетинг, маркетингові стратегії, інноваційна діяльність
16.	Номер курсу на платформі Moodle	https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=5379

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 ₁₂	
ДРН 1. Науково обґрунтовано розуміти основні принципи та концепції 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	Вирішення практичних і ситуаційних завдань
ДРН 3. Застосовувати дослідницькі навички при вирішенні наукових і технологічних проблем формування та впровадження інновацій, визначати чинники, що впливають на організацію інноваційної діяльності, використовувати методологічні підходи при оцінюванні ринкових перспектив інноваційного продукту.	x	x	x	Підготовка і публікація наукової статті /тез виступу на науковій конференції

ПРН₁. Мати передові концептуальні та методологічні знання з маркетингу і на межі предметних галузей, а також дослідницькі навички, достатні для проведення наукових і прикладних досліджень на рівні останніх світових досягнень з відповідного напрямку, отримання нових знань та/або здійснення інновацій.

ПРН₂. Розробляти та реалізовувати наукові та/або інноваційні проекти, які дають можливість переосмислити наявне та створити нове цілісне знання та /або професійну практику і розв'язувати значущі наукові та технологічні проблеми маркетингу з урахуванням соціальних, економічних та правових аспектів.

ПРН₁₂. Розвивати теорії, концепції, моделі та принципи маркетингу, усвідомлюючи економічні, стратегічні, інноваційні, соціальні та екологічні аспекти сталого розвитку та виклики, з якими вони пов'язані.

3. ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМОПОНЕНТА (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.		
<i>Тема 1. Інновації у маркетинговій діяльності</i> 1. Поняття інновації та інноваційної діяльності. 2. Сутність та зміст інноваційного маркетингу. 3. Місце інноваційного маркетингу серед концепцій ведення бізнесу. 4. Необхідність застосування інноваційного маркетингу в період військового стану в Україні.	2	2	-	12	Підручники, посібники: 1,2 Методичне забезпечення: 1,2,3,4 Інші джерела: 1,2,3,4,7
<i>Тема 2. Інноваційний процес і роль маркетингу у ньому.</i> 1. Сутність та етапи інноваційного процесу. 2. Джерела маркетингових інноваційних ідей.	2	2	-	8	Підручники, посібники: 1,2 Методичне забезпечення: 1,2,3,4 Інші джерела: 2,3,5,6,9
<i>Тема 3. Класифікація маркетингових інновацій</i> 1. Види маркетингових інновацій. 2. Інноваційні різновиди маркетингу. 3. Інновації у маркетингових дослідженнях.	2	2	-	12	Підручники, посібники: 1,2 Методичне забезпечення: 1,2,3,4 Інші джерела: 1,2,3,4,7,9
<i>Тема 4. Маркетингові стратегії організації щодо інноваційної діяльності</i> 1. Маркетингові стратегії стосовно ринку інноваційної продукції та їх розробка. 2. Стратегія «Блакитного океану»: сутність та переваги. 3. Підходи до визначення маркетингових стратегічних напрямків розвитку підприємств. 4. Типові ризики, які супроводжують інноваційну діяльність підприємства.	2	2	-	14	Підручники, посібники: 1,2 Методичне забезпечення: 1,2,3,4 Інші джерела: 2,3,5,7
<i>Тема 5. Комплекс інноваційного маркетингу.</i>	2	2	-	24	Підручники, посібники:

1. Моделі «4Р», «7Р», «4С» та їх комбінація. 2. Інновації у товарній, ціновій, розподільчій та комунікаційній політиках.					1,2 Методичне забезпечення: 1,2,3,4 Інші джерела: 1,2,3,5,6,8,9
Всього	10	10	-	70	

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. Науково обґрунтовано розуміти основні принципи та концепції інноваційного маркетингу та приймати рішення в галузі маркетингу інновацій для задоволення потреб споживачів і забезпечення ефективного розвитку напрямів бізнесу підприємства	<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. Самостійно виконувати розробку цілей та стратегічних рішень розвитку інноваційного маркетингу, зокрема в нестабільних ринкових ситуаціях	<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. Проблемно-пошуковий метод
ДРН 3. Застосовувати дослідницькі навички при вирішенні наукових і технологічних проблем формування та впровадження інновації, визначати чинники, що впливають на організацію інноваційної діяльності, використовувати методологічні підходи при оцінюванні ринкових перспектив інноваційного продукту.	<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. Проблемно-пошуковий метод

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 20 балів)	20 балів / 20%	8,14 тижні
2.	Вирішення практичних і ситуаційних завдань за	30 балів / 30%	5,10 тиждень

	темами курсу		
3.	Підготовка і публікація наукової статті /тез виступу на науковій конференції	20 балів / 20%	9, 15 тиждень
4.	Разом	70 балів / 70 %	15 тиждень
5.	Екзамен (письмово, 2 теоретичних питання, 1 практичне завдання)	30 балів / 30%	згідно розкладу сесії
6.	Всього	100 балів /100%	

5.1.2. Критерії оцінювання

Компонент	Незадовільно	Задовільно	Добре	Відмінно
Теоретичний зріз знань (тест множинного вибору)	<i><12 балів</i> 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	<i>12-15 балів</i> 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	<i>15-18 балів</i> 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	<i>18-20 балів</i> 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.
Вирішення практичних і ситуаційних завдань за темами курсу	<i><12 балів</i> Завдання виконані частково і неякісно; записані тільки формули	<i>12-15 балів</i> Завдання виконані, але містять грубі помилки; завдання виконані не у повному обсязі та допущено значні помилки; не сформульовані висновки за	<i>15-18 балів</i> Завдання виконані повністю але при виконанні допущені незначні помилки; не обґрунтовано викладений матеріал; у висновках	<i>18-20 балів</i> Завдання виконані повністю і правильно, містять пояснення до розрахунків; показано вміння самостійно формулювати висновки за

		результатами розрахунків	містяться помилки та недоречності	результатами проведеного дослідження; присутній творчий підхід
Підготовка і публікація наукової статті /тез виступу на науковій конференції	<18 балів	18-23	23-28 балів	28-30 балів
	Вимоги щодо публікації не виконано	Більшість вимог виконано, підготовлено чорновий варіант публікації, але є потреба у її корегуванні	Виконано усі вимоги завдання, але публікація ще не подана до друку	Виконано усі вимоги завдання, наукова стаття /теза опублікована
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 необґрунтовано ю 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 помилко; 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)	3,8,14 тижні
2	Вирішення практичних і ситуаційних завдань	На кожному занятті
3	Обговорення самостійно виконаних домашніх завдань здобувачів освіти	На кожному занятті
4	Настанови викладача в процесі проведення наукових досліджень	2,4,6,10 тижні
5	Перевірка та обговорення наукових досліджень	3,8,13 тижні
6	Перевірка та оцінювання підготовлених чорнових варіантів наукових статей і тез конференцій	Протягом 1 тижнів після подання на перевірку

6. НАВЧАЛЬНІ РЕСУРСИ (ЛІТЕРАТУРА)

6.1. Основні джерела

6.1.1. Підручники, посібники

1. Барабанова В.В, Богатирьова Г.А. Інноваційний маркетинг: навч. посібник. Кривий Ріг: Вид. ДонНУЕТ, 2022. 145 с. URL: http://elibrary.donnuet.edu.ua/2546/1/2022_NP_Барабанова_Богатирьова_Інновац._%20маркетинг%20.pdf

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

6.1.2. Методичне забезпечення

1. Шумкова О.В. Інноваційний маркетинг. Конспект лекцій для здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг денної та заочної форми навчання Суми, 2023. 151 с. (Протокол № 9 від 28.04.2023 р.)

2 Шумкова О.В. Інноваційний маркетинг. Методичні рекомендації до проведення практичних занять для здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти спеціальності 075 Маркетинг денної та заочної форми навчання. Суми, 2024. 26 с. (Протокол № 5 від 23.02.2024 р.)

3. Шумкова О.В. Інноваційний маркетинг. Методичні рекомендації для виконання самостійної роботи для здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти спеціальності D5 Маркетинг денної та заочної форми навчання. Суми, 2025. 35 с. (Протокол № 9 від 24.04.2025 р.)

4. Курс «Інноваційний маркетинг» в системі MOODLE / Автор: Олена Шумкова. URL: <https://cdn.snau.edu.ua/moodle/course/view.php?id=5379>

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. 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 агарного університету ім. В. В. Докучаєва. Серія «Економічні науки», 2021. № 2, Том.2. С. 269-280. URL: <https://visen.knau.kharkov.ua/visn2021t2.html>

3. Мельниченко О. О. Роль маркетингових інновацій у підвищенні конкурентоспроможності підприємства. Modern Economics. 2023. № 41(2023). С. 79-85. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/the-role-of-marketing-innovations/>

4. 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 URL: http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/42_2024/20.pdf

5. Смірнова Т.А. Сучасні аспекти інноваційного маркетингу. Проблеми та перспективи використання інноваційного маркетингу бізнесом в Україні. *Economics*. 2024. №6(76). С. 96-106

6. 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>

7. Шевченко А.В., Крушинський А.В. Методи інноваційного маркетингу реалізації маркетингової стратегії підприємства. *Наукові інновації та передові технології. Серія "Економіка"*. Всеукраїнська асамблея докторів наук з державного управління. - Київ, 2023. - Вип. № 3(17). - С. 251-261

8. Шумкова О.В., Нечипоренко В.В., Шумкова В.І. Менеджмент формування соціально-інноваційного іміджу підприємства сфери послуг. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2024. Випуск 19. С. 266-273. URL: <http://tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/issue/view/19>

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

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. Сайт дистанційного навчання: <https://cdn.snau.edu.ua/moodle/>

2. Сайт бібліотеки СНАУ: <https://library.snau.edu.ua/>

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

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