

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНІКА»

Економічний факультет

Кафедра менеджмент і маркетингу

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Товарна інноваційна політика

Освітня програма Маркетинг

Спеціальність 075 Маркетинг

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 1 від “ 27” серпня 2020 р.

м. Івано-Франківськ - 2020

ЗМІСТ

1. Загальна інформація
2. Анотація до курсу
3. Мета та цілі курсу
4. Результати навчання (компетентності)
5. Організація навчання курсу
6. Система оцінювання курсу
7. Політика курсу
8. Рекомендована література

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Товарна інноваційна політика
Викладач (-і)	К.е.н., доц. Гречаник Н.Ю.
Контактний телефон викладача	+380505388599
Е-mail викладача	natali.gre@gmail.com; nataliia.hrechanyk@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	Очна
Обсяг дисципліни	3 кредити, 90 годин
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua/?mod=course&action=ReviewOneCourse&id_cat=98&id_cou=7383
Консультації	Згідно графіку консультацій
2. Анотація до курсу	
<p>Товарну інноваційну політику доцільно розглядати як комплекс заходів з управління розробленням, виготовленням, виведенням на ринок і просуванням на ньому нових товарів, які дають можливість повніше реалізувати потенціал підприємства, забезпечити більший ступінь задоволення запитів споживачів, привести внутрішні можливості розвитку підприємства у відповідність до зовнішніх, що породжуються ринком. Її метою є формування ефективного товарного асортименту, що дозволяє збільшити прибуток і (чи) ринкову частку підприємства - інноватора, розширити його адаптаційні можливості до змін умов господарювання, забезпечити умови успішної комерційної діяльності й розвитку на ринку відповідно до визначеної місії та мети діяльності підприємства.</p>	
3. Мета та цілі курсу	
<p>Мета дисципліни «Товарна інноваційна політика» - вивчення головних напрямків розширення функцій маркетингу в стратегічному плануванні інноваційного процесу для створення комерційно вдалих товарів. Ціль курсу - вивчення засад маркетингу продуктових інновацій, методів ефективного застосування результатів наукових досліджень для створення конкурентоспроможних товарів, набуття навичок використання сучасних методів в прийомів генерування ідей, функціонально-економічного обґрунтування відповідності нових товарів ринковим вимогам.</p>	
4. Результати навчання (компетентності)	
<p>Вивчення навчальної дисципліни забезпечує формування та розвиток у студентів компетентностей, як загальних так і фахових.</p> <p>Загальних:</p> <p>ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК 2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>ЗК 3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>ЗК 4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>ЗК 6. Здатність до пошуку, обробки та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК 7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>Спеціальних (фахових)</p> <p>СК 3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>СК 4. Здатність використовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>СК 5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>СК 7. Здатність розробляти та аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p>	
5. Організація навчання курсу	
Обсяг курсу – 90 годин, 3 кредити	

Вид заняття		Загальна кількість годин			
лекції		16			
семінарські заняття / практичні / лабораторні		14			
самостійна робота		60			
Ознаки курсу					
Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)		Нормативний / вибірковий	
3	Маркетинг	2		Нормативний	
Тематика курсу					
Тема, план	Форма заняття	Літера- тура	Завдання, год	Вага оцінки	Термін виконання
1. Товар і його властивості	Лекція, практичне заняття	[1;2;4]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватись до практичного заняття	Макс. оцінка-5	До наступного заняття за розкладом
2. Управління товарним асортиментом	Лекція, практичне заняття	[1;3]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватись до практичного заняття	Макс. оцінка-5	До наступного заняття за розкладом
3. Управління якістю товарів та послуг	Лекція, практичне заняття	[1;2;7]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватись до практичного заняття	Макс. оцінка-5	До наступного заняття за розкладом
4. Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту	Лекція, практичне заняття	[1;2]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватись до практичного заняття	Макс. оцінка-5	До наступного заняття за розкладом
5. Сучасні методи та організація створення нового продукту	Лекція, практичне заняття	[1;2;5]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватись до практичного заняття	Макс. оцінка-5	До наступного заняття за розкладом
6. Сучасні методи і засоби генерування ідей продуктових інновацій	Лекція, практичне заняття	[1;2;5]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватись до практичного заняття	Макс. оцінка-5	До наступного заняття за розкладом
7. Функціонально – вартісне обґрунтування	Лекція, практичне заняття	[1;2]	Опрацювати лекційний матеріал,	Макс. оцінка-5	До наступного заняття за

інноваційного товару			підготуватись до практичного заняття		розкладом
8. Дизайн нового товару	Лекція, практичне заняття	[1;2;3]	Опрацювати лекційний матеріал, підготуватись до практичного заняття	Макс. оцінка-5	До наступного заняття за розкладом
6. Система оцінювання курсу					
Загальна система оцінювання курсу	<p>100 бальна– 50 балів протягом семестру на практичних заняттях та 50 балів за екзамен</p> <p>“відмінно” – студент демонструє повні і глибокі знання навчального матеріалу, достовірний рівень розвитку умінь та навичок, правильне й обґрунтоване формулювання практичних висновків, наводить повний обґрунтований розв’язок прикладів та задач, аналізує причинно-наслідкові зв’язки; вільно володіє науковими термінами;</p> <p>“добре” – студент демонструє повні знання навчального матеріалу, але допускає незначні пропуски фактичного матеріалу, вміє застосувати його до розв’язання конкретних прикладів та задач, у деяких випадках нечітко формулює загалом правильні відповіді, допускає окремі несуттєві помилки та неточності розв’язках;</p> <p>“задовільно” – студент володіє більшою частиною фактичного матеріалу, але викладає його не досить послідовно і логічно, допускає істотні пропуски у відповіді, не завжди вміє правильно застосувати набуті знання до розв’язання конкретних прикладів та задач, нечітко, а інколи й невірно формулює основні твердження та причинно-наслідкові зв’язки;</p> <p>“незадовільно” – студент не володіє достатнім рівнем необхідних знань, умінь, навичок, науковими термінами.</p>				
Вимоги до письмової роботи	Головна мета письмової роботи – перевірка самостійної роботи студентів в процесі навчання, виявлення ступеня засвоєння ними теоретичних положень курсу. Завдання формуються індивідуально для студента.				
Практичні заняття	Практичне заняття проводиться з метою формування у студентів умінь і навичок з предмету, вирішення сформульованих завдань, їх перевірка та оцінювання. За метою і структурою практичні заняття є ланцюжком, який пов’язує теоретичне навчання і самостійне опрацювання питань із дисципліни, а також передбачає попередній контроль знань студентів. Оцінка за практичне заняття враховується при виставленні підсумкової оцінки з дисципліни.				
Умови допуску до підсумкового контролю	Виконання 50 % завдань із семінарських занять (мінімум 25 балів).				
7. Політика курсу					
<p>Політика курсу спрямована на створення доброзичливої атмосфери на занятті, активної комунікації у групі.</p> <p>Самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей). Підсумковою</p>					

формою контролю є екзамен, який проводиться, зазвичай, у письмовій формі.

Пропущені лекційні заняття не відпрацьовуються індивідуально, а студент самостійно опрацьовує матеріал лекції (в тому числі із використанням матеріалів дистанційної форми навчання).

Пропущені практичні заняття не відпрацьовуються індивідуально, а студент самостійно опрацьовує питання теми (в тому числі із використанням матеріалів дистанційної форми навчання).

Студент отримує консультації згідно графіка, затвердженого кафедрою.

Викладач наповнює платформу дистанційного навчання університету для самостійного опрацювання тематики дисципліни та додатковими інформаційними ресурсами, що можуть бути цікавими для студента.

Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (<http://www.d-learn.ru.if.ua>) за погодженням із керівником курсу. Якщо студент пропустив більше 50% занять, він буде не допущений до складання екзамену. Обов'язковим для отримання допуску до екзамену є відвідування більш 50% занять, позитивний результат письмової роботи, контроль самостійної роботи згідно тематики дисципліни у рамках відведеного часу на даний вид робіт (згідно розкладом).

8. Рекомендована література

Літературні джерела

1. Ілляшенко С. М. Товарна інноваційна політика [Текст] : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / С. М. Ілляшенко, Ю. С. Шипуліна. - Суми : Університетська книга, 2007. - 281 с.

2. Кардаш, Віктор Якович. Товарна інноваційна політика [Текст] : підручник / В.Я.Кардаш, І.А. Павленко, О.К. Шафалюк ; Київ. нац. екон. ун-т. - К. : КНЕУ, 2002. - 266 с.

3. Окландер М. А. Маркетингова товарна політика [Текст] : навч. посіб. для студентів ВНЗ / М. А. Окландер, М. В. Кірносова ; Одес. нац. політехн. ун-т. - Київ : Центр учбової літератури, 2014. - 207 с.

4. Андреева Н. М. Товарна інноваційна політика [Текст] : навч. посіб. / Н. М. Андреева, О. В. Рулінська ; Одес. нац. екон. ун-т. - Одеса : Апрель, 2015. - 279 с.

5. Чухрай Н. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві [Текст] : підручник для студ. ВНЗ / Н. Чухрай, Р. Патора ; Національний ун-т "Львівська політехніка", Вища школа підприємництва та управління (м. Лодзь, Польща). - К. : Кондор, 2006. - 397 с.

6. Щербань В. М. Товарна інноваційна політика [Текст] : навч. посібник / В. М. Щербань, Л. Д. Козубенко. - К. : Кондор, 2006. - 400 с.

7. Кардаш В. Я. Стандартизация и управление качеством продукции. / В.Я. Кардаш. – К.: Вища шк., 2005

Інформаційні ресурси в мережі Інтернет

1. Андрій Федорів. Brend father. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=CsAIVZMfHzE>

2. Аналізуйте портфель продуктів компанії з допомогою матриці BCG. URL : <https://realtimeboard.com/ru/examples/bcg-matrix/>

3. Матриця БКГ: построение и анализ в Excel на примере предприятия. URL : <https://exceltable.com/otchet/matriza-bkg-primer>.

4. Джек Траут Брэнд Позиционирование. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=rOTBwwsySPI>

5. Джек Траут Брэнд Конкуренция. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=n1HidNwGTs0>

Публікації викладача курсу

1. Гречаник Н.Ю. Маркетингова діяльність агропідприємств та об'єктивна необхідність їх розвитку. / Н. Ю. Гречаник // Вісник Прикарпатського університету. Серія: Економіка. – Івано – Франківськ : Плай, 2017 . – С.232-240.

2. Hrechanyk Nataliia. Formation of entrepreneurship model by innovation activity of industrial enterprises. I. Perevozova, I. Savchenko, M.Shkurenko, O.Obelnytska, N.Hrechanyk // Journal of Entrepreneurship Education Volume 22, Special Issue, 2019. Index SCOPUS <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85064443119&origin=inward&txGid=7d2fa5cd80972166b52afee68bb89fb7>

3. Гречаник Н. Ю. Маркетинг в системі управління промисловим підприємством / Наталія Юріївна Гречаник // Інноваційна діяльність та безпека підприємств: колективна монографія за заг ред. Л.М.Савчук, Daniel Fic / Наталія Юріївна Гречаник. – Дніпро: Пороги, 2017. – С.340-350. ISBN 978-617-518-337-3. (0,59 др.арк)

Викладач _____ Гречаник Н.Ю.

=