

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНИКА**



Факультет економічний

Кафедра менеджменту і маркетингу

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Товарна інноваційна політика

Освітня програма «Маркетинг»

Спеціалізація (за наявності) _____

Спеціальність 075 Маркетинг

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 1 від «31» серпня 2022 р.

ЗМІСТ

1. Загальна інформація.....	3
2. Опис дисципліни.....	3
3. Структура курсу (зразок).....	4
4. Система оцінювання курсу.....	6
5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу	6
6. Ресурсне забезпечення.....	7
7. Контактна інформація.....	7
8. Політика навчальної дисципліни.....	8

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Товарна інноваційна політика
Освітня програма	Маркетинг
Спеціалізація (за наявності)	-
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Освітній рівень	Другий (магістерський) рівень
Статус дисципліни	основна
Курс / семестр	1 курс/1 семестр
Розподіл за видами занять та годинами навчання (якщо передбачені інші види, додати)	Лекції – 16 год. Семінарські заняття – 14 год. Самостійна робота – 60 год.
Мова викладання	українська
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua

2. Опис дисципліни

<p>Мета та цілі курсу</p>
<p>Компетентності</p>
<p>ІК. Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.</p> <p>ЗК 1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК 2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>ЗК 7. Здатність виявляти підприємливість.</p> <p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>СК 2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.</p> <p>СК 5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>СК 6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>СК 7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>СК 8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p> <p>СК 9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.</p>
<p>Програмні результати навчання</p>
<p>ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>ПРН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та</p>

практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.

ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.

ПРН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.

ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.

3. Структура курсу

№	Тема	Результати навчання	Завдання
1.	Сутність інновацій та товарної інноваційної політики	ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.	- тести - питання
2	Новий товар як продуктова інновація в концепції маркетингу	ПРН 1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.	- тести - питання - завдання
3.	Комплексне забезпечення реалізації товарної інноваційної політики	ПРН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.	- тести - питання - завдання
4.	Системне управління якістю продуктивних інновацій	ПРН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.	- тести - питання - завдання
5.	Планування та організація створення нового товару	ПРН 2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.	- тести - питання - завдання
6.	Сучасні методи і засоби генерування ідей продуктивних інновацій	ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.	- тести - питання - завдання
7.	Функціонально-вартісне обґрунтування інноваційного продукту	ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів. ПРН 11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності	- тести - питання - завдання

		ринкового суб'єкта.	
8.	Оцінка ефективності товарної інноваційної політики	ПРН 12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.	- тести - питання - завдання

4. Система оцінювання курсу

Накопичування балів під час вивчення дисципліни	
Види навчальної роботи	Максимальна кількість балів
Лекції	0
Семінарські заняття	30
Контроль самостійної роботи	10
Індивідуальне завдання у формі доповіді, мультимедійних та графічних розробок	10
Екзамен	50
Максимальна кількість балів	100

5. Оцінювання відповідно до графіку навчального процесу

Види навчальної роботи	Навчальні тижні																						Разом
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	
Лекції																							-
Семінарські з-тя			2,5	2,5		2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5		2,5	2,5							30
КСР																			10				10
Індивідуальні завдання																				10			10
Екзамен																					50		50
Всього за тиждень	-	-			КВ									КВ			К	К	10	10	50	К	100

6. Ресурсне забезпечення

Матеріально-технічне забезпечення	Мультимедіа, лабораторії, комп'ютери та інше
Література:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Андреева Н. М., Рулінська О. В. Товарна інноваційна політика: навчальний посібник. Одеса: Фенікс, 2015. 279 с. 2. Дайновський Ю. А. Товарна інноваційна політика: навчальний посібник. Львів: Львівська комерційна академія, 2008. 311 с. 2. Благун І.І., Шурпа С. Я., Надіївська С. П. Лійка продажів, як елемент просування для підприємств регіону в період пандемії / І.І. Благун, С.Я. Шурпа, С.П. Надіївська // Ефективна економіка. 2020. № 11. – URL: http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8353. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.11.77 3. Благун І.І., Шурпа С.Я. Маркетингові дослідження цінності бренду / І.І. Благун, С.Я.Шурпа // Вісник Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника. Серія: Економіка. 2020. — Випуск 15. — С. 158-163. 4. Благун І.І., Шурпа С.Я. Місце платформи tik tok в маркетинговій діяльності на ринку України / І.І. Благун, С.Я. Шурпа // Електронне наукове фахове видання. Науково-практичний журнал. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. Випуск 4 (27) . 2020. – С. 41-45. 5. Дослідницький тренінг: маркетинг інновацій і інновації в маркетингу [Текст]: навчально-методичний посібник / за ред. проф. В. Я. Заруби, проф. Д. В. Райко. – Харків : Щедра садиба плюс, 2015. – 108 с. 6. Кардаш. В. Я. Маркетингова товарна політика [Текст] / В. Я. Кардаш. – міст. гриф МОН. – К. : КНЕУ, 2001. – 240 с. 7. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу [Текст] : монографія / за ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми : Університетська книга, 2008. – 615 с. 8. Норіцина. Н. І. Маркетингова товарна політика [Текст] : навч. посібник / Наталія Іванівна Норіцина. – К. : НАУ, 2003. – 217 с. 9. Попович О.С. Науково-технологічна та інноваційна політика: основні механізми формування та реалізації. За ред. Маліцького Б.А. Київ: Інститут досліджень науково-технічного потенціалу та історії науки ім. Г.М. Доброва НАН України, 2019. 342 с. URL: https://stepscenter.org.ua/wpcontent/uploads/2019/12/knyzhka-Popovycha.pdf 10. Сумець О. М., Ігнатова Є. М. Товарна інноваційна політика: навчальний посібник. Київ: «Хай-Тек-Прес». 2010. 368 с. 10. Шканова О.М. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник. Київ: МАУП, 2003. 160 с. 11. Чухра. Н. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві [Текст] : підручник / Наталія Чухрай, Роман Патора. – Рек. МОН. – К. : Кондор, 2006. – 398 с. 12. Шканова, О. М. Маркетингова товарна політика: Навч.посібник.- 2-е вид., стереотип. / Олена Миколаївна Шканова. – К. : МАУП, 2003. – 160 с. 13. Шурпа С.Я. Переваги використання крос-маркетингу в соціальних мережах / С. Я. Шурпа // Інструменти регулювання національної економіки та національної безпеки в умовах сучасних глобальних викликів: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Хмельницький, 17-19 жовтня 2019 р.) – Хмельницький: ХНУ, 2019. – С. 94-95. 14. Шурпа С.Я. Системи управління бренд-орієнтованим підприємством / С. Я. Шурпа // Підтримка підприємництва та інноваційної економіки в праві ЄС, Латвії та України // I Міжнародна міжгалузєва конференція 7 грудня Латвія, Рига, 2018. – С. 135 – 139. 15. Шурпа С.Я. Формування стереотипів поведінки споживача / С. Я. Шурпа, О.Я. Головецька // The 6th International scientific and practical conference “Actual trends 	

of modern scientific research” (January 17-19, 2021) MDPC Publishing, Munich, Germany. 2021. 767 p. – С. 707-713.

16. Щербань. В. М. Товарна інноваційна політика [Текст] : навч. посібник / Володимир Миколайович Щербань, Любов Дьєрдівна Козубенко. – Рек. МОН. – К. : Кондор, 2006. – 400 с.

7. Контактна інформація

Кафедра	Кафедра менеджменту та маркетингу Прикарпатський національний університет ім. Василя Стефаника м. Івано-Франківськ, вул. Шевченка, 57 Гуманітарний корпус, восьмий поверх, ауд. 810 (0342)55-32-32 kmim@pnu.edu.ua
Викладач (і)	Шурпа Світлана Ярославівна - кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту і маркетингу
Контактна інформація викладача	svitlana.shurpa@pnu.edu.ua 050-130-44-80

8. Політика навчальної дисципліни

Академічна доброчесність	<p>Процес вивчення навчальної дисципліни відповідає принципу академічної доброчесності Кодексу честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» від 29 грудня 2015 року.</p> <p>Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів університету:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Кодекс честі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» – Положення про запобігання академічному плагіату та іншим порушенням академічної доброчесності у навчальній та науково-дослідній роботі студентів ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». – Положення про Комісію з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». – Положення про запобігання академічному плагіату у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». – Склад комісії з питань етики та академічної доброчесності ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». – Лист МОН України «До питання уникнення проблем і помилок у практиках забезпечення академічної доброчесності». <p>За порушення академічної доброчесності здобувачі освіти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання (контрольна робота, іспит,</p>
-----------------------------	--

	залік тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми; відрахування з навчального закладу; позбавлення академічної стипендії; позбавлення наданих навчальним закладом пільг з оплати навчання.
Пропуски занять (відпрацювання)	Відвідування занять є обов'язковим елементом вивчення дисципліни, за винятком пропусків за поважної причини, що підтверджена відповідним документом. Можливість і порядок відпрацювання пропущених студентом занять регламентується «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ “Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника ” (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019) .
Виконання завдання пізніше встановленого терміну	Виконання завдання пізніше встановленого терміну допускається в разі поважної причини, що підтверджена відповідним документом, але до складання форми підсумкового контролю. У разі виконання завдання студентом пізніше встановленого терміну, без попереднього узгодження ситуації з викладачем, оцінка за завдання - «незадовільно», відповідно до «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ “Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника ” (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019)
Невідповідна поведінка під час заняття	Невідповідна поведінка під час заняття регламентується рядом положень про академічну доброчесність (див. вище) та може призвести до відрахування здобувача вищої освіти (студента) «за порушення навчальної дисципліни і правил внутрішнього розпорядку вищого закладу освіти», відповідно до п.14 «Відрахування студентів» «Положення про порядок переведення, відрахування та поновлення студентів вищих закладів освіти» - ознайомитися із положенням можна за посиланням: https://nmv.pnu.edu.ua/нормативнідокументи/polozhenja/
Додаткові бали	За рішенням кафедри студентам, які брали участь у науково-дослідній роботі (роботі конференцій, студентських наукових гуртків та проблемних груп, підготовці публікацій), а також були учасниками олімпіад, конкурсів, можуть присуджуватися додаткові бали «Положення про порядок організації та проведення оцінювання успішності студентів ДВНЗ “Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника ” (введено в дію наказом ректора №799 від 26.11.2019) –
Неформальна освіта	Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується «Положенням про порядок зарахування результатів неформальної освіти у ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника» (введено в дію наказом ректора №819 від 29.11.2019) Результати неформальної освіти можуть зараховуватися/перезараховуватися за виконання самостійної роботи та накопичення (відпрацювання) балів за відповідну тему семінарського заняття.

Викладач _____ Шурпа С.Я.