

**СИЛАБУС**  
навчальної дисципліни  
«Товарна інноваційна політика»

Рівень вищої освіти	Другий (магістерський) рівень
Код і найменування спеціальності	075 Маркетинг
Тип і назва освітньої програми	освітньо-професійна програма Маркетинг
Статус навчальної дисципліни	Вибіркова фахова навчальна дисципліна
Курс, семестр	2курс, 3 семестр.
Обсяг і форма семестрового контролю з навчальної дисципліни	Кількість кредитів ЄКТС – 4, Загальна кількість годин – 120, із яких: лекцій – 16 год., практичних занять – 24 год. Форма семестрового контролю – залік
Мова(и) викладання	державна
ННІ кафедра	Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій Кафедра маркетингу
Контактні дані розробника(ів)	<b>Боровик Тетяна Вікторівна</b> , доцент кафедри маркетингу, к.е.н., доцент <i>Контакти:</i> ауд. 462 (ПДАУ, навчальний корпус № 4) <i>e-mail:</i> <a href="mailto:tetiana.borovyk@pdau.edu.ua">tetiana.borovyk@pdau.edu.ua</a> <i>сторінка викладачки:</i> <a href="https://www.pdaa.edu.ua/people/borovyk-tetyana-viktorivna">https://www.pdaa.edu.ua/people/borovyk-tetyana-viktorivna</a>

**МІСЦЕ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ В ОСВІТНІЙ ПРОГРАМІ**

Статус навчальної дисципліни	Вибіркова фахова навчальна дисципліна
Передумови для вивчення навчальної дисципліни	Передумовою для вивчення навчальної дисципліни є досягнуті результати навчально-пізнавальної діяльності при формуванні відповідних компетентностей при вивченні дисциплін: «Логістичний менеджмент», «Маркетинговий аналіз», «Брендинг», «Стратегічний маркетинг».
Компетентності	<b>загальні:</b> ЗК 2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК 7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість. <b>спеціальні (фахові):</b> ФК 4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.
Програмні результати навчання	ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.

**РОЛЬ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ У ФОРМУВАННІ СОЦІАЛЬНИХ НАВИЧОК (SOFT SKILLS)**

Вивчення навчальної дисципліни забезпечує формування таких соціальних навичок: лідерство; вміння працювати в критичних умовах (стресостійкість, збагачення емоційного інтелекту); здатність логічно й системно мислити; креативність; ефективний обмін інформацією між людьми, об'єднаними спільними професійними інтересами (нетворкінг); діяти соціально відповідально та свідомо; діяти на основі етичних міркувань (мотивів); медіаграмотність тощо.

**МЕТА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

Формування та оволодіння студентами теоретичними знаннями з питань маркетингової політики розподілу та набуття практичних вмінь і навичок щодо методів дослідження, створення і функціонування каналів розподілу, форм і методів роботи посередників у каналах, вибору ефективних

каналів розподілу й ведення політики розподілення в умовах конкуренції.

## ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Товар та його властивості.

Тема 2. Управління товарним асортиментом.

Тема 3. Техніко-економічні показники і методи оцінки якості продуктових інновацій.

Тема 4. Дизайн нового товару.

Тема 5. Планування та організація створення нового продукту.

Тема 6. Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту.

Тема 7. Сучасні методи та засоби генерування ідей.

Тема 8. Управління якістю товарів та послуг.

Тема 9. Функціонально-вартісне обґрунтування інноваційного продукту.

Тема 10. Формування інноваційної стратегії підприємства в агробізнесі.

## МЕТОДИ НАВЧАННЯ І ВИКЛАДАННЯ

### 1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності:

словесні методи: *лекція, розповідь-пояснення; бесіда;*

наочні методи: *ілюстрування; демонстрування;*

практичні методи: *робота з навчально-методичною літературою: конспектування, тезування, анування, підготовка реферату/доповіді;*

### 2. Методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності

методи формування пізнавальних інтересів: *створення ситуації інтересу та новизни навчального матеріалу; метод використання життєвого досвіду; навчальні дискусії для вирішення проблемної ситуації.*

### 3. Інноваційні та інтерактивні методи навчання:

інтерактивні методи: *дискусії, диспути, проектування професійних ситуацій, «Мозковий штурм».*

комп'ютерні і мультимедійні методи: *використання мультимедійних презентацій; дистанційне навчання.*

### 4. Методи контролю і самоконтролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності:

методи усного контролю: *опитування, бесіда, доповідь;*

методи письмового контролю: *самостійна робота, творче завдання, розв'язування тестів.*

методи самоконтролю: *самостійний пошук помилок; самооцінювання; самоаналіз.*

## ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Схема нарахування балів, шкала та критерії оцінювання результатів навчання

Наведені у Додатку до силабусу

## ПОЛІТИКА ВИВЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ТА ОЦІНЮВАННЯ

- щодо термінів виконання та перескладання

Здобувач вищої освіти зобов'язаний дотримуватись крайніх термінів (дата для аудиторних видів робіт або час в системі дистанційного навчання LMS Moodle), до яких має бути виконано певне завдання.

Терміни виконання та перескладання регламентуються Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті <http://surl.li/qhurvx> та Положенням про організацію освітнього процесу в Полтавському державному аграрному університеті <http://surl.li/dcddab>.

Виконання завдань з порушенням термінів без поважних причин оцінюється на нижчий на 25% бал. Перескладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату.

- щодо академічної доброчесності

Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: 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); посилання на джерела інформації у разі

	<p>використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використані методики досліджень і джерела інформації.</p> <p>Документи, що стосуються академічної доброчесності, представлені на вкладці «Академічна доброчесність» Полтавського державного аграрного університету: <a href="http://surl.li/irohph">http://surl.li/irohph</a>. Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності <a href="http://surl.li/sbyeab">http://surl.li/sbyeab</a> та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету <a href="http://surl.li/cbcoqm">http://surl.li/cbcoqm</a>.</p>
<p><b>- щодо відвідування занять</b></p>	<p>Відвідування здобувачами вищої освіти всіх видів навчальних занять є обов'язковим.</p> <p>Не дозволяються пропуски занять та запізнення з неповажних причин. Здобувачі освіти повинні приймати активну участь під час проведення занять, виконувати необхідний мінімум навчальної роботи, що є допуском до підсумкового контролю. В умовах впровадження дистанційної форми навчання за наявності об'єктивних причин (наприклад, лікарняні, індивідуальний графік, знаходження на карантині тощо) та за узгодженням з викладачем, освоєння навчальної дисципліни здобувачами вищої освіти може здійснюватися самостійно, на засадах академічної доброчесності. При цьому щотижня здобувач вищої освіти має звітувати через електронну пошту, або через систему дистанційного навчання LMS Moodle про стан виконання завдань.</p>
<p><b>- щодо зарахування результатів неформальної / інформальної освіти</b></p>	<p>На здобувачів вищої освіти поширюється право про визнання результатів навчання, набутих у неформальній/інформальній освіті перед / під час опанування даної освітньої компоненти. Набуття відповідних результатів навчання можливе після успішного опанування курсів (з документальним підтвердженням) на різноманітних навчальних платформах, зокрема: Prometheus, Coursera, Edera тощо. Особливості неформального/інформального навчання регламентовані Положенням про порядок визнання результатів навчання, здобутих у неформальній та інформальній освіті здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету <a href="http://surl.li/britcc">http://surl.li/britcc</a>.</p>
<p><b>- щодо оскарження результатів оцінювання</b></p>	<p>Після оголошення результатів поточного або семестрового контролю здобувач освіти має право звернутися до викладача з проханням надати роз'яснення щодо отриманої оцінки.</p> <p>Підставами для оскарження результату оцінювання можуть бути: недотримання викладачем системи оцінювання, вказаної у робочій програмі навчальної дисципліни, необ'єктивне оцінювання та/або наявність конфлікту інтересів, якщо про його існування здобувачу вищої освіти не було і не могло бути відомо до проведення оцінювання. Результат оцінювання може бути оскаржений не пізніше наступного робочого дня після його оголошення. Для оскарження результату оцінювання здобувач вищої освіти звертається з письмовою заявою до декана факультету. Порядок оскарження результатів оцінювання здобувачів вищої освіти регламентується Положенням про оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти в Полтавському державному аграрному університеті <a href="http://surl.li/blxujj">http://surl.li/blxujj</a>.</p>

## Основні

1. Балабанова Л., Холод В., Балабанова І. Маркетинг підприємства : підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 612 с.
2. Біловодська О.А., Журилко В.В. Маркетингова товарна політика. Практикум. Київ. Центр учбової літератури, 2023. 236 с.
3. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С. Товарна інноваційна політика. Підручник. Університетська книга, 2023. 281 с.
4. Ковальчук С. В., Карпенко В. Л. , Фесенко Т. С. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник. Новий світ – 2000, 2020. 174 с.
5. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу : підручник. Київ: Діалектика, 2020. 880 с.
6. Окландер М., Кірносова М. Маркетингова товарна політика: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 248 с.

## Допоміжні

7. Ivan Tereshchenko, Viktoriia Danylenko, Tatyana Borovyk, Olena Maiboroda. Innovative approach to the development and increase of the efficiency of marketing in social networks. Маркетинг і цифрові технології. Том 6 № 4 (2022) URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/275/174>
8. Svitlana Sytniakivska, Nataliia Seiko, Nadiia Pavlyk, Tetiana Borovyk, Nadiia Yurkiv, Serhii Tereshchenko, Iona Rozhko (2022). Methods of evaluation of the latest educational technologies: Marketing aspect. Journal of Hygienic Engineering and Design, Vol. 41, pp. 363-374 URL:<http://eprints.zu.edu.ua/36408/1/1679922410842176.pdf>
9. Samoilyk Iuliia, Borovyk Tatiana, Danylenko Viktoria, Diadyk Tetiana, THE ECONATURAL, ECONOMIC AND MARKETING POTENTIAL OF THE ORGANIC PRODUCTION DEVELOPMENT IN THE WORLD. Security of the XXI century: national and geopolitical aspects. Issue 3: collective monograph / in edition I. Markina. Nemoros s.r.o., 2021. URL: <https://dspace.pdau.edu.ua/items/34f45d73-778f-4029-af07-78f818fd8398>
10. Iuliia Samoilyk, Tatiana Borovyk, Viktoria Danylenko. THE AGRI-FOOD MARKET CONJUNCTURE UNDER THE ECONOMIC GLOBALIZATION CONDITIONAL: ECONOMIC, MARKETING, ENVIRONMENTAL COMPONENTS. Management of the 21st century: globalization challenges. Issue 3. Collective monograph. Nemoros s.r.o. Prague, 2020. P.101-108 URL:<http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/8439>
11. Балабанова Л., Холод В., Балабанова І. Стратегічний маркетинг : підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 612 с.
12. Боровик Т.В., Решетнікова О.В., Сімон А.О. Фактори розвитку конкурентоспроможності підприємства. Економічний простір: Збірник наукових праць № 159, Дніпро: ПДАБА, 2020. С.107-111. URL:<http://prostrir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/630>
13. Карпенко Н. Маркетингова діяльність підприємств. Сучасний зміст: монографія. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 252 с.
14. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу: підручник. Київ: Діалектика, 2020. 880 с.
15. Кочкіна Н. Ю. Управління маркетингом: навч. посібник. Київ: Інтерсервіс, 2019. 368 с.
16. Окландер М.А., Чукурна О.П. Маркетингова цінова політика: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 284 с.
17. Самойлик Ю.В., Боровик Т. В., Вернигора М. В. Стратегія інноваційного розвитку агропродовольчого сектору економіки в умовах глобалізації загроз і викликів. Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Економічні науки № 3 (66) (2022). С.21-28. Фахове видання в Україні. Index Copernicus (IC), Google Scholar URL:<http://journals.maup.com.ua/index.php/economics/article/view/2227>
18. Сатир Л.М., Кепко В.М., Стаднік Л.І. Консалтинг – ефективний інструмент організації інноваційної політики підприємницької діяльності. Бізнес-навігатор. 2020. Вип. 3 (59) 2020. С. 119-124. (кат. Б).
19. Стаднік Л. І., Шевченко А. О. Інноваційна цінова політика як елемент консалтингу в системі управління поведінкою споживачів. Економіка та держава. 2020. № 8. С. 66 –70. (кат. Б).
20. Стаднік Л. І., Шевченко А. О. Консалтингова діяльність у системі ф'ючерсної торгівлі як форма організації інноваційної товарної та цінової політики. Бізнес- Інформ. 2020. №8. С.46–52.
21. Терещенко І.О., Боровик Т.В., Майборода О.В. Таргетингова реклама як інструмент реалізації

маркетингової комунікаційної політики підприємств. Науковий погляд: економіка та управління. 2022. №3 (79). С. 90-97. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/13455>

22. . Ivan Tereshchenko, Viktoriia Danylenko, Tatyana Borovyk, Olena Maiboroda. Innovative approach to the development and increase of the efficiency of marketing in social networks. Маркетинг і цифрові технології. Том 6 № 4 (2022). С.38-46. URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/275/174>

23. Решетнікова О.В, Боровик Т.В, Сенько І.М. Маркетинг в соціальних мережах як інструмент просування бренду та підвищення обсягів збуту. Економіка та суспільство. 2024. No 65. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4513>

### Інформаційні ресурси

1. Нормативно-правова база України URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/>

2. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського: Офіційний сайт: URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>.

3. Митний кодекс України: Закон України від 13.03.2012 № 4495-VI(поточна редакція від 15.05.2021 р.) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>

4. Електронний репозитарій ПДАУ: URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/5101>

5. Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України URL: [www.me.gov.ua](http://www.me.gov.ua)

6. Офіційний сайт Державної служби статистики України URL: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)

7. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України <http://sfs.gov.ua/>

8. Офіційний сайт Міністерства інфраструктури України. URL: <http://www.mtu.gov.ua/>;

9. Офіційний сайт торгово-промислової палати України. URL: <http://www.ucci.org.ua/ua/main.html>

### Реквізити затвердження

Схвалено на засіданні кафедри маркетингу, протокол від 03 вересня 2024 року № 1

Додаток до силабусу  
**СХЕМА НАРАХУВАННЯ БАЛІВ, ШКАЛА ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ  
РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ**

**Схема нарахування балів з навчальної дисципліни**

Назва теми	Форми контролю результатів навчання здобувачів вищої освіти					Разом
	Виконання практ. завдання	Розв'язуван ня тестів	Виконання завдань самостійної роботи	Реферат	Презентація	
Тема 1. Товар та його властивості.	2	2	3			7
Тема 2. Управління товарним асортиментом.	2	2	3			7
Тема 3. Техніко-економічні показники і методи оцінки якості продуктових інновацій.	2	2	3			7
Тема 4. Дизайн нового товару.	2	2	3			7
Тема 5. Планування та організація створення нового продукту.	2	2	3			7
Тема 6. Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту.	2	2	3			7
Тема 7. Сучасні методи та засоби генерування ідей.	2	2	3			7
Тема 8. Управління якістю товарів та послуг.	2	2	3			7
Тема 9. Функціонально-вартісне обґрунтування інноваційного продукту.	2	2	3			7
Тема 10. Формування інноваційної стратегії підприємства в агробізнесі.	2	2	3			7
<b>За будь якою темою на вибір</b>				5	10	15
<b>За будь якою темою на вибір</b>				5	10	15
<b>Разом</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>30</b>	<b>10</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

Виконання завдань з порушенням термінів без поважних причин оцінюється на нижчий на 25% бал.

Форма семестрового контролю знань здобувачів вищої освіти згідно з робочим і навчальним планом – залік.

Форми, шкала та критерії оцінювання результатів навчання при проведенні поточного контролю успішності здобувачів вищої освіти:

**Шкала та критерії оцінювання виконання практичного завдання**

Кількість балів	Критерії оцінювання
1,5-2	відповіді правильні, обґрунтовані, осмислені та характеризують наявність спеціалізованих концептуальних знань на рівні новітніх досягнень, критичне осмислення проблем у навчанні. Відповідь характеризує уміння виявляти та розв'язувати проблему, інтегрувати знання; провадити інноваційну та наукову діяльність та повністю відображає визначений результат навчання за темою
0-1	відповідь недостатньо обґрунтована та осмислена, характеризує уміння застосовувати знання в практичній діяльності, але має певні неточності та показує неповноту засвоєння результату навчання



### Шкала та критерії оцінювання розв'язування тестів

Кількість балів	Критерії оцінювання
0-2	По кожній темі 10 тестових завдань. Бали: від 0-2 (по 0,2 балів за кожну правильну відповідь)

### Шкала та критерії оцінювання підготовки реферату

Кількість балів	Критерії оцінювання
5	проблема, яка розглядається в рефераті, викладена повно, послідовно, логічно; список використаних джерел 5-6 позицій, відповідає діючому стандарту оформлення бібліографії: здобувач при захисті реферату повністю демонструє засвоєний результат навчання за темою реферату.
3-4	тема реферату викладена досить повно, але є певні недоліки щодо відповідності результату навчання, логіці викладу; бібліографічний список нараховує 4-5 джерел, відповідає сучасним правилам, але містить певні помилки, здобувач при захисті реферату не повністю володіє матеріалом щодо результату навчання за темою реферату.
0-2	тема реферату нерозкрита або ж повністю не розкриває заявлений результат навчання, у бібліографічному списку менше 2 наукових джерел, і він подається не за сучасними правилами, здобувач відмовляється від захисту.

### Шкала та критерії оцінювання підготовки презентації

Кількість балів	Критерії оцінювання
8-10	зміст презентації відповідає темі та результату навчання; наявність творчого підходу складання презентації; якісно підготовлена практична розробка, дотримані всі вимоги щодо технічного й естетичного оформлення роботи і орфографічних вимог, наявності електронного (на носіїві) матеріалу презентації.
5-7	наявність незначних недоліків у відповідності теми презентації заявленому результату навчання, виконанні презентації та її оформленні.
0-4	наявність суттєвих недоліків або ж повній невідповідності теми презентації результату навчання, вимогам щодо обсягу, оформлення та викладу змісту презентації.

### Шкала та критерії оцінювання самостійної роботи (письмове завдання)

Кількість балів	Критерії оцінювання
1,5-2	вірно розкриті питання самостійної роботи; ЗВО демонструє розуміння сутності матеріалу, логічність та самостійність у його викладі; аргументовано обґрунтовує свою думку; відповідь містить обґрунтовані висновки.
0-1	ЗВО демонструє поверхневі знання і розуміння основних положень питання; наявні суттєві помилки; висновки неповні.