

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

Навчально-науковий інститут денної освіти  
Кафедра маркетингу

**СИЛАБУС**

навчальної дисципліни  
**«Маркетинг інновацій»**  
на 2023-2024 навчальний рік

Курс та семестр вивчення	3 курс, 2 семестр
Освітня програма/спеціалізація	«Маркетинг»
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 Управління та адміністрування
Ступінь вищої освіти	бакалавр

ПІБ НПП, який веде дану дисципліну,  
науковий ступінь і вчене звання,  
посада

**Яловега Наталія Іванівна**  
к.е.н. доцент,  
доцент кафедри маркетингу

Контактний телефон	+38-050-510-78-87
Електронна адреса	<a href="mailto:alrayne88vega@gmail.com">alrayne88vega@gmail.com</a>
Розклад навчальних занять	<a href="http://schedule.puet.edu.ua/">http://schedule.puet.edu.ua/</a>
Консультації	очна <a href="http://www.marketing.puet.edu.ua">http://www.marketing.puet.edu.ua</a> он-лайн: електронною поштою, пн-пт з 10.00-17.00
Сторінка дистанційного курсу	<a href="https://el.puet.edu.ua/">https://el.puet.edu.ua/</a>

**Опис навчальної дисципліни**

<b>Мета вивчення навчальної дисципліни</b>	Формування знань і навичок стосовно методів та інструментів розробки маркетингового забезпечення інноваційного продукту та їх впровадження на підприємствах.
<b>Тривалість</b>	4 кредити ЄКТС/150 годин (лекції 16 год., практичні заняття 32 год., самостійна робота 72 год.)
<b>Форми та методи навчання</b>	Лекції та практичні заняття, самостійна робота поза розкладом.
<b>Система поточного та підсумкового контролю</b>	Поточний контроль: відвідування занять; обговорення матеріалу лекційних занять; виконання практичних завдань; вирішення кейсів та самостійних завдань у розрізі тем; виконання модульних контрольних робіт. Підсумковий контроль: екзамен.
<b>Базові знання</b>	Наявність широких знань з основ маркетингу, маркетингових досліджень, маркетингового ціноутворення, маркетингу партнерських відносин, маркетингових комунікацій, маркетингової товарної політики.
<b>Мова викладання</b>	Українська

**Перелік компетентностей, які забезпечує дана навчальна дисципліна, програмні результати навчання**

<b>Програмні результати навчання</b>	<b>Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач</b>
ПР3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу. ПР5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів. ПР11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта. ПР13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи. ПР18. Демонструвати відповідальність у ставленні	ЗК01. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК03. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу. ЗК05. Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків. ЗК06. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК07. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних

Програмні результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач
<p>до моральних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства у професійній маркетинговій діяльності.</p> <p>ПР19. Використовувати набуті маркетингові навички для розвитку підприємств малого та середнього бізнесу</p>	<p>груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).</p> <p>ЗК13.Здатність працювати в міжнародному контексті.</p> <p>ЗК14.Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p> <p>СК04. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>СК05. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.</p> <p>СК06. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК07. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК08. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>СК09. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.</p> <p>СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в кросфункціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p> <p>СК15. Здатність планування та провадження маркетингової діяльності підприємств малого та середнього бізнесу в умовах невизначеності.</p>

### Тематичний план навчальної дисципліни

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
<b>Модуль 1. Теоретичні аспекти маркетингу інновацій</b>		
Тема 1. Маркетинг інновацій: тенденції та закономірності розвитку	Відвідування занять; захист індивідуального самостійного завдання; обговорення матеріалу лекційних занять; виконання практичних завдань.	Поняття маркетингу і його сучасне трактування. Товар та його властивості. Інновації як товар. Особливості маркетингу інновацій.
Тема 2. Характеристика ринку інновацій	Відвідування занять; захист індивідуального самостійного завдання; обговорення матеріалу лекційних занять; виконання практичних завдань.	Характеристика ринку інновацій ті його учасників. Споживча поведінка як реакція на інновацію. Мотивація купівельної поведінки споживачів інновації.
Тема 3. Дослідження ринку в системі маркетингу інновацій	Відвідування занять; захист індивідуального самостійного завдання; обговорення матеріалу лекційних занять; виконання практичних завдань.	Маркетингова інформаційна система в інноваційній діяльності. Методи маркетингових досліджень споживчих потреб на ринках інновацій. Апробація інновацій на ринку. Вивчення реакції покупців на новий товар. Дифузія інновацій.
Тема 4. Розробка інноваційних продуктів та проектів	Відвідування занять; захист індивідуального самостійного завдання; обговорення матеріалу лекційних занять; виконання практичних завдань.	Стратегії конкуренції та маркетинг інновацій. Сегментування ринку інновацій. Позиціонування інновацій на ринку. Стратегічні підходи до створення нових

Назва теми	Види робіт	Завдання самостійної роботи у розрізі тем
		товарів. Технології захисту інновації від конкурентів.
<b>Модуль 2. Комплекс маркетингу інновацій</b>		
Тема 5. Ціноутворення в системі маркетингу інновацій	Відвідування занять; захист індивідуального самостійного завдання; обговорення матеріалу лекційних занять; виконання практичних завдань.	Роль цінового фактору в стратегії промислового підприємства. Стратегії і моделі ціноутворення на нові товари-імітатори. Стратегії і моделі ціноутворення на абсолютно нові товари. Ціноутворення в межах товарної номенклатури.
Тема 6. Збут та сервіс системі маркетингу інновацій	Відвідування занять; захист індивідуального самостійного завдання; обговорення матеріалу лекційних занять; виконання практичних завдань.	Сутність та складові дистрибуції інновації. Бар'єри сприйняття інновацій. Вибір каналів розподілу нового товару. Узгодження маркетингових і логістичних рішень при виведенні нового товару на ринок. Роль товарного знаку в просуванні інновації. Інновації в упаковці. Значення сервісу для просування інноваційних продуктів.
Тема 7. Комунікації в системі маркетингу інновацій	Відвідування занять; захист індивідуального самостійного завдання; обговорення матеріалу лекційних занять; виконання практичних завдань.	Особливості комунікаційного процесу на ринку інновацій. Інтегровані маркетингові комунікації на ринку інновацій. Чинники, що визначають структуру комплексу маркетингових комунікацій з ринком інновацій.
Тема 8. Управлінські аспекти маркетингу інновацій	Відвідування занять; захист індивідуального самостійного завдання; обговорення матеріалу лекційних занять; виконання практичних завдань.	Стратегія і тактика маркетингових комунікацій на ринку інновацій. Партнерський маркетинг в інноваційній діяльності підприємства. Взаємоузгодження маркетингових та інноваційних рішень. Партнерський маркетинг у створенні та комерціалізації інновацій. Внутрішнє партнерство в інноваційній діяльності.

### Інформаційні джерела

1. Біловодська О. А. Управління маркетинговими каналами промислових підприємств на інноваційних засадах [Текст] : монографія / О. А. Біловодська, Л. О. Сигида. – Київ : Центр навч. л-ри, 2018. – 234 с.
2. Вербицька Г. Л. Особливості маркетингової підтримки інновацій вітчизняних промислових підприємств в умовах міжнародних економічних відносин. Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Логістика. 2016. № 846. С. 36-41. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPL\\_2016\\_846\\_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPL_2016_846_9)
3. Войтович Н. В. Трансфер технологій як складова інноваційного розвитку маркетингової діяльності підприємств АПК [Текст] / Н. В. Войтович, Ю. Я. Поляк // Економіка та держава. – 2020. – № 12. – С. 62–66.
4. Гризовська Л.О. Маркетинг інновацій як інструмент успішного бізнесу. / Л.О. Гризовська, А.В. Романова. Економіка та суспільство. Випуск 16. 2018. — С. 301—307 [Електронний ресурс] — Режим доступу: // [http://economyandsociety.in.ua/journal/16\\_ukr/46.pdf](http://economyandsociety.in.ua/journal/16_ukr/46.pdf)
5. Забарна Е. М. Управління інноваціями в системі маркетингових комунікацій [Текст] / Е. М. Забарна, К. О. Кірнесенко, К. О. Ваннік // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія "Економічні науки". – 2012. – № 3 (54). – С. 78–83 .
6. Карпенко Н.В. Формування маркетингової стратегії і планування маркетингових програм / Н.В. Карпенко, Ю.В. Лебідь // Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у XXI столітті : тези доповідей XLIII Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2019 рік (м. Полтава, 07-08 квітня 2020 р.) : 2 ч. - Полтава : ПУЕТ, 2020. - С. 149-151. – Режим доступу: <https://bit.ly/2Veexyi>

7. Менеджмент та маркетинг інновацій [Текст] : Монографія / С. М. Ілляшенко, О. В. Прокопенко, Л. Г. Мельник, Є. В. Мішенін, В. В. Божкова / за заг. ред. д.е.н. проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2015. – 616 с.
8. Микитюк П.П. Інноваційний менеджмент: навчальний посібник / П.П. Микитюк, В.Я. Ярич, М.М. Шкільняк, Ю.І. Микитюк – Тернопіль: Екон. думка ТНЕУ, 2019. – 518 с. <https://bit.ly/3Cp4yJ9>
9. Мірошник Р.О., Малішевська Б.О. Маркетингова підтримка інноваційної діяльності підприємств. VIII Міжнародна науково-практична конференція «Управління інноваційним процесом в Україні: розвиток співпраці». Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2020. С. 111-112. URL: [http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/53756/2/2020\\_Miroshnyk\\_R\\_O-Marketynhova\\_pidtrymka\\_111-112.pdf](http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/53756/2/2020_Miroshnyk_R_O-Marketynhova_pidtrymka_111-112.pdf)
10. Наука та інноваційна діяльність України. Статистичний збірник. — Київ: Державна служба статистики. — 2019. — 108 с.
11. Яловега Н. І. Маркетингові тренди для мілленіалів : зб. тез Міжнар. наук.-практ. конф. «Світ економічної науки. Випуск 18» (м. Тернопіль, 28 листопада 2019 р.). - Тернопіль : Наукова спільнота, 2019. - С. 129-131. - Режим доступу: <https://www.economy-confer.com.ua/full-article/3202>

### **Програмне забезпечення навчальної дисципліни**

- Пакет програмних продуктів Microsoft Office.

### **• Політика вивчення навчальної дисципліни та оцінювання**

- **Політика оцінювання здобувачів вищої освіти.** Завдання, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75 % від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності). Перескладання модулів відбувається із дозволу провідного викладача за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- Положення про організацію освітнього процесу <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/06/polozhennya-pro-organizacziyu-osvitnogo-procesu.pdf>
- Положення про порядок та критерії оцінювання знань, вмінь та навичок здобувачів вищої освіти [https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh\\_por\\_kryt\\_ocinyuvannya.pdf](https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_por_kryt_ocinyuvannya.pdf)
- Порядок ліквідації здобувачами вищої освіти академічної заборгованості <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/poryadok-likvidacziyi-zdobuvachamy-vyshhovi-osvity-akademichnoyi-zaborgovanosti.pdf>.
- Положення про повторне навчання [https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh\\_pro-povt-navch.pdf](https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_pro-povt-navch.pdf)
- **Політика щодо відвідування.** Відвідування занять є обов'язковим компонентом. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, працевлаштування, стажування) навчання може відбуватись в он-лайн формі (Moodle) за погодженням із провідним викладачем.
- **Політика щодо академічної доброчесності.** Списування під час виконання поточних модульних робіт та тестування заборонено (в т. ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування та підготовки практичних завдань в процесі заняття. В ПУЕТ діють:
- Кодекс честі студента [https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/kodeks\\_chesti\\_studenta.pdf](https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/kodeks_chesti_studenta.pdf).
- Положення про академічну доброчесність [https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh\\_akadem\\_dobrocheshnist.pdf](https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_akadem_dobrocheshnist.pdf)
- Положення про запобігання випадків академічного плагіату <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozhennya-pro-zapobigannavyvpadkam-akademichnogo-plagiatu.pdf>.
- **Політика визнання результатів навчання визначена такими документами:**
- Положення про порядок перезарахування результатів навчання, здобутих в іноземних та вітчизняних закладах освіти [https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh\\_por\\_perezarah\\_rez\\_zvo.pdf](https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_por_perezarah_rez_zvo.pdf).
- Положення про академічну мобільність здобувачів вищої освіти [https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozha\\_pro\\_akademichnu\\_mobilnist.pdf](https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozha_pro_akademichnu_mobilnist.pdf)
- Положення про порядок визнання результатів навчання здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozhennya-pro-poryadok-vyznannya-rezultativ-navchannya-zdobutyh-shlyahom-neformalnoyi-ta-abo-informalnoyi-osvity.pdf>; *інфографіка* (розділ Освіта/Організація освітнього процесу/Неформальна освіта) <https://puet.edu.ua/neformalna-osvita/>.
- **Політика вирішення конфліктних ситуацій:**
- Положення про правила вирішення конфліктних ситуацій <https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozhennya-pro-pravyta-vyrishennya-konfliktnyh-sytuacziy-u-puet.pdf>
- Положення про апеляцію результатів підсумкового контролю у формі екзамену [https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh\\_pro-apel\\_pidscontr.pdf](https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/polozh_pro-apel_pidscontr.pdf)

- уповноважена особа з питань запобігання та виявлення корупції <https://puet.edu.ua/zapobigannya-ta-protidiya-korupcii/>
- Політика підтримки учасників освітнього процесу:
- Психологічна служба: <http://puet.edu.ua/psychologichna-pidtrymka-v-puet/>.
- Студентський омбудсмен (Уповноважений з прав студентів) ПУЕТ <http://puet.edu.ua/other-divisions/studentskyj-ombudsmen-upovnovazhenyj-z-prav-studentiv-puet/>
- Уповноважений з прав корупції <https://puet.edu.ua/zapobigannya-ta-protidiya-korupcii/>
- **Безпека освітнього середовища:** Інформація про безпечність освітнього середовища ПУЕТ наведена у вкладці «Безпека життєдіяльності» <http://puet.edu.ua/pro-puet/bezpeka-zhyttyediyalnosti/>

### Оцінювання

Підсумкова оцінка за вивчення навчальної дисципліни розраховується через поточне оцінювання

Види робіт	Максимальна кількість балів
Модуль 1 (теми 1-4): виконання практичних завдань (20 балів); виконання модульної контрольної роботи (10 балів).	30
Модуль 2 (теми 5-8): виконання практичних завдань (20 бали); виконання модульної контрольної роботи(10 балів).	30
Підсумковий контроль: екзамен	40
Разом	100

### Шкала оцінювання здобувачів вищої освіти за результатами вивчення навчальної дисципліни

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка за шкалою ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
90-100	A	Відмінно
82-89	B	Дуже добре
74-81	C	Добре
64-73	D	Задовільно
60-63	E	Задовільно достатньо
35-59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням навчальної дисципліни