

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНБАСЬКА ДЕРЖАВНА МАШИНОБУДІВНА АКАДЕМІЯ
Кафедра економіки підприємства

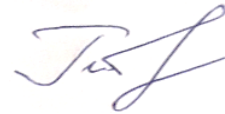
Затверджую:
Декан факультету
Економіки і менеджменту



/С.В.Мироненко /

«28» червня 2024р.

Гарант освітньої програми:
Економіка та управління
підприємством



/ Т.П. Гітис /

«25» червня 2024р.

Розглянуто і схвалено
на засіданні кафедри ЕП
Протокол № 10 від 25.06.2024р.
В. о. завідувача кафедри ЕП



/ Є. О. Підгора /

Робоча програма навчальної дисципліни
«Товарно-інноваційна політика підприємства»

галузь знань
спеціальність
ОПП
освітній рівень

С Соціальні науки, журналістика та інформація
С1 Економіка
«Економіка та управління підприємством»
Другий (магістерський)

Факультет
Розробник

Економіки і менеджменту
К.е.н., доцент Гітис Т.П.

1. Опис навчальної дисципліни

Мова навчання: українська.

Статус дисципліни: вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки.

Передумови вивчення навчальної дисципліни (пререквізити): вивчення дисциплін економічного профілю рівня підготовки бакалаврів, зокрема «Мікро– та макроекономіка», «Економіка підприємства», «Маркетинг», «Економіка та організація інноваційної діяльності».

Предметом вивчення навчальної дисципліни є методи та засоби формування товарної інноваційної політики підприємства..

Найменування показників	Галузь знань, напрям підготовки, ступінь вищої освіти	Характеристика навчальної дисципліни
		денна / заочна форма навчання
Кількість кредитів ЄКТС: 4,0	Галузь знань <u>С «Соціальні науки, журналістика та інформація»</u> (шифр і назва)	Дисципліна циклу професійної підготовки
Модулів – 1	Спеціальність: <u>С1«Економіка»</u> (шифр і назва)	Рік підготовки:
Змістових тем – 8		1-й
Загальна кількість годин – 120		Семестр
		2-й
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 3,0 самостійної роботи здобувача – 3,7	Рівень вищої освіти: другий (магістр)	Лекції
		36/4 год.
		Практичні
		18/4год.
		Самостійна робота
		66/112 год.
		Вид контролю: залік
Курсова робота – не передбачено		

Примітка.

Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить: для денної форми навчання - 3/3,7 (54/66).

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Товарно-інноваційна політика підприємства» є однією із складових комплексної підготовки фахівців за другим (магістерським) рівнем вищої освіти спеціальності С1 «Економіка», освітньої програми «Економіка та управління підприємством».

Мета дисципліни – опанування системою науково-теоретичних та практичних знань стосовно основних положень, методів та механізмів формування товарної інноваційної політики підприємств.

Завдання дисципліни:

- набуття знань щодо сучасних принципів, теорій, методів і практичних прийомів з метою здатності генерувати нові ідеї щодо товарно-інноваційної політики підприємства;
- набуття знань щодо характеристики нового товару, класифікаційних ознак та видів нових товарів; змісту і складових маркетингової підтримки товару;
- набуття знань щодо основних понять та визначень якості товарів і послуг, показників та методів оцінки якості продуктових інновацій;
- вміння адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для обґрунтування управлінських рішень щодо формування товарно-інноваційної політики підприємства;
- набуття знань щодо місця та ролі інновацій у системі товарної політики підприємства з урахуванням сучасних світових тенденцій розвитку інноваційних процесів з урахуванням фактору ризику;
- набуття знань щодо здійснення функціонально-економічного обґрунтування інноваційного продукту, враховуючи його зв'язок з маркетинговою діяльністю.

Дисципліна спрямована на отримання здобувачами наступних загальних та спеціальних (фахових) компетентностей:

ЗК 1. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК 3. Здатність мотивувати людей та рухатися до спільної мети.

ЗК 4. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

ЗК 7. Здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів).

СК 3. Здатність збирати, аналізувати та обробляти статистичні дані, науково-аналітичні матеріали, які необхідні для розв'язання комплексних економічних проблем, робити на їх основі обґрунтовані висновки.

СК 5. Здатність визначати ключові тренди соціально-економічного та людського розвитку.

СК 7. Здатність обґрунтовувати управлінські рішення щодо ефективного розвитку суб'єктів господарювання.

СК 8. Здатність оцінювати можливі ризики, соціально-економічні наслідки управлінських рішень.

СК 10. Здатність до розробки сценаріїв і стратегій розвитку соціально-економічних систем.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен продемонструвати достатній рівень сформованості наступних програмних результатів навчання:

ПРН 2. Розробляти, обґрунтовувати і приймати ефективні рішення з питань розвитку соціально-економічних систем та управління суб'єктами економічної діяльності.

ПРН 12. Обґрунтовувати управлінські рішення щодо ефективного розвитку суб'єктів господарювання, враховуючи цілі, ресурси, обмеження та ризику.

ПРН 14. Розробляти сценарії і стратегії розвитку соціально-економічних систем.

ПРН 17. Приймати управлінські рішення з питань подолання кризових явищ в економіці підприємства за допомогою застосування інформаційно-аналітичного інструментарію.

3. Програма та структура навчальної дисципліни

3.1. Розподіл обсягу дисципліни за видами навчальних занять та темами

№ з/п	Назви змістових модулів і тем	Кількість годин (денна / заочна)				
		Усього	В т.ч.			
			Л	П (С)	Лаб	СРС
Змістовий модуль 1. Товарно-інноваційна політика підприємства						
1.	Тема 1. Товар та його властивості	12 / 12	4/0	2/0		6 / 12
2.	Тема 2. Товарна інноваційна політика і управління асортиментом	12 / 12	4/0	2/0		6 / 12
3.	Тема 3. Системне управління якістю товарів та послуг	12 / 12	4/2	2/0		6 / 10
4.	Тема 4. Техніко-економічні показники і методи оцінювання продуктових інновацій	20 / 20	6/0	2/2		12 / 18
5.	Тема 5. Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту з урахуванням фактору ризику	22 / 22	6/2	4/2		12 / 18
6.	Тема 6. Планування й організація створення нового продукту	14 / 14	4/0	2/0		8 / 14
7.	Тема 7. Сучасні методи та засоби генерування ідей	14 / 14	4/0	2/0		8 / 14
8.	Тема 8. Функціонально-вартісне обґрунтування інноваційного продукту	14 / 14	4/0	2/0		8 / 14
Усього годин		120 / 120	36/4	18/4		66 / 112

Л – лекції, П (С) – практичні (семінарські) заняття, Лаб – лабораторні заняття, СРС – самостійна робота здобувачів.

3.2. Розподіл обсягу дисципліни між учбовими тижнями

Денна форма навчання – 2а та 2б семестри

Вид навчальних занять або контролю	Розподіл між учбовими тижнями																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Лекції	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Практичні заняття		2		2		2		2		2		2		2		2		2
Сам. робота	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Модулі	Змістовний модуль 1																	
Консультації								конс								конс		конс
Модулі																		
Контроль по модулю																		К1

4. Лекції

Денна форма навчання

Змістовий модуль 1. Товарно–інноваційна політика підприємства

Тема 1. Товар та його властивості

Лекція 1. Товари і послуги як об'єкт товарної політики

Визначення товару та послуг. Класифікаційні ознаки та види товарів та послуг, класифікація споживчих товарів, товари і послуги виробничого призначення. Маркетингове розуміння продукту і товару. Вимоги до продукту, зміст і складові маркетингової підтримки товару.

Література: [1], [3]

Лекція 2. Ринкові характеристики товару

Головні ринкові характеристики товару: асортимент, ціна, якість, імідж, конкурентоспроможність.

Література: [1], [3], [5]

Тема 2. Товарна інноваційна політика і управління асортиментом

Лекція 3. Товарна інноваційна політика

Сутність і зміст товарної інноваційної політики. Особливості розробки товарної інноваційної стратегії підприємства. Методи управління вибором маркетингових інноваційних стратегій.

Література: [1], [3], [5]

Лекція 4. Управління асортиментом товару

Управління товарним асортиментом сучасного підприємства в руслі концепції інноваційного розвитку. Управління інноваційним і життєвим циклом товару на засадах маркетингу.

Література: [1], [2], [5]

Тема 3. Системне управління якістю товарів та послуг

Лекція 5. Якість товарів і послуг

Основні поняття та визначення якості товарів та послуг. Розгорнуте визначення якості товару. Клас (гатунок) товару. Якість послуг та обслуговування. Показники якості продукції. Оцінювання якості продукції. Ринкове розуміння якісної та високоякісної продукції. Сучасні принципи та системи забезпечення якості. Нормативно-технічне забезпечення систем якості. Призначення і зміст міжнародних стандартів серії ISO 9000. Управління якістю продукції. Розвиток системного підходу до управління якістю. Вимоги системи до окремих складових «петлі якості».

Література: [1], [3], [4], [5]

Лекція 6. Якість товарних інновацій

Роль і завдання маркетингу в забезпеченні якості товарних інновацій. Забезпечення якості товарних інновацій.

Література: [3]

Тема 4. Техніко-економічні показники і методи оцінювання продуктових інновацій

Лекція 7. Основні поняття якості товарів та послуг.

Основні поняття та визначення якості товарів та послуг. Роль якості товарів (послуг) у задоволенні потреб за А. Маслоу. Структура властивостей продукції.

Література: [4]

Лекція 8. Класи характеристик і показники якості

Показники якості товарів та послуг. Класи характеристик: фізичні, електричні, хімічні, біологічні, органолептичні, поведінкові, часові, ергономічні та функціональні. Показники призначення. Показники надійності. Показники транспортабельності. Ергонометричні показники. Естетичні показники. Група показників технологічності. Патентно-правові показники. Екологічні показники. Технічні показники якості продукції. Показники безпеки.

Література: [3], [5]

Лекція 9. Методи оцінювання продуктових інновацій

Економічний зміст визначення рівня якості продукції. Економічні показники якості продукції. Методи оцінювання продуктивності інновацій.

Література: [5]

Тема 5. Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту з урахуванням фактору ризику

Лекція 10. Сутність оцінювання інноваційного продукту

Зміст та мета маркетингової продуктової та технічної інновації. Сутність технологічної та продуктової інновації. Передумови ефективності інноваційного процесу. Критерії оцінювання ринкових перспектив інноваційного продукту. Маркетингове забезпечення інноваційної діяльності підприємства.

Література: [1], [3], [4], [5]

Лекція 11. Алгоритм оцінювання інноваційного продукту

Універсальний алгоритм матриці оцінки нового товару. Універсальний алгоритм оцінки комерційних перспектив інноваційного продукту. Маркетингове забезпечення етапу оцінки та відбору перспективних ідей нових товарів. Маркетингове забезпечення етапу розробки концепції нового товару. Ситуаційний маркетинговий аналіз інноваційного продукту. Оцінка ринкового потенціалу. Оцінка інноваційного потенціалу підприємства-інноватора. Діагностика виробничо-збутового потенціалу інноватора.

Література: [1], [3], [4], [5]

Лекція 12. Обґрунтування інноваційного проекту з урахуванням ризику

Економічне обґрунтування інноваційного проекту з урахуванням ризику.

Управління інноваційним розвитком організації

Література: [1], [3], [4], [5]

Тема 6. Планування й організація створення нового продукту

Лекція 13. Планування створення нового продукту

Основні завдання планування нового продукту. Методологія створення нового товару. Виробництво і збут нового товару та оцінка економічної доцільності виробництва. Аналіз нового товару на етапах упровадження та зростання. Етапи визнання та розповсюдження нового товару. Визначення та аналіз зрілих товарів. Кінцеві етапи життєвого циклу товару.

Література: [3], [4], [5]

Лекція 14. Організація створення нового продукту

Зміст і процедури участі маркетингових служб у плануванні та розробці нового товару. Напрямки інформаційного забезпечення створення наукомісткої та високотехнологічної продукції. Міжнародний досвід інформаційного забезпечення створення нової наукомісткої та високотехнологічної продукції.

Література: [3], [4], [5]

Тема 7. Сучасні методи та засоби генерування ідей

Лекція 15. Сучасні методи і засоби генерування ідей: загальні методи

Загальна класифікація методів науково-технічного пошуку. Методи прогнозування, фактографічні методи генерування ідей, статистичний метод, метод аналогій, випереджальні методи, експертні методи генерування ідей.

Література: [3]

Лекція 16. Сучасні методи і засоби генерування ідей: конкретні методи

Логічні методи. Метод генерування ідей, метод генерування з використанням матриці ідей, метод мозкового штурму, евристичні методи, метод аналогії, метод репродукції, метод пристосування, метод коливання, метод прецеденту, метод конструктивної подібності, метод реінтеграції, метод псевдоморфізації, метод біомеханіки, метод біоархітектури, метод палеобіоніки, метод біокібернетики. методи альтернативного пошуку, метод інверсії.

Література: [3]

Тема 8. Функціонально-вартісне обґрунтування інноваційного продукту.

Лекція 17. Основи функціонально–вартісного аналізу

Значення функціонально-вартісного аналізу в маркетинговій діяльності. Головні критерії економічної раціональності інноваційних рішень. Визначення та призначення функціонально-вартісного аналізу. Основні принципи та етапи функціонально-вартісного аналізу. Класифікація функцій виробу – об'єкта функціонально-вартісного аналізу.

Література: [1], [3], [4], [5]

Лекція 18. Різновиди функціонально–вартісного аналізу

Форми та процедури функціонально-вартісного аналізу. Зміст робіт на основних етапах функціонально-вартісного аналізу. Корежуючі форма функціонально-вартісного аналізу та її використання в маркетинговій діяльності. Інверсна форма функціонально-вартісного аналізу. Творча форма функціонально-вартісного аналізу.

Література: [1], [3], [4], [5]

5. Практичні заняття

Мета проведення практичних занять – систематизація теоретичних знань щодо характеристик основних елементів функціональних складових товарно–інноваційної політики підприємства; набуття знань щодо характеристики нового товару, класифікаційних ознак та видів нових товарів; змісту і складових маркетингової підтримки товару; можливість застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для обґрунтування управлінських рішень щодо формування товарно–інноваційної політики підприємства; розуміти місце та ролі інновацій у системі товарної політики підприємства з урахуванням сучасних світових тенденцій розвитку інноваційних процесів та фактору ризику; розуміння підходів до здійснення функціонально-економічного обґрунтування інноваційного продукту, враховуючи його зв'язок з маркетинговою діяльністю.

Перелік тем практичних занять наведено у таблиці.

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Товар та його властивості	2	–
2	Товарна інноваційна політика і управління асортиментом	2	–
3	Системне управління якістю товарів та послуг	2	–
4	Техніко-економічні показники і методи оцінювання продуктових інновацій.	2	2
5	Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту з урахуванням фактору ризику	4	2
6	Планування й організація створення нового	2	–

	продукту.		
7	Сучасні методи та засоби генерування ідей	2	–
8	Функціонально-вартісне обґрунтування інноваційного продукту	2	–
Усього годин		18	4

7. Самостійна робота

Самостійна робота здобувачів включає:

- опрацювання лекційного матеріалу, підготовку до практичних занять та контрольних заходів;
- вивчення питань, що винесенні на самостійне опрацювання;
- виконання індивідуального завдання (у вигляді доповіді та презентації, тез доповідей до наукової конференції / семінару та/або наукової статті за обраною тематикою).

Самостійна робота планується на кожну годину аудиторного часу і на питання винесенні на самостійне вивчення. Розподіл часу самостійної роботи виконується згідно плану освітнього процесу та робочого плану дисципліни. Під час самостійної роботи здобувачі звертаються до літератури теоретичного курсу та допоміжної методичної літератури в разі необхідності.

Перелік питань, що винесенні на самостійне опрацювання та перелік літературних джерел наведений нижче.

Назва теми	Завдання на самостійну роботу	Література до виконання самостійної роботи
1	2	3
Тема 1. Товар та його властивості	Взаємозв'язок стратегії товарної інноваційної політики з життєвим циклом товару. Аналіз інноваційних ризиків. Класифікація інновацій. Інноваційні процеси в Україні	[1]
Тема 2. Товарна інноваційна політика і управління асортиментом	Переваги і недоліки стандартизації. Кількісні показники номенклатури товару. Якісні показники асортименту товару.	[1], [3], [5]
Тема 3. Системне управління якістю товарів та послуг	Розвиток принципів системного та комплексного управління якістю. Методи визначення якості продукції. Комплексний показник якості продукції.	[1], [3], [4], [5]
Тема 4. Техніко-економічні показники і методи оцінювання продуктових інновацій.	Показники технічного рівня якості продукції. Показники надійності продукції. Показники призначення продукції	[5]
Тема 5. Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту з урахуванням фактору	Ризики комерційних успіхів нового продукту. Комерційне оцінювання нового продукту на основі аналізу ринку нового товару, його стану та перспектив; конкурентоспроможності нового	[1], [3], [4], [5]

ризик	товару на ринку; можливого обсягу збуту товару на ринку; виробничих проблем, пов'язаних із забезпеченням безперебійного та своєчасного випуску високоякісного товару.	
Тема 6. Планування й організація створення нового продукту.	Інформаційне забезпечення створення товару. Аналіз можливостей виробництва товару. Аналіз можливостей збуту товару. Випробування нового товару.	[3], [4], [5]
Тема 7. Сучасні методи та засоби генерування ідей	Методи інверсії і комбінування при генеруванні ідей. Метод «Дельфі». Метод аналогій. Система генерування технологічних інновацій. Створення технологічних інновацій в Україні. Оцінка «патентної чистоти» нового товару.	[3]
Тема 8. Функціонально-вартісне обґрунтування інноваційного продукту	Методологічні основи функціонально-вартісного аналізу. Форми функціонально-вартісного аналізу. Проектна діяльність та обґрунтування інноваційного продукту	[1], [3], [4], [5]

Тематика індивідуальних завдань:

1. Взаємозв'язок стратегії товарної інноваційної політики з життєвим циклом товару.
2. Види інноваційних ризиків: процеси їх визначення та аналізу.
3. Види стратегій товарної інноваційної політики, що спираються на диверсифікованість нового товару.
4. Критерії та показники призначення і надійності промислового виробу як характеристики його якості.
5. Вимоги до фірмового стилю нового товару.
6. Відбір та оцінювання ідей нових товарів.
7. Внутрішні та зовнішні фактори впливу на ціну нового товару.
8. Добір основних параметрів, що визначають попит на новий товар.
9. Добір цінової стратегії впровадження нового товару на ринок.
10. Загальна характеристика основних етапів розробки нових товарів.
11. Комплекс заходів товарної політики підприємства сфери послуг (послуга на ваш вибір).
12. Можливість вибору стратегії горизонтальної диверсифікації в товарній інноваційній політиці.
13. Стратегія конгломератної диверсифікації в товарній інноваційній політиці.
14. Імідж і популярність товару в товарній інноваційній політиці.
15. Інноваційні послуги, їх характерні риси.
16. Критерії процесу фільтрації ідей нового продукту.
17. Логічні методи прогностики, їх сутність та особливості.
18. Маркетингове розуміння багаторівневості товару.
19. Методи управління якістю нової продукції.
20. Найважливіші маркетингові показники для нових товарів.
21. Наукові методи пошуку і добору інноваційних ідей при розробці нових продуктів.

22. Внутрішньо фірмові фактори ризику при розробці нового товару.
23. Основні вимоги до елементів «петлі якості».
24. Основні етапи процесу розробки нового товару.
25. Основні завдання та етапи планування товарної інноваційної політики підприємства.
26. Основні критерії визначення «новизни» нових товарів.
27. Основні принципи управління товарно-інноваційною політикою.
28. Основні ринкові характеристики нового товару.
29. Основні функції упаковки споживчих товарів (на прикладі конкретного товару).
30. Особливості маркетингу нових товарів виробничого призначення.
31. Охарактеризуйте вплив на інновацію показників рівня якості продукції: технічний рівень виробництва, якість виготовлення, ефективність експлуатації.
32. Ергономічні, екологічні та естетичні показники якості товару.
33. Показники товарного асортименту.
34. Виробничий контроль якості.
35. Оцінка ризику «патентної чистоти» нового товару.
36. Оцінка якості товару-новинки з погляду технічного рівня його виробництва.
37. Тема сформульована особисто здобувачем та узгоджена з викладачем.

7. Методи, критерії та засоби оцінювання

Контрольні заходи включають:

- поточний контроль, що здійснюється протягом семестру під час проведення лекційних, практичних занять і оцінюється сумою набраних балів;
- підсумковий/семестровий контроль, що проводиться у формі семестрового заліку, відповідно до графіку навчального процесу.

Поточний контроль знань та умінь здобувачів денної форми навчання включає:

- попереднє (вхідне) оцінювання знань (письмовий метод або тестування);
- періодичне оцінювання (опитування (усне або письмове), тестування на практичних заняттях та/або у системі Moodle DDMA);
- оцінювання самостійної роботи, а саме виконання індивідуального завдання (доповідь з презентацією на практичних заняттях, публікація тез доповіді до наукової конференції / семінару та/або наукової статті за обраною тематикою);
- модульний контроль, що проводиться у формі підсумкової контрольної роботи за відповідний змістовий модуль та колоквиуму і має на меті оцінку результатів навчання здобувача після вивчення матеріалу з логічно завершеної частини дисципліни – змістового модуля (письмовий метод або тестування на практичних заняттях та/або у системі Moodle DDMA).

Оцінювання знань здобувача під час занять та виконання індивідуальних завдань проводиться за такими критеріями: розуміння, ступінь засвоєння теорії та

методології проблем, що розглядаються; ступінь засвоєння фактичного матеріалу навчальної дисципліни; ознайомлення з рекомендованою літературою; вміння поєднувати теорію з практикою при розгляді ситуацій, розв'язанні задач, проведенні розрахунків у процесі виконання індивідуальних завдань та завдань, винесених на розгляд в аудиторії; логіка, структура, стиль викладу матеріалу в письмових роботах і при виступах в аудиторії; здатність проводити критичну та незалежну оцінку певних проблемних питань; вміння здійснювати узагальнення інформації, обґрунтовувати власну точку зору та робити висновки; грамотність подачі матеріалу та оформлення роботи.

Поточний контроль знань та умінь здобувачів заочної форми навчання включає підсумкову тестову контрольну роботу (виконується здобувачем індивідуально в системі Moodle DDMA).

Загальними критеріями, за якими здійснюється оцінювання позааудиторної самостійної роботи здобувачів є: глибина і міцність знань, рівень мислення, вміння систематизувати знання за окремими темами, вміння робити обґрунтовані висновки, володіння категорійним апаратом, вміння знаходити необхідну інформацію, здійснювати її систематизацію та обробку, самореалізація на практичних заняттях.

Підсумковий контроль знань та компетентностей здобувачів вищої освіти з навчальної дисципліни здійснюється на підставі проведення семестрового заліку, завданням якого є перевірка розуміння здобувачем програмного матеріалу в цілому, логіки та взаємозв'язків між окремими розділами, здатності творчого використання накопичених знань, вміння формулювати своє ставлення до певної проблеми навчальної дисципліни тощо.

Контроль знань здобувачів здійснюється за рейтинговою накопичувальною (100-бальною) системою, яка передбачає складання обов'язкових контрольних точок.

Максимальна кількість балів (100) при оцінюванні знань з навчальної дисципліни, яка завершується екзаменом, формується з двох частин, з коефіцієнтом 0,5 кожна:

– за поточну успішність 100 балів (сума балів, зароблена у семестрі, але не менше 55);

– на екзамені 100 балів (мінімально необхідна кількість балів за екзамен 55).

З дисциплін, що завершуються заліком, поточна успішність оцінюється, виходячи зі 100 балів. Здобувач, який склав усі контрольні точки і набрав 55 і більше балів з кожного контролю на початок сесії, має право отримати підсумкову оцінку без складання заліку.

Переведення набраних здобувачем балів за 100-бальною шкалою в оцінки за національною (5-бальною) шкалою та шкалою ECTS здійснюється в відповідності до таблиці:

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи)	для заліку
90 – 100	A	відмінно	зараховано
81 – 89	B	добре	
75 – 80	C		
65 – 74	D	задовільно	
55–64	E		
30–54	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	незараховано з можливістю повторного складання
0 – 29	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	незараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Склад і графік складання контрольних точок з дисципліни «Товарно–інноваційна політика підприємства», форми і терміни контролю для денної та заочної форми навчання наведено у семестровому графіку (додаток А).

9. Рекомендована література

Основна література

1. Андрєєва 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. 311с.
3. Ілляшенко С.М. Товарна інноваційна політика : підручник Суми: Університетська книга. 2007. 281 с.
4. Кардані В.Я., Павленко А. Ф., Шафалюк О.К. Товарна інноваційна політика : підручник. Київ. 2002. 266 с.
5. Сумець О. М., Ігнатова Є. М. Товарна інноваційна політика: навчальний посібник. Київ: «Хай-Тек-Прес». 2010. 368 с.

Додаткова література

6. Овечкина Е.А. Маркетингове планування: конспект лекцій. Київ: МАУП 2002. 264 с.
7. Павленко А. Ф., Войчак А. В. Маркетинг: підручник. Київ: КНЕУ. 2009. 323 с.
8. Шканова О.М. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник. Київ: МАУП, 2003. 160 с.

10. Електронні ресурси з дисципліни

1. European Business Association. URL: <https://eba.com.ua>
2. Верховна Рада України. URL: [http:// zakon.rada.gov.ua](http://zakon.rada.gov.ua)
3. Національна бібліотека ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>
4. Освітня онлайн-платформа Skillbox. URL: <https://skillbox.com.ua>

ДОДАТОК А

СЕМЕСТРОВИЙ ГРАФІК

Склад і графік складання контрольних точок дисципліни «Товарно–інноваційна політика підприємства», форми і терміни контролю для денної форми навчання:

№	Назва і стислий зміст контрольного заходу	Рейтингова оцінка		Тиждень
		min	max	
1	Вхідний контроль. Здобувач надає відповіді на запитання з дисциплін, що є пререквізитами письмово або у формі тестового опитування. Опитування на практичних заняттях. Здобувач надає усні відповіді, вирішує тестові, практичні та розрахункові завдання, приймає участь у дискусії з наведенням аргументації.	5	10	1-18
2	Виконання індивідуального завдання Проводиться у години, що відведені на самостійну роботу. Здобувач самостійно опрацьовує лекційний та позалекційний матеріал, узагальнює його, підготовлює презентацію та доповідь (або тези на конференцію, наукову статтю) за темою індивідуального завдання).	5	10	1-18
3	Модульна контрольна робота. Здобувач виконує тестові та розрахункові завдання, що відповідають програмним результатам навчання за темами 1–8 змістового модуля №1	45	80	17
Оцінка поточної успішності за 100-бальною шкалою		55	100	
Підсумковий контроль (Семестровий залік) Здобувач виконав тестові та розрахункові завдання та навіть аргументовані відповіді на питання, що відповідають програмним результатам навчання з дисципліни		55	100	

Перелік обов'язкових контрольних точок для оцінювання знань здобувачів заочної форми навчання

№	Назва і стислий зміст контрольного заходу	Рейтингова оцінка	
		min	max
1	Поточний контроль (коефіцієнт вагомості=0,4) Підсумкова тестова контрольна робота, яка виконується здобувачем індивідуально в системі Moodle DDMA Здобувач виконав тестові завдання, що відповідають програмним результатам навчання з дисципліни	55	100
2	Підсумковий контроль (коефіцієнт вагомості=0,6) (Семестровий залік) Здобувач виконав тестові та розрахункові завдання та навіть аргументовані відповіді на питання, що відповідають програмним результатам навчання з дисципліни	55	100