

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

**РОБОЧА ПРОГРАМА**  
навчальної дисципліни  
**«Товарно-інноваційна політика підприємства»**

**рівень вищої освіти**      другий (магістр)

**Спеціальність**      051 Економіка

**назва освітньої**      Економіка та управління підприємством

**програми**

обов'язкові

**Статус**

Краматорськ  
ДДМА  
2019-2020

Робоча програма навчальної дисципліни «Товарно-інноваційна політика підприємства» для підготовки фахівців за другим (магістерським) рівнем вищої освіти, спеціальність 051 Економіка, освітня програма «Економіка та управління підприємством».

Розробники:

О.Є.Бурцева О.Є. Бурцева, к.е.н., доцент

Погоджено з групою забезпечення освітньої програми

I.Ю.Єрфорт I.Ю.Єрфорт, к.е.н., доцент

Розглянуто і затверджено на засіданні кафедри економіки підприємства, протокол № 4 від 05.11.2019

Завідувач кафедри:

Н.Ю.Рекова Н.Ю.Рекова, д-р екон. наук, професор

Розглянуто і затверджено на засіданні Вченої ради факультету економіки та менеджменту  
протокол № \_\_\_\_ від \_\_\_\_\_

Голова Вченої ради факультету:

Є.В.Мироненко Є.В. Мироненко, д-р техн. наук, професор

Є.В.Мироненко

## I ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

### 1.1. Актуальність вивчення дисципліни у зв'язку із завданнями професійної діяльності та навчання.

У сучасній ринковій економіці успішна інноваційна політика, динамізм і гнучкість товарного виробництва є однією із головних умов ефективної виробничо-комерційної діяльності підприємства та основою його подальшого сталого розвитку.

Товарна інноваційна політика – одна із найбільш істотних і складних сфер інноваційної діяльності, це обґрунтovаний, цілеспрямований алгоритм та комплекс управлінських, маркетингових дій, організаційно-економічних заходів, спрямованих на формування умов для розробки, освоєння виробництва та комерціалізації конкурентоспроможних продуктових інновацій. Основне функціональне навантаження товарної інноваційної політики полягає в забезпеченні циклічних процесів створення та реалізації нового товару, спрямованого на задоволення потреб споживачів та досягнення стратегічних й тактичних цілей підприємства. Саме тому сучасна концепція маркетингу продуктових інновацій потребує здійснення підприємством постійних наукових досліджень і підвищення ефективності інноваційної діяльності. Гармонізація взаємодії цих елементів дає змогу суттєво зменшити економічні ризики, пов'язані з впровадженням нового товару на ринок. Комерційний успіх інноваційного продукту, відповідність його корисних властивостей вимогам цільового сегменту ринку багато в чому залежить від участі фахівців з маркетингу в пошуку, оцінюванні та реалізації ідей нових товарів. Зрозуміло, що така участь має базуватися на сучасному аналітико-методичному апараті, новому розумінні значення маркетингу інновацій. Працівники маркетингових служб повинні володіти навичками функціонально-економічного обґрунтування інноваційного продукту, умінням давати кваліфіковані рекомендації щодо дизайну та стилю нового товару, використовувати сучасні методи та прийоми генерування ідей.

**Метою** викладання даної навчальної дисципліни є формування знань і навичок стосовно обґрунтування маркетингових рішень в процесі стратегічного планування інноваційного процесу для створення комерційно вигідних нових товарів.

Для досягнення мети поставлені такі основні **завдання**:

вивчення найуживаніших напрямків розширення функцій маркетингу в стратегічному плануванні інноваційного процесу для створення товарних інновацій;

володіння знаннями щодо основних положень товарної інноваційної політики, засобів сучасного маркетингу нововведень;

володіння навичками самостійного здійснення оцінювання та відбору

перспективних ідей нових товарів з використанням комп'ютерної техніки та програмно-математичних комплексів;

**оволодіння навичками розробляти концепцію товарної інновації.**

Товарна інноваційна політика – навчальна дисципліна, що вивчає інструментарій планування та організації процесу створення товарних інновацій, які будуть сприяти більш ефективному розвитку підприємства.

**Об'єктом** навчальної дисципліни є економічна система та процеси, що відбивають різні аспекти товарної інноваційної політики підприємств.

**Предметом** дисципліни є теоретико-методичні положення та інструментарій управління процесом формування товарної інноваційної політики.

Вивчення даної навчальної дисципліни студент розпочинає, прослухавши більшість навчальних дисциплін гуманітарного та професійного циклів. Теоретико-методологічною базою вивчення цієї дисципліни є такі навчальні дисципліни, як: "Макроекономіка", "Мікроекономіка", "Економіка підприємства", "Маркетинг", "Маркетинг промислового підприємства", "Маркетингові дослідження", "Маркетингова товарна політика". Знання з цих навчальних дисциплін дозволяє студентам засвоїти теоретичні положення з товарної інноваційної політики, придбати навички в галузі формування політики створення комерційно вигідних нових товарів.

У свою чергу, знання з даної дисципліни забезпечують успішне засвоєння таких навчальних дисциплін, як: "Маркетинговий менеджмент", "Стратегічний маркетинг", "Бренд-менеджмент", а також виконання тренінгів, міждисциплінарних комплексних курсових робіт, магістерських дипломних робіт.

У процесі навчання студенти отримують необхідні знання під час лекційних занять та виконання практичних завдань. Найбільш складні питання винесено на розгляд і обговорення під час семінарських занять. Також велике значення в процесі вивчення та закріплення знань має самостійна робота студентів. Усі види заняття розроблені відповідно до кредитно-модульної системи організації навчального процесу.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен:

**знати:**

місце товарної політики підприємства у системі маркетингу; зміст і складові формування товарної інноваційної політики на підприємстві;

ринкові характеристики нового товару, класифікаційні ознаки та види нових товарів; зміст і складові маркетингової підтримки товару;

основну термінологію, яка супроводжує інноваційну діяльність в сучасних умовах в Україні, виходячи з діючих законодавчих і нормативних актів;

основні поняття та визначення якості товарів і послуг, показники та методи оцінки якості продуктових інновацій;

особливості основних етапів планування й організації створення нового

продукту в аспекті розвитку та удосконалення товарної інноваційної політики підприємства;

місце та роль інновацій у системі товарної політики підприємства з урахуванням сучасних світових тенденцій розвитку інноваційних процесів;

основні принципи творчої діяльності в процесі створення інноваційного товару та сучасні методи і засоби вирішення інноваційних задач;

принципи функціонального підходу у вартісному аналізі та основні форми ФВА;

роль технічної естетики та ергономіки у підвищенні конкурентоспроможності товару а також умови забезпечення естетичності нового товару;

принципи оцінки та види ефективності товарної інноваційної політики;

показники та методи оцінки економічної ефективності проекту створення нового товару;

#### **вміти:**

формувати та обґрунтовувати стратегії розвитку товарної політики підприємства, використовуючи сучасні прийоми та методи стратегічного планування;

визначати фактори конкурентоспроможності нового товару; факто-ри, що стимулюють процес розробки нового товару використовувати сучасні методи і прийоми генерування ідей нових товарів;

здійснювати вибір складових механізму нормативно-законодавчого, організаційно-інформаційного та маркетингового забезпечення реалізації товарної інноваційної політики;

аналізувати найбільш реальні шляхи вибору методів ефективного застосування результатів наукових досліджень для створення конкурентоспроможних товарів;

здійснювати оцінювання та відбір перспективних ідей нових товарів, розробляти концепцію нових товарів;

використовувати інструментарій тотального менеджменту якості з метою оцінки рівня якості виготовлення та експлуатації нової продукції;

здійснювати функціонально-економічне обґрунтування інноваційного продукту, враховуючи його зв'язок з маркетинговою діяльністю;

визначати та оцінювати вимоги до раціонального художнього конструювання нової продукції;

розрахувати ефективність проекту створення інноваційного продукту, визначити економічний ефект, використовуючи сучасні методики.

**Мова викладання: українська**

Обсяг навчальної дисципліни та його розподіл за видами навчальних занять:

загальний обсяг становить 150 годин / 5,0 кредитів, в т.ч.:

денна форма навчання: лекції – 36 годин, практичні (семінарські) – 18 години, самостійна робота студентів – 96 годин;

заочна форма навчання: лекції – 8 години, самостійна робота студентів – 132 годин.

## ІІ ПРОГРАМНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен продемонструвати достатній рівень сформованості наступних програмних результатів навчання.

В узагальненому вигляді їх можна навести наступним чином:

***у когнітивній сфері:***

студент здатний формувати та обґрунтовувати стратегії розвитку товарної інноваційної політики підприємства;

студент здатний визначати найбільш вагомі фактори конкурентоспроможності нового товару; фактори, що стимулюють процес розробки нового товару

***в афективній сфері:***

студент здатний критично осмислювати лекційний та позалекційний навчальний матеріал;

студент здатний використовувати сучасні методи і засоби генерування ідей продуктових інновацій

***у психомоторній сфері:***

студент здатний застосовувати механізм нормативно-законодавчого, організаційно-інформаційного та маркетингового забезпечення товарної інноваційної політики

студент здатний здійснювати оцінку якості нової продукції та формувати систему управління якістю інноваційних процесів

студент здатний здійснювати аналіз комерційних перспектив та економічної доцільності випуску нової продукції та планування процесу створення нового товару

студент здатний здійснювати функціонально-вартісне обґрунтування товарної інновації, враховуючи її зв'язок з маркетинговою діяльністю

студент здатний формувати програми дизайну, технічної естетики та ергономіки нового товару

студент здатний здійснювати розрахунки ефективності проекту створення товарної інновації

Формульовання спеціальних результатів із їх розподілом за темами представлені нижче:

Тема	Зміст програмного результату навчання
1	<p><i>У когнітивній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний продемонструвати знання стосовно основних завдань і принципів планування товарної інноваційної політики;</li> <li>• студент здатний формулювати основні цілі товарної інноваційної політики підприємства;</li> <li>• студент здатний продемонструвати характеристику життєвого циклу інновації та його основних етапів</li> </ul> <p><i>в афективній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний брати участь у колективному обговоренні основних завдань і принципів планування товарної інноваційної політики в умовах трансформації взаємовідносин і взаємодії товарного виробництва й ринку</li> <li>• студент здатний пояснити головні чинники, що визначають вибір стратегій розвитку товарної інноваційної політики;</li> <li>• студент здатний пояснити сутність визначення поняття "інновація"</li> </ul> <p><i>у психомоторній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний обґрунтовувати вибір стратегій розвитку товарної інноваційної політики та напрямів їх реалізації</li> <li>• студент здатний слідувати методиці диверсифікації товарної політики, її класифікаційні ознаки та критерії ефективності.</li> <li>• студент здатний визначати основні стратегічні напрями розвитку товарної інноваційної політики підприємства</li> </ul>
2	<p><i>У когнітивній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний пояснити сутність маркетингового розуміння нового товару;</li> <li>• студент здатний розкрити сутність термінологічної систематизації визначень категорії "новий товар".</li> <li>• студент здатний розкрити сутність основних факторів, які стимулюють процес створення нових товарів.;</li> </ul> <p><i>в афективній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний пояснити у чому полягає значення розробки нової продукції для товарної політики підприємств;</li> <li>• студент здатний брати участь у колективному обговоренні систематизації нових товарів з позиції виробника, найбільш поширеної у вітчизняній практиці</li> </ul> <p><i>у психомоторній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний визначати фактори, які можуть бути причинами провалу нового товару на ринку;</li> <li>• студент здатний визначити ринкову новизну товару.</li> </ul>
3	<p><i>У когнітивній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний продемонструвати розуміння характеристики механізму комплексного забезпечення реалізації товарної інноваційної політики</li> <li>• студент здатний продемонструвати розуміння сутності механізму нормативно-законодавчого забезпечення товарної інноваційної політики;</li> <li>• студент здатний продемонструвати знання основних факторів, що</li> </ul>

Тема	Зміст програмного результату навчання
	<p>стимулюють процес розробки нового товару;</p> <p><i>в афективній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний продемонструвати розуміння основних нормативно-правових документів, які регулюють інноваційну діяльність в Україні;</li> <li>• студент здатний визначати роль маркетингової служби в реалізації товарної інноваційної політики.</li> </ul> <p><i>у психомоторній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний здійснювати маркетинговий аналізу факторів конкурентоспроможності нового товару;</li> </ul>
4	<p><i>У когнітивній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний продемонструвати розуміння комплексного визначення якості продуктової інновації;</li> <li>• студент здатний пояснити вимоги до якості нового товару;</li> <li>• студент здатний пояснити класифікацію показників, що застосовуються при оцінці рівня якості нової продукції;</li> </ul> <p><i>в афективній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний продемонструвати розуміння основних методів оцінки якості нової продукції;</li> <li>• студент здатний дискутувати стосовно використання основних методів оцінки якості нової продукції;</li> <li>• студент здатний продемонструвати розуміння особливостей формування якості продукції в процесі її проектування виготовлення й експлуатації.</li> </ul> <p><i>у психомоторній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний пояснити призначення і зміст стандартів серії ISO 9000</li> <li>• студент здатний застосувати загальну схему класифікації стандартів ISO серії 9000;</li> <li>• студент здатний формулювати фактори, що визначають якість процесів і якість виробництва нового товару;</li> <li>• студент здатний пояснити особливості міжнародних вимог до системи якості</li> </ul>
5	<p><i>У когнітивній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний продемонструвати розуміння найбільш поширених методів оцінки перспектив розробки на підприємстві нового товару;</li> <li>• студент здатний продемонструвати сутність універсального алгоритму оцінки комерційних перспектив інноваційного продукту;</li> <li>• студент здатний розкрити характеристику основних передумов комерційного успіху нових товарів на ринку</li> </ul> <p><i>в афективній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний пояснити основні причини невдач нових товарів на ринку;</li> </ul> <p><i>у психомоторній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний здійснювати попередню оцінку економічної ефективності виробництва нової продукції;</li> </ul>
6	<p><i>У когнітивній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний продемонструвати знання основних принципів створення</li> </ul>

Тема	Зміст програмного результату навчання
	<p>нового товару та етапи творчої діяльності.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний розкрити логіку і методологію основних етапів творчої діяльності;</li> <li>• студент здатний продемонструвати фактографічні методи прогностики генерування ідей;</li> <li>• студент здатний розкрити сутність основних властивостей та алгоритму методу "Дельфі";</li> </ul> <p><i>в афективній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний продемонструвати знання загальних характеристик евристичних методів аналогій у генеруванні ідей;</li> </ul> <p><i>у психомоторній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний визначити алгоритм застосування методу інверсії в генеруванні ідей.;</li> <li>• студент здатний застосовувати метод "мозкового штурму"</li> </ul>
7	<p><i>У когнітивній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний продемонструвати знання призначення функціонально-вартісного аналізу;</li> <li>• студент здатний продемонструвати знання основних принципів та етапів функціонально-вартісного аналізу;</li> <li>• студент здатний розкрити характеристику основних форм функціонально-вартісного аналізу;</li> <li>• студент здатний продемонструвати розуміння сутністі функціонально-вартісної діаграми</li> </ul> <p><i>в афективній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний продемонструвати знання особливостей проведення ФВА;</li> </ul> <p><i>у психомоторній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний використовувати класифікацію функцій виробу – об'єкта функціонально-вартісного аналізу;</li> <li>• студент здатний визначати джерела інформації функціонально-вартісного аналізу</li> </ul>
8	<p><i>У когнітивній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний продемонструвати знання основних об'єктів та програм дизайну нового товару;</li> <li>• студент здатний продемонструвати визначення технічної естетики;</li> <li>• студент здатний розкрити сутність ергономіки та її об'єктів;</li> <li>• студент здатний продемонструвати розуміння ієрархічної структури ергономічних показників якості товарів;</li> </ul> <p><i>в афективній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний продемонструвати знання умов забезпечення естетичності виробу;</li> </ul> <p><i>у психомоторній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний використовувати показники естетичності виробу;</li> <li>• студент здатний використовувати вимоги художнього конструювання до</li> </ul>

Тема	Зміст програмного результату навчання
	текtonічності та пластичності виробу
9	<p><i>У когнітивній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний продемонструвати розуміння визначення категорій "ефект" та "ефективність";</li> <li>• студент здатний продемонструвати знання основних принципів оцінки ефективності товарної інноваційної політики</li> <li>• студент здатний продемонструвати знання основних видів ефективності товарної інноваційної політики;</li> </ul> <p><i>в афективній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний продемонструвати знання основних методів оцінки економічної ефективності виробництва нової продукції</li> </ul> <p><i>у психомоторній сфері:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний використовувати систему показників оцінки економічної ефективності продуктових інновацій;</li> <li>• студент здатний використовувати основні критерії оцінювання ефективності інновацій.</li> </ul>

### ІІІ ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ

#### 3.1. Розподіл обсягу дисципліни за видами навчальних занять та темами

№ з/п	Назви змістових модулів і тем	Кількість годин (денна форма)				
		Усього	в т.ч.			
			Л	П (С)	Лаб	CPC
<b>Змістовий модуль 1 Теоретичні поняття й зміст товарної інноваційної політики підприємств</b>						
1.	Основи товарної інноваційної політики	16	2	2		12
2.	Новий товар в концепції маркетингу	16	4	2		10
3.	Комплексне забезпечення реалізації товарної інноваційної політики	16	4	2		10
4.	Системне управління якістю продуктових інновацій	18	4	2		12
<b>Змістовий модуль 3 Практичні основи процесу розробки й обґрунтування інноваційного продукту в системі товарної інноваційної політики</b>						
5.	Планування та організація процесу створення нового товару	16	4	2		10
6.	Сучасні методи і засоби генерування ідей продуктових інновацій	16	4	2		10
7.	Функціонально- вартісне обґрунтування інноваційного продукту	16	4	2		10
8.	Дизайн нового товару	18	4	2		12
9.	Оцінка ефективності товарної інноваційної політики	18	4	2		12
<b>Усього годин</b>		<b>150</b>	<b>36</b>	<b>18</b>		<b>96</b>

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

#### 3.2. Тематика практичних занять

№ з/п	Тема заняття
1.	Основи товарної інноваційної політики
2.	Новий товар в концепції маркетингу
3.	Комплексне забезпечення реалізації товарної інноваційної політики
4.	Системне управління якістю продуктових інновацій
5.	Планування та організація процесу створення нового товару
6.	Сучасні методи і засоби генерування ідей продуктових інновацій
7.	Функціонально- вартісне обґрунтування інноваційного продукту
8.	Дизайн нового товару
9.	Оцінка ефективності товарної інноваційної політики

### 3.3. Перелік індивідуальних завдань

№ з/п	Назва теми або тем, з яких виконується індивідуальне завдання	Назва і вид індивідуального завдання
1	5. Планування та організація процесу створення нового товару	<p>Розрахунково-аналітичне завдання: обчислити:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>точку беззбитковості виробництва нового товару, використавши аналітичний і графічний методи розрахунку;</li> <li>величину додаткового прибутку, який одержить підприємство за умови скорочення змінних витрат та завдяки використанню в технологічному процесі виготовлення нового виду продукції.</li> </ul>
2	9. Оцінка ефективності товарної інноваційної політики	<p>Розрахунково-аналітичне завдання:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>визначити сумарний економічний ефект від реалізації проекту освоєння виробництва нового товару на підприємстві.</li> </ul>

## IV КРИТЕРІЙ ОЦІНЮВАННЯ

### 4.1. Перелік обов'язкових контрольних точок для оцінювання знань студентів dennої форми навчання

№	Назва і короткий зміст контролюального заходу	Max балів	Характеристика критеріїв досягнення результату навчання для отримання максимальної кількості балів
1.	Контроль поточної роботи на практичних заняттях	4	Студент здатний продемонструвати критичне осмислення лекційного та позалекційного матеріалу, передусім, норм законодавства, брати кваліфіковану участь у дискусії з наведенням аргументації
2.	Індивідуальне завдання №1,2	30	<p>Студент здатний провести дослідження обраного індивідуального завдання, а саме:</p> <p>№5 обчислити: точку беззбитковості виробництва нового товару, використавши аналітичний і графічний методи розрахунку; величину додаткового прибутку, який одержить підприємство за умови скорочення змінних витрат та завдяки використанню в технологічному процесі виготовлення нового виду продукції.</p> <p>№9 обчислити: •розрахувати сумарний економічний ефект від реалізації проекту освоєння виробництва нового товару на підприємстві.</p>
3.	Модульна контрольна робота №1,2	10	Студент виконав тестові та розрахункові завдання, що відповідають програмним результатам навчання за темами змістового модуля №1,2
Поточний контроль		100	-
Підсумковий контроль		100	Студент виконав тестові та розрахункові завдання, що відповідають програмним результатам навчання з дисципліни
Всього		100	-

## 4.2. Перелік обов'язкових контрольних точок для оцінювання знань студентів заочної форми навчання

№	Назва і короткий зміст контролального заходу	Max балів	Характеристика критеріїв досягнення результатів навчання для отримання максимальної кількості балів
1	Тестова контрольна робота, яка виконується студентом індивідуально в системі Moodle	40	Студент виконав тестові завдання, що відповідають програмним результатам навчання з дисципліни
2	Письмовий екзамен (залик)	60	Студент виконав тестові та розрахункові завдання, що відповідають програмним результатам навчання з дисципліни
Всього		100	-

## 4.3. Критерії оцінювання сформованості програмних результатів навчання під час підсумкового контролю

Синтезований опис компетентностей	Типові недоліки, які зменшують рівень досягнення програмного результату навчання
<b>Когнітивні:</b> • студент здатний формувати та обґрунтовувати стратегії розвитку товарної інноваційної політики підприємства; • студент здатний визначати найбільш вагомі фактори конкурентоспроможності нового товару; фактори, що стимулюють процес розробки нового товару	75-89% - студент припускається помилок при характеристиці процедури розрахунків та прийняття рішень за здійснення функціонально-вартісного аналізу в процесі розробки та створення нового товару 60-74% - студент припускає помилки при характеристиці методів й засобів генерування ідей продуктових інновацій, присукається помилок у розрахунках оформленні результатів економічної доцільності випуску нової продукції менше 60% - студент не може обґрунтывать свою позицію стосовно сучасних організаційних форм інноваційної діяльності; організаційних структур управління інноваційною діяльністю в Україні"; управління якістю продуктових інновацій; розрахунку та прийняття рішень за процедурою здійснення функціонально-вартісного аналізу в процесі розробки та створення нового товару
<b>Афективні:</b> • студент здатний критично осмислювати лекційний та позалекційний навчальний матеріал; • студент здатний використовувати сучасні методи і засоби генерування ідей продуктових інновацій	75-89% - студент припускається певних логічних помилок в аргументації власної позиції в дискусіях на заняттях та під час захисту індивідуальних завдань, відчуває певні складності у поясненні фахівцю окремих аспектів професійної проблематики 60-74% - студент припускається істотних логічних помилок в аргументації власної позиції, слабко виявляє ініціативу до участі у дискусіях та індивідуальних консультаціях за наявності складності у виконанні індивідуальних завдань; відчуває істотні складності при поясненні фахівцю або нефахівцю окремих аспектів професійної проблематики менше 60% - студент не здатний продемонструвати володіння логікою та аргументацією у виступах, не виявляє ініціативи до участі у дискусії, до консультування з проблемних питань виконання індивідуальних завдань, не здатний пояснити нефахівцю суть відповідних проблем професійної діяльності
<b>Психомоторні:</b> • студент здатний застосовувати механізм нормативно-законодавчого, організаційно-інформаційного та маркетингового забезпечення товарної інноваційної політики • студент здатний здійснювати оцінку якості нової продукції та формувати систему управління якістю інноваційних процесів	75-89% - студент припускається певних помилок у стандартних методичних підходах та відчуває ускладнення при їх модифікації за зміни вихідних умов навчальної або прикладної ситуації 60-74% - студент відчуває ускладнення при модифікації стандартних методичних підходів за зміни вихідних умов навчальної або прикладної ситуації менше 60% - студент нездатний самостійно здійснювати пошук та опрацювання інформацію задля характеристики стану та рівня соціальної економіки держави., виконувати індивідуальні завдання, проявляє ознаки академічної не доброчесності при підготовці індивідуальних завдань та виконанні контрольних робіт, не сформовані

Синтезований опис компетентностей	Типові недоліки, які зменшують рівень досягнення програмного результату навчання
<ul style="list-style-type: none"> <li>• студент здатний здійснювати аналіз комерційних перспектив та економічної доцільності випуску нової продукції та планування процесу створення нового товару</li> <li>• студент здатний здійснювати функціонально-вартісне обґрунтування товарної інновації, враховуючи її зв'язок з маркетинговою діяльністю</li> <li>• студент здатний формувати програми дизайну, технічної естетики та ергономіки нового товару</li> <li>• студент здатний здійснювати розрахунки ефективності проекту створення товарної інновації</li> </ul>	навички самооцінки результатів навчання і навичок міжособистісної комунікації з прийняття допомоги з виправлення ситуації

## V ЗАСОБИ ОЦІНЮВАННЯ

№	Назва і короткий зміст контролального заходу	Характеристика змісту засобів оцінювання
1.	Контроль поточної роботи на практичних заняттях	<ul style="list-style-type: none"> <li>• фронтальне опитування за тематикою лекційного матеріалу та за темами, які виносяться на самостійне вивчення;</li> <li>• оцінювання аргументованості звіту про розбір ситуаційних завдань;</li> <li>• оцінювання активності участі у дискусіях</li> </ul>
2.	Індивідуальні завдання	<ul style="list-style-type: none"> <li>• письмовий звіт про виконання індивідуального завдання;</li> <li>• оцінювання самостійності та якості виконання завдання в ході звіту-захисту та співбесіди</li> </ul>
3.	Модульні контрольні роботи	<ul style="list-style-type: none"> <li>• стандартизовані тести;</li> <li>• аналітично-розрахункові завдання;</li> <li>• ситуаційні завдання</li> </ul>
Підсумковий контроль		<ul style="list-style-type: none"> <li>• стандартизовані тести;</li> <li>• аналітично-розрахункові завдання;</li> </ul>

## VI РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

### 6.1. Основна література

1. Верещагіна Г. В. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства / Г. В. Верещагіна. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2009. – 115 с.
2. Верещагіна Г. В. Управління інноваційними проектами / Г. В. Верещагіна. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2010. – 127 с.
3. Гордієнко Л. Ю. Інноваційний менеджмент / Л. Ю. Гордієнко. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2007. – 146 с.
4. Господарський кодекс України // Офіційний вісник України. – 2003. – № 11. – С. 303–458.

5. Гриньов А. В. Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепції методологія, стратегічне управління / А. В. Гриньов. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2003. – 304 с.
6. Гриньова В. М. Функціонально-вартісний аналіз в інноваційній діяльності підприємства / В. М. Гриньова. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2004. – 124 с.
7. Гриньова В. М. Оцінка результативності інноваційної діяльності підприємства / В. М. Гриньова, Д. С. Бутенко. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. – 227 с.
8. Кокурин Д. И. Інноваційна діяльність / Д. И. Кокурин. – М. : Экзамен, 2001. – 575 с.
9. Коюда О. П. Інноваційна діяльність підприємства та оцінка її ефективності / О. П. Коюда, Л. А. Лисенко. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2010. – 223 с.
10. Куліков П. М. Економіка та організація інноваційної діяльності / П. М. Куліков, Д. О. Тищенко, Н. В. Кулешова. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. – 246 с.
11. Лепейко Т. І. Інноваційний менеджмент / Т. І. Лепейко, В. О. Коюда, С. В. Лукашев. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2005. – 438 с.
12. Про державне регулювання діяльності у сфері трансферу технологій : Закон України // Інноваційне законодавство України: Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2006. – № 45. – С. 434.
13. Про інноваційну діяльність : Закон України // Інноваційне законодавство України: Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2002. – № 36. – С. 266.
14. Про наукову і науково-технічну діяльність : Закон України // Верховна Рада України. – К. : Парлам. вид-во, 1999. – 31 с.
15. Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні : Закон України // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2012. – № 19 – 20. – С. 799.
16. Тонєва К. В. Моделювання інноваційних процесів / К. В. Тонєва. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2009. – 95 с.
17. Федулова Л. І. Інноваційна економіка / Л. І. Федулова. – К. : Либідь, 2006. – 478 с.
18. Холодний Г. О. Організаційно-економічний механізм реалізації товарної інноваційної політики / Г. О. Холодний, М. А. Борисенко. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2009. – 195 с.
19. Чен Р. М. Інформаційні системи і інноваційній діяльності / Р. М. Чен. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2009. – 187 с.
20. Щербак В. Г. Управління торговою маркою в механізмі товарної інноваційної політики підприємства / В. Г. Щербак, Г. О. Холодний, О. В. Птащенко. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. – 252 с.
21. Ястремська О. М. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства / О. М. Ястремська, Г. В. Верещагіна, К. В. Тонєва.
22. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2010. – 388 с.

23. Ястремська О. М. Маркетинг інновацій / О. М. Ястремська, К. В. Тонєва. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. – 115 с.
24. Ястремська О. М. Інноваційна економіка / О. М. Ястремська, Д. О. Ріпка. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2011. – 227 с.

#### Додаткова

1. Афанасьєв М. В. Тренинг формування компетенцій з економіки підприємства : навчальний посібник / М. В. Афанасьєв, Д. О. Тишенко, І. В. Гонтарєва. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2010. – 328 с.
2. Гаркавенко С. С. Маркетинг / С. С. Гаркавенко. – К. : ЛИБРА, 2002. – 704 с.
3. Гальчинський А. С. Інноваційна стратегія українських реформ / А. С. Гальчинський, В. М. Геєць, А. К. Кінах. – К. : Знання України, 2002. – 305 с.
4. Глазьев С. Ю. Теория долгосрочного технико-экономического развития / С. Ю. Глазьев. – М. : Владар, 1993. – 310 с.
5. Гличев А. В. Основы управления качеством / А. В. Гличев. – М. : Издательство АМИ, 1998. – 478 с.
6. Гончарова Н. П. Маркетинг инновационного процесса : учебное пособие / Н. П. Гончарова, П. Г. Перерва. – К., 1998. – 267 с.
7. Гриньов Б. В. Инноватика / Б. В. Гриньов, В. А. Гусев. – Х. : "Институт монокристаллов", 2004. – 452 с.
8. Денисюк В. А. Аналіз і оцінка інноваційної активності науково-виробничого комплексу у створенні та використанні сучасних технологій / В. А. Денисюк, О. І. Білоконь // Проблеми науки. – 2006. – № 8. – С. 21–28.
9. Дибб С. Практическое руководство по маркетинговому планированию / С. Дибб, Л. Симкин, Дж. Брэдли. – СПб. : Питер, 2001. – 256 с.
10. ДСТУ ISO 9001-2001. Системи управління якістю. Вимоги. – К. : Держстандарт України, 2001. – 24 с.
11. Инновационный менеджмент : справ. пособ. / под ред. П. Н. Завлина, А. К. Казанцева, Л. Э. Миндели. – 2-е изд., пере работ. и доп. – М. : ЦИСН, 1998. – 568 с.
12. Инновационный менеджмент : учебник для вузов / С. Д. Ильинская, Л. М. Гохберг, С. Ю. Ягудин и др. ; под ред. С. Д. Ильинской. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 327 с.
13. Инновационный менеджмент : учебн. пособ. / под ред. д.э.н., проф. Л. Н. Оголовой. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 238 с.
14. Исикава К. Японские методы управления качеством / К. Исикава ; пер. с англ. – М. : Экономика, 1998. – 78 с.
15. Кардаш В. Я. Товарна інноваційна політика / В. Я. Кардаш. – К. : КНЕУ, 2002. – 150 с.
16. Кокурин Д. И. Инновационная деятельность / Д. И. Кокурин. – М. : Экзамен, 2001. – 576 с.

17. Кондратьев Н. Проблемы экономической динамики / Н. Кондратьев. – М. : Эко-номика, 1989. – 325 с.
18. Крылов Э. И. Анализ эффективности инвестиционной и инновационной деятельности предприятия : учебн. пособ. / Э. И. Крылов, В. М. Власова, И. В. Журавкова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 608 с.
19. Кузнецова А. Я. Финансирование инвестиционно-инновационной деятельности : монография / А. Я. Кузнецова // Институт экономического прогнозирования НАН Украины. – Львів : Львовский банковский институт НБУ, 2005. – 320 с.
20. Медынский В. Т. Инновационный менеджмент : учебник / В. Т. Медынский. – М. : ИНФРА-М, 2002. – 295 с.
21. Морозов Ю. П. Инновационный менеджмент : учебн. пособ. для вузов / Ю. П. Морозов. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 446 с.
22. Окрепилов В. В. Управление качеством : учебник для вузов / В. В. Окрепилов. – 3-е изд., доп. и перераб. – СПб. : ОАО "Издательство "Наука""", 2000. – 912 с.
23. Орлов П. А. Менеджмент качества и сертификации продукции : учебное пособие / П. А. Орлов. – Х. : ИД "ИНЖЭК", 2004. – 304 с.
24. Павленко І. А. Економіка та організація інноваційної діяльності / І. А. Павленко, Н. П. Гончарова, Г. Швидаченко. – К. : КНЕУ, 2002. – 152 с.
25. Петрина М. Базові умови створення інноваційної моделі розвитку економіки України / М. Петрина // Економіка України. – 2006. – № 8. – С. 36–40.
26. Пирожков С. Проблеми прискорення інноваційного розвитку / С. Пирожков // Економіст. – 2005. – № 4. – С. 31.
27. Пилющенко В. Л. Инфраструктура товарного рынка : учебное пособие / В. Л. Пилющенко, В. И. Дубницкий. – Донецк : Донецкая государственная академия управления, 2001. – 532 с.
28. Полікарпов І. С. Ідентифікація товарів : підручник / І. С. Полікарпов, А. П. Закусілов. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 344 с.
29. Пономаренко В. С. Концептуальні засади управління стратегічним співробітництвом підприємства з іншими суб'єктами для забезпечення інноваційного розвитку / В. С. Пономаренко, Л. Г. Шемаєва // Проблеми науки. – 2006. – № 5. – С. 14–19.
30. Примакова О. Сертификация продукции, товаров, работ, услуг / О. Примакова, О. Пироженко. – Х. : Фактор, 2003. – 264 с.
31. Рунге В. Ф. Основы теории и методологии дизайна / В. Ф. Рунге, В. В. Сеньковский. – М. : МЗ-Пресс, 2003. – 252 с.
32. Саттон Д. Новая наука маркетинга. Маркетинговое управление предприятием / Д. Саттон, Т. Кляйн ; пер. с англ. – СПб. : Питер, 2004. – 240 с.
33. Холодний Г. О. Лізинг в інноваційному механізмі інноваційного розвитку підприємств / Г. О. Холодний. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2007. – 198 с.