НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«ПОЛТАВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА»

Навчально-науковий інститут фінансів, економіки, управління та права
Кафедра економіки, підприємництва та маркетингу

ЗАТВЕРДЖУЮ
Проректор із науково-педагогічної роботи
_____ Богдан Коробко
«___» _____ 2026 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ТОВАРНА ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА»
(назва навчальної дисципліни)

Підготовки — Магістр (назва ступеня вищої освіти)

Освітньої програми — Бізнес і торгівля (назва освітньої програми)

Спеціальності — D7 Торгівля (код і назва спеціальності)

Полтава
2026 рік

Робоча програма навчальної дисципліни «Товарна інноваційна політика» для студентів спеціальності D7 «Торгівля» другого (магістерського) рівня вищої освіти.

Складена відповідно до освітньої програми «Бізнес і торгівля», 2026 року.

Розробник: Добрянська В.В., доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу, кандидат технічних наук, доцент

Погоджено:

Гарант освітньо-професійної програми _____ (Скрильник А.С.)

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри економіки, підприємництва та маркетингу

Протокол від «_26_» ___серпня_____ 2026 року № _12_

Завідувач кафедри
економіки, підприємництва та маркетингу
_____ (М.Б. Чижевська)

«_26_» ___серпня_____2026 року

Схвалено навчально-методичною комісією Навчально-наукового інституту фінансів, економіки, управління та права

Протокол від «_28_» ___серпня____ 2026 року № _1_

Голова навчально-методичної комісії ННІФЕУП _____ Є.А. Карпенко

«_28_» ___серпня__ 2026 року

© Добрянська В.В., 2026 рік

© Національний університет
імені Юрія Кондратюка, 2026р.

1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

<table>
<tr><td rowspan="3">Найменування показників</td><td rowspan="3">Галузь знань, спеціальність, ступінь вищої освіти</td><td colspan="3">Характеристика навчальної дисципліни</td></tr>
<tr><td colspan="3">Форма здобуття освіти</td></tr>
<tr><td>денна</td><td>заочна</td><td>дистанційна</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Кількість кредитів – 4</td><td>Галузь знань:
D Бізнес, адміністрування та право</td><td colspan="3" rowspan="2">Вибіркова</td></tr>
<tr><td rowspan="5">Спеціальність:
D7 «Торгівля»</td></tr>
<tr><td>Загальна кількість годин – 120</td><td colspan="3">Рік підготовки:</td></tr>
<tr><td>Модулів – 1</td><td colspan="3">1-й</td></tr>
<tr><td rowspan="3">Змістовних модулів – 2</td><td colspan="3">Семестр</td></tr>
<tr><td colspan="3">2-й</td></tr>
<tr><td rowspan="13">Індивідуальне завдання – не передбачено</td><td rowspan="13">Ступінь вищої освіти
Другий (магістерський)</td><td colspan="3">Лекції</td></tr>
<tr><td>16 год.</td><td>6 год</td><td>-</td></tr>
<tr><td colspan="3">Практичні, семінарські</td></tr>
<tr><td>16 год.</td><td>6 год</td><td>-</td></tr>
<tr><td colspan="3">Лабораторні</td></tr>
<tr><td colspan="3">0 год.</td></tr>
<tr><td colspan="3">Самостійна робота</td></tr>
<tr><td>88 год.</td><td>108 год</td><td>120 год</td></tr>
<tr><td colspan="3">Індивідуальна робота:</td></tr>
<tr><td>0 год.</td><td>0 год.</td><td>0 год.</td></tr>
<tr><td colspan="3">Вид контролю:
диференційований залік</td></tr>
</table>

Примітка.
Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми здобуття освіти – 32/88
для заочної форми здобуття освіти – 12/108
для дистанційної форми здобуття освіти – 0/120

2. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Мета дисципліни: опанування методології та інструментарію створення, оновлення та виведення на ринок інноваційних товарів і послуг для забезпечення стійкої адаптації підприємства до мінливих вимог ринку та максимізації його ефективності.

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування та розвиток у здобувачів вищої освіти компетентностей:

- Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі підприємництва та торгівлі або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначених умов і вимог.
- Здатність проводити оцінювання продукції, товарів і послуг в підприємницькій та торговельній діяльності.
- Здатність до ініціювання та реалізації інноваційних проектів в підприємницькій та торговельній діяльності.

3. ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Передумовами вивчення навчальної дисципліни є попередньо опановані дисципліни Другого (магістерського) рівня вищої освіти

4. ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ

Формулювання результатів навчання із дисципліни базується на результатах навчання, визначених освітньо-професійною програмою, відповідно до матриці відповідності програмних результатів, зокрема:

- Оцінювати продукцію, товари, послуги, а також процеси, що відбуваються в підприємницьких та торговельних структурах, і робити відповідні висновки для прийняття управлінських рішень.
- Впроваджувати інноваційні проєкти з метою створення умов для ефективного функціонування та розвитку підприємницьких і торговельних структур.

5. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Критерієм успішного проходження здобувачем вищої освіти підсумкового оцінювання є досягнення ним мінімальних порогових рівнів оцінок за кожним запланованим результатом вивчення навчальної дисципліни.

Мінімальний пороговий рівень оцінки визначається за допомогою якісних критеріїв і трансформується в мінімальну позитивну оцінку числової (рейтингової) шкали.

Сума Балів	Значення ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	Критерій оцінювання	Рівень компетентності
90 – 100	A	Відмінно	Здобувач демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає робочій програмі дисципліни, правильно й обґрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях. Власні пропозиції здобувача вищої освіти в оцінках і вирішенні	Високий, що повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі дисципліни.

			практичних задач підвищують його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін.	
82 – 89	B	Добре	Здобувач демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною.	Достатній, що забезпечує здобувачу вищої освіти самостійне вирішення основних практичних задач.
74 – 81	C	Добре	Здобувач загалом добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідають робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та використовує для рішення характерних/типових практичних завдань на професійному рівні. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають ускладнення.	Достатній, конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни.
64 – 73	D	Задовільно	Здобувач засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений робочою програмою дисципліни, та розуміє постановку стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішення. Розуміє основні положення, що є визначальними в курсі, може вирішувати подібні завдання, які розглядалися з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача.	Середній, що забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни.
60 – 63	E	Достатньо	Здобувач засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений робочою програмою дисципліни, та розуміє постановку стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішення і володіє основними положеннями на рівні, який визначається як мінімально допустимий. Правила вирішення практичних завдань з використанням основних теоретичних положень пояснюються з труднощами.	Середній, що є мінімально допустимим у всіх складових навчальної дисципліни.

			Виконання практичних завдань значно формалізовано: є відповідність алгоритму, але відсутнє глибоке розуміння роботи та взаємозв'язків з іншими дисциплінами.	
35 - 59	FX	Незадовільно з можливістю повторного складання диференційованого заліку	Здобувач може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що програму навчальної дисципліни здобувач вищої освіти виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є неправильними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у здобувача відсутня.	Низький, не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни.
0 – 34	F	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	Здобувач повністю не виконав вимог робочої програми навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Здобувач не допущений до здачі диференційованого заліку.	Незадовільний, здобувач вищої освіти не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни.

6. ЗАСОБИ ДІАГНОСТИКИ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів навчання є:

- диференційований залік;
- опитування;
- тестування;
- виконання практичних завдань;
- модульний контроль;
- виконання контрольної роботи (для дистанційної форми навчання);
- виконання завдань самостійної роботи.

7. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Модуль 1. Розробка інновації

Тема 1. Інновації та інноваційний процес

Необхідність у створенні нової продукції, яка має задовольняти попит постійних споживачів. Поняття нової продукції та інноваційного процесу. Відмінність НТП від інноваційного процесу. Результат інноваційного процесу та його впровадження в господарську практику.

Класифікація інновацій: за технологічним підходом; за типом новизни для ринку; за темпами здійснення; за масштабами здійснення; за результативністю; за ефективністю.

Ринок новацій. Форми участі у ринку новацій. Ринок інвестицій.

Форми інноваційного процесу. Розширений інноваційний процес. Класична структура інноваційного процесу.

Інноваційна діяльність. Маркетингова складова в інноваційній політиці підприємства.

Поняття нового товару. Управління процесом розробки нових товарів.

Практичне заняття №1

Тема 2. Створення цінності товару та її сприйняття споживачем.

Розробка товарів. Планування створення нових товарів, які дадуть змогу підприємству вийти на нові ринки чи розширити існуючі, перемогти конкурентів, отримати відповідні доходи і прибутки.

Товар, класифікація товарів. Критерії класифікації: сфера використання (товари споживчого попиту, або споживчі товари, і товари промислового призначення, або промислові товари); тривалість використання (товари короткочасного використання і товари тривалого використання); матеріальність (товари та послуги).

Класифікація відповідно до типу покупця.Товари широкого вжитку (споживчі товари) : товари повсякденного попиту (товари постійного попиту; товари імпульсивної купівлі ; товари для нагальних потреб); товари попереднього вибору; товари особливого попиту; товари пасивного попиту. Споживчі послуги. Маркетингові стратегії щодо товарів кожної з груп товарів споживчого призначення. Товари виробничого призначення: капітальне устаткування (будівлі, споруди, стаціонарні установки; допоміжне устаткування); матеріали та деталі (сировина, напівфабрикати, деталі); допоміжні матеріали та послуги. Особливості маркетингових стратегій різних груп товарів виробничого призначення.

Практичне заняття №2

Тема 3. Процес розробки нового продукту

Успіх інноваційного процесу загалом та процесу створення окремого нового товару. Організація розробки нових товарів. Шляхи придбання права виготовлення товару та розробка його власними силами. Проблеми пов’язані з розробкою нових товарів. Причини невдач товарів. Фактори, що гальмують розробку нових товарів.

Забезпечення успіху нового товару, ефективна організація керування процесом його розробки. Критерії добору ідей нових товарів. Визначення обсягу засобів, що відпускаються на розробку нового товару. Бюджет дослідницьких і проектних розробок.

Організація керівництва розробкою нових товарів. Найпоширеніші організаційні форми: менеджери з продукту, менеджери з нових товарів, ради з нових товарів, відділи нових товарів, венчурні групи по нових товарах. Система поетапних перевірок.

Етапи процесу розробки нових товарів: генерація ідей товарів, добір проектів, розробка і перевірка концепції товару, розробка стратегії маркетингу, аналіз можливостей виробництва і збуту, розробка нового товару, випробування в ринкових умовах і розгортання комерційного виробництва.

Генерування ідеї нового товару. Джерела нових ідей. Методики генерації ідей: перерахування ознак; примусове сполучення; морфологічний аналіз; визначення проблем споживачів; мозкова атака; синетика.

Відбір ідей. Помилки при відборі ідей. Рейтинг ідей нових товарів. Метод вагових коефіцієнтів, мінімальний рейтинг для прийняття ідеї. Імовірності успіху розробки новинки.

Розробка концепції нового товару і її перевірка. Ідея, концепція й образ товару. Принцип проектування за замовленням споживачів. Спільний аналіз. Опитування репрезентативної вибірки цільових споживачів.

Розробка маркетингової стратегії. План маркетингової стратегії складається з трьох частин.

Аналіз можливостей виробництва і збуту. Розрахунок передбачуваних показників продажів, витрат і прибутку. Оцінка загального обсягу продажів. Первинні продажі, заміщуючі продажі, повторні продажі. Вибір методу оцінки обсягу продажів. Категорії товару: товари, що одноразово купуються; купуються рідко; купуються регулярно. Прогнозування витрат і прибутку. Оцінка витрат. Аналіз ризиків.

Практичне заняття №3
Практичне заняття №4

Модуль 2. Впровадження інновації

Тема 4. Процес прийняття нового продукту споживачем

Побудова ефективної стратегії раннього проникнення на ринок. Розуміння процесу прийняття товару споживачами. Концепція орієнтації на споживачів — ранніх послідовників. Теорія ранніх послідовників.

Теорія поширення новинок і їх прийняття споживачами. Етапи процесу прийняття новинки. Фактори, що впливають на процес прийняття інновацій. П'ять груп споживачів та їх ціннісна орієнтація. (новатори, ранні послідовники, рання більшість, пізня більшість, «інертні»). Характеристики ранніх послідовників.

Оцінка перспектив збуту нового продукту. Нормативний метод. Метод структурного моделювання. Метод математичного моделювання. Метод експертних оцінок. Метод стандартного розподілу ймовірностей

Практичне заняття №5

Тема 5. Напрямки інноваційної діяльності. Управління бізнес-портфелем фірми.

Планування нового бізнесу. Управління ефективністю нового бізнесу, його умови. Аналіз бізнес-середовища.

Ліквідація стратегічного розриву шляхом створення нових товарів. Інтенсивне зростання (розвиток за напрямами товар-ринок). Інтегративне зростання (прогресивна, зворотня та горизонтальна інтеграція). Диверсифікаційне зростання (концентрична, горизонтальна та конгломеративна диверсифікація).

Поняття стратегічної бізнес-одиниці. Планування на рівні стратегічних бізнес-одиниць. Оцінка перспективності нової стратегічної бізнес-одиниці. Метод Бостонської консалтингової групи. Метод корпорації “Дженерал електрик”.

Комерційна оцінка інноваційного проекту. Ефективність інноваційного проекту. Багатоваріантність у відповідності із наявними ресурсами і можливостями.

Стартовий капітал для реалізації інноваційного проекту.

Практичне заняття №6

Тема 6. Розробка товарних марок, упаковки і послуг

Сутність понять **товарна (торгова) марка, товарний знак, бренд.** Рівні сприйняття марки, “глибока марка”. Марочний капітал, його визначення.

Переваги, які надає марка новому товару.

Управління процесом розробка марки, його етапи.

Вибір марочної назви. Стратегії надання марочних назв (індивідуальна марочна назва; спільна марочна назва; марочна назва товарної групи; сполучення назви компанії та марки товару). Тестування марочних назв.

Марочні стратегії. Розширення товарної лінії; розширення меж торгової марки; нові марки; комбіновані марки.

Репозиціонування марки.

Франчайзинг.

Розробка упаковки і маркування товарів. Роль упаковки. Процес упаковки. Значення упаковки для маркетингу нових товарів. Маркування. Етикетки.

Сервісний супровід нових товарів.

Практичне заняття №7

Тема 7.Встановлення цін на нові товари

Стратегії ціноутворення та маркетингові задачі, що вирішуються за їх допомогою. Основні помилки при встановленні ціни. Рівні нового товару за позицією ціна-якість.

Еластичність попиту та його визначення.

Вибір методу ціноутворення. Витрати + надбавка; виходячи з обсягу цільового прибутку, виходячи з цінності товару, що відчувається;. на основі реальної цінності товару; на основі рівня поточних цін; встановлення цін на закритих торгах.

Психологія сприйняття цін.

Адаптація цін. Варіювання цінами та реакція на їх зміну.

Практичне заняття №8

8. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

а) для денної форми здобуття освіти

№	Назви змістових модулів і тем	Кількість годин				
		усього	лекції	практ.	індивід.	самост. робота
1	2	3	4	5	6	7
Модуль 1. Розробка інновації						
1	Інновації та інноваційний процес	18	2	2	-	14
2	Створення цінності товару та її сприйняття споживачем.	22	2	2	-	18
3	Процес розробки нового продукту	22	4	4	-	14
	По модулю	**62**	**8**	**8**	-	**46**
Модуль 2. Впровадження інновації						
4	Процес прийняття нового продукту споживачем	14	2	2	-	10
5	Напрямки інноваційної діяльності. Управління бізнес-портфелем фірми	18	2	2	-	14
6	Розробка товарних марок, упаковки і послуг	14	2	2	-	10
7	Встановлення цін на нові товари	12	2	2	-	8
	По модулю	**58**	**8**	**8**	-	**38**
	Усього семестр	**120**	**16**	**16**	-	**78**

б) для заочної форми здобуття освіти

№	Назви змістових модулів і тем	Кількість годин				
		усього	лекції	практ.	індивід.	самост. робота
1	2	3	4	5	6	7
Модуль 1. Розробка інновації						
1	Інновації та інноваційний процес	17		-	-	17
2	Створення цінності товару та її сприйняття споживачем.	23	2	2	-	19
3	Процес розробки нового продукту	22	2	2	-	18
	По модулю	**62**	**4**	**4**	-	**54**
Модуль 2. Впровадження інновації						
4	Процес прийняття нового продукту споживачем	13		-	-	13
5	Напрямки інноваційної діяльності. Управління бізнес-портфелем фірми	17	2		-	15
6	Розробка товарних марок, упаковки і	14	-	-	-	14

	послуг					
7	Встановлення цін на нові товари	14	-	2	-	12
	По модулю	**58**	**2**	**2**	-	**54**
	Усього семестр	**120**	**6**	**6**	-	**108**

в) для дистанційної форми здобуття освіти

№	Назви змістових модулів і тем	Кількість годин				
		усього	лекції	практ.	індивід.	самост. робота
1	2	3	4	5	6	7
Модуль 1. Розробка інновації						
1	Інновації та інноваційний процес	18	-	-	-	18
2	Створення цінності товару та її сприйняття споживачем.	22	-	-	-	22
3	Процес розробки нового продукту	22	-	-	-	22
	По модулю	**62**	-	-	-	**62**
Модуль 2. Впровадження інновації						
4	Процес прийняття нового продукту споживачем	14	-	-	-	14
5	Напрямки інноваційної діяльності. Управління бізнес-портфелем фірми	18	-	-	-	18
6	Розробка товарних марок, упаковки і послуг	14	-	-	-	14
7	Встановлення цін на нові товари	12	-	-	-	12
	По модулю	**58**	-	-	-	**58**
	Усього семестр	**120**	-	-	-	**120**

9. Теми семінарських занять

№ з/п	Назва теми	Кількість Годин
	Семінарські заняття не передбачені	-

10. Теми практичних занять

№ з/п	**Тема заняття та перелік питань**	Кількість годин		
		денна форма	заочна форма	дистанційна форма
1	**Тема 1. Інновації та інноваційний процес.** 1. Критерії оцінювання нового виробу 2. Маркетингове забезпечення інноваційної діяльності	**2**	**-**	**-**
2	**Тема 2 Створення цінності товару та її сприйняття споживачем.** 1. Методи генерування ідей 2. Критерії оцінювання нового виробу 3. Творча діяльність при створенні нового продукту	**2**	**2**	**-**

3-4	**Тема 3. Процес розробки нового продукту** 1. Оцінка альтернатив за допомогою методу лінійного програмування. Задача 2. Розробка плану та організація інноваційного процесу на підприємстві. 3. Етапи планування створення нового продукту. 4. Проведення функціонально-вартісного аналізу при створенні нового товару. 5. Основні принципи та етапи функціонально-вартісного аналізу 6. Форми і процедури функціонально-вартісного аналізу 7. Задачі, пов'язані з прогнозування продажів нового товару: -Формування інформаційної бази прогнозування -Перевірка достовірності інформації, -Методи обробки інформації	**4**	**2**	**-**
5	**Тема 4. Процес прийняття нового продукту споживачем** 1. Розробка плану впровадження нового товару на ринок. 2. Моделі поведінки споживачів. 3. Методика визначення групи споживачів – „ранніх послідовників" 4. Формування навичків роботи зі споживачами. Ділова гра. 5. Споживачі, їх характеристики і класифікація.	**2**	**-**	**-**
6	**Тема 5. Напрямки інноваційної діяльності. Управління бізнес-портфелем фірми** 1. Вибір еталону. 2. Розрахунок показника конкурентоспроможності нового товару. 3. Розробка плану формування товарного портфеля фірми за напрямами товар-ринок. 4. Сутність, особливості і методи диверсифікації; особливості і методи вертикальної інтеграції 5. Розробка методів методи диверсифікації; особливості і методи вертикальної інтеграції.	**2**	**-**	**-**
7	**Тема 6. Розробка товарних марок, упаковки і послуг** 1. Методика розробки товарних марок 2. Дизайн, його об'єкти та програми 3. Вивчення заходів формування іміджу 3. Художнє конструювання при розробці нового товару.	**2**	**-**	**-**
8	**Тема 7. Встановлення цін на нові товари** 1. Визначення критеріїв для формування ціни 2. Визначення цінових ліній і рівня цін. **3.** Особливості і методи встановлення цін на нові товари	**2**	**2**	**-**
	Разом	**16**	**6**	**-**

11. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
	Лабораторні заняття не передбачені	-

12. САМОСТІЙНА РОБОТА

Метою самостійної роботи здобувача вищої освіти є: навчитися користуватися економічною літературою, працювати з інформаційними джерелами, складати конспекти, аналізувати матеріал, порівнювати різні наукові концепції та робити висновки.

Види самостійної роботи здобувача вищої освіти:

- опрацювання лекційного матеріалу;
- підготовка до практичних занять;
- опрацювання тем курсу, які виносяться на самостійне вивчення, за списками літератури, рекомендованими в робочій навчальній програмі дисципліни;
- підготовка до виконання модульної контрольної роботи (тестування);
- відвідування консультацій (згідно графіку консультацій кафедри);
- підготовка до складання іспиту за контрольними питаннями.
- студенти дистанційної форми здобуття освіти додатково виконують 2 контрольні роботи. Завдання та вимоги до виконання контрольних робіт розміщені на дистанційному курсі «Товарна інноваційна політика»

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ВИВЧЕННЯ ЗДОБУВАЧАМИ ВИЩОЇ ОСВІТИ

№ з/п	Тема заняття та перелік питань	Кількість годин		
		денна форма	заочна форма	дистанційна форма
Тема 1. Інновації та інноваційний процес.				
1	Семантична сутність поняття "інновація"	3	3	4
2	Значення товарної інноваційної політики для виробника	3	4	4
3	Поняття інновацій та інноваційного процесу	4	5	5
4	Складові товарної інноваційної політики	4	5	5
Тема 2 Створення цінності товару та її сприйняття споживачем.				
5	Перешкоди у інноваційному процесі	3	3	3
6	Причини провалу інноваційних проектів	3	3	3
7	Сутність маркетингових програм. Індивідуальність пропозиції	3	3	4
8	Поняття інновацій та інноваційного процесу	3	3	4
9	Модель цінності товару	3	4	4
10	Складові товарної інноваційної політики	3	3	4
Тема 3. Процес розробки нового продукту				
11	Типологія та особливості стратегій "продукт-ринок"	2	2	3
12	Сутність аналізу продукту	2	2	3
13	Складові аналізу продукту	2	2	3
14	Методики аналізу продукту	2	3	3
15	Шляхи і методи модифікації продукту	2	3	3
16	Етапи розробки нового продукту	2	3	3
17	Зміст окремих етапів розробки нового продукту	2	3	4

Тема 4. Процес прийняття нового продукту споживачем				
18	Особливості ринкової поведінки споживачів.	2	3	3
19	Задоволеність споживача та методи її визначення	1	2	2
20	Рівні сприйняття товару споживачем	1	2	2
21	Етапи впровадження нового продукту	2	2	3
22	Зміст окремих етапів впровадження нового продукту	2	2	2
23	Методи оцінки ефективності нового продукту	2	2	2
Тема 5. Напрямки інноваційної діяльності. Управління бізнес-портфелем фірми				
24	Методи розширення асортиментно-продуктового набору	2	2	3
25	Сутність і особливості зміни асортименту	2	3	3
26	Сутність, особливості і методи диверсифікації	2	3	3
27	Сутність, особливості і методи вертикальної інтеграції	2	3	3
28	Методи оптимізації асортиментно-продуктового набору	2	2	3
29	Методи управління товарною інноваційною політикою	2	2	3
Тема 6. Розробка товарних марок, упаковки і послуг				
30	Сутність та значення товарних марок	1	2	2
31	Методика впровадження товарних марок	2	3	3
32	Сутність та значення упаковки продукту	2	3	3
33	Методика розробки упаковки продукту	2	2	2
34	Сутність та значення сервісного супроводу продукту	1	2	2
35	Методика розробки сервісного супроводу продукту	2	2	2
Тема 7. Встановлення цін на нові товари				
36	Визначення критеріїв для формування ціни	4	6	6
37	Особливості і методи встановлення цін на нові товари	4	6	6
	Разом	**88**	**108**	**120**

13. ІНДИВІДУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ.

Не передбачено навчальним планом.

14. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

При викладанні дисципліни застосовуються словесні, наочні та практичні методи навчання. Словесні і наочні використовуються під час аудиторних занять. Під час проведення лекцій використовуються такі словесні методи як розповідь, пояснення та наочні методи: ілюстрація плакатів, демонстрація слайдів, тощо.

Під час проведення практичних занять використовується розв’язок розрахункових практичних завдань, розгляд кейсів та ситуацій. В процесі навчання використовуються технічні засоби навчання, зокрема Інтернет-ресурс дистанційного навчання.

Методами навчання, які дозволяють формувати soft skills є робота в команді, кейс-методи.

15. МЕТОДИ КОНТРОЛЮ

Поточний контроль успішності засвоєння здобувачами вищої освіти навчального матеріалу здійснюється шляхом опитування й оцінювання знань здобувачів вищої освіти під час практичних занять, оцінювання виконання здобувачами вищої освіти самостійної роботи, проведення тестування та в ході індивідуальних співбесід зі здобувачами вищої освіти під час консультацій. Вибір конкретних форм і методів поточного контролю знань здобувачів вищої освіти доводиться до їхнього відома на першому занятті.

Модульний контроль є частиною поточного контролю і має на меті перевірку засвоєння здобувачем вищої освіти певної сукупності знань та вмінь, що формують відповідний модуль. Він реалізується шляхом проведення тестування наприкінці кожного змістового модулю за рахунок часу, відведеного на самостійну роботу здобувачів вищої освіти.

Підсумковий контроль здійснюється у формі диференційованого заліку.

16. РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ ЗДОБУВАЧІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Схема нарахування балів для денної форми здобуття освіти з навчальної дисципліни за видами робіт а) денна форма

Види робіт/контролю	Перелік тем							
	Тема 1	Тема 2.	Тема 3		Тема 4	Тема 5	Тема 6	Тема 7
	Практичне заняття							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Опитування		1	1	1	1	1	1	1
Тестування	2	2	2	2	2	2	2	2
Виконання практичних завдань	2	2	2	2	2	2	2	2
Модульна контрольна робота				5				5
Виконання завдань самостійної роботи	3	3	3		3	3	3	3
Всього за темами	7	8	18		8	8	8	13
Диференційований залік	30							
Всього за результатами вивчення навчальної дисципліни	100							

*В Таблиці вказана максимальна кількість балів, які можна набрати за видами робіт

б) заочна форма

Види робіт/контролю	Перелік тем						
	Тема 1	Тема 2.	Тема 3	Тема 4	Тема 5	Тема 6	Тема 7
	Практичне заняття						
		1	2				3
Опитування		2	2				2
Тестування		2	2				
Виконання практичних завдань		5	5				5
Модульна контрольна			5				5

робота							
Виконання завдань самостійної роботи	5	5	5	5	5	5	5
Всього за темами	5	14	19	5	5	5	17
Диференційований залік	30						
Всього за результатами вивчення навчальної дисципліни	100						

*В Таблиці вказана максимальна кількість балів, які можна набрати за видами робіт

в) дистанційна форма

Види робіт/контролю	Перелік тем						
	Тема 1	Тема 2.	Тема 3	Тема 4	Тема 5	Тема 6	Тема 7
Виконання контрольної роботи			14				14
Виконання завдань самостійної роботи	6	6	6	6	6	6	6
Всього за темами	6	6	20	6	6	6	20
Диференційований залік	30						
Всього за результатами вивчення навчальної дисципліни	100						

Шкала та критерії оцінювання відповіді за результатами опитування

Бали для денної форми здобуття освіти	Бали для заочної форми здобуття освіти	Критерії оцінювання
1	2	Питання розкрито повністю, що свідчить про відмінне засвоєння матеріалу відповідно вказаних програмних результатів навчання. Здобувач вищої освіти вільно володіє науково-понятійним апаратом.
0,5	1	Механічне відтворення матеріалу з деякими помилками, неточності у використанні науково-понятійного апарату.
0	0	Відсутність відповіді на теоретичне питання, що не дає можливість оцінити формування компетентностей та отримання програмних результатів навчання у здобувача вищої освіти.

Шкала та критерії оцінювання виконання практичних завдань

Бали для денної форми здобуття освіти	Бали для заочної форми здобуття освіти	Критерії оцінювання
2	5	Виконано завдання практичної роботи в повному обсязі, належним чином оформлено висновки, в яких відображено здатність до практичного застосування отриманих знань.
1	3	Виконано завдання практичної роботи із несуттєвими помилками або не в повному обсязі, оформлено висновки, які частково розкривають практичне завдання.
0	0	Не виконано практичну роботу або виконано із суттєвими помилками.

Оцінювання тестування:

- кожна правильна відповідь оцінюється у фіксовану кількість балів (0,2×10=2);
- правильність відповідей перевіряється відповідно до ключа тестів.

Шкала та критерії оцінювання виконання завдань самостійної роботи

Бали для денної форми здобуття освіти	Бали для заочної форми здобуття освіти	Бали для дистанційної форми здобуття освіти	Критерії оцінювання
3	4-5	4-6	Виконання завдань самостійної роботи здійснене у повному обсязі, не містить помилок, що дає можливість оцінити формування компетентностей та отримання програмних результатів навчання у здобувача вищої освіти на високому рівні.
1-2	1-3	1-3	Виконання завдань самостійної роботи здійснене не у повному обсязі, містить несуттєві помилки, що дає можливість оцінити рівень формування компетентностей та отримання програмних результатів навчання у здобувача вищої освіти як достатній.
0	0	0	Завдання самостійної роботи не виконано та/або результати не відповідають поставленим завданням та/або завдання виконано із суттєвими помилками.

Шкала та критерії оцінювання виконання контрольної роботи

для дистанційної форми здобуття освіти

Бали	Критерії оцінювання
14	Відповідь надана у письмовій формі, повна (не менше 90% потрібної інформації) та правильна.
11-13	Відповідь надана у письмовій формі, достатньо повна (не менше 75% потрібної інформації) або повна з незначними неточностями.
7-10	Відповідь надана у письмовій формі, неповна (не менше 60% потрібної інформації) з несуттєвими помилками.
4-6	Відповідь надана у письмовій формі, коротка (менше 30% потрібної інформації) із

	помилками.
1-3	Відповідь надана у письмовій формі, коротка (менше 15% потрібної інформації) із суттєвими помилками
0	Відповідь відсутня.

Оцінювання Модульної контрольної роботи (тестування0:

- кожна правильна відповідь оцінюється у фіксовану кількість балів (0,2×25=5);
- правильність відповідей перевіряється відповідно до ключа тестів.

Шкала та критерії оцінювання знань здобувачів вищої освіти результатами складання диференційованого заліку

Вид завдання	Бали	Критерії оцінювання
1. Тестування (макс. 10 балів)	0-10	Кожна правильна відповідь оцінюється у фіксовану кількість балів (0,1×10=1), правильність відповідей перевіряється відповідно до ключа тестів.
2. Практичне завдання (макс. 20 балів)	16-20	Завдання вирішено повністю та правильно, виклад рішення здійснено чітко, у логічній послідовності, відповідь обґрунтована, що свідчить про високий рівень засвоєння матеріалу відповідно до програмних результатів навчання та здатності його застосування під час вирішення практичних завдань.
	11-15	Завдання вирішено правильно або із незначними неточностями, виклад рішення здійснено у логічній послідовності, відповідь достатньо обґрунтована, що свідчить про достатній рівень засвоєння матеріалу відповідно до програмних результатів навчання та здатності його застосування під час вирішення практичних завдань.
	6-10	Завдання вирішено, однак рішення містить помилки, порушена логічність викладу матеріалу, що свідчить про середній рівень засвоєння теоретичного матеріалу відповідно до програмних результатів навчання та здатності його застосування під час вирішення практичних завдань.
	0-5	Відсутнє вирішення завдання або вирішення з суттєвими помилками, що не може свідчити про формування компетентностей та отримання програмних результатів навчання у здобувача вищої освіти.

Шкала оцінювання результатів вивчення навчальної дисципліни

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

Правила модульно-рейтингового оцінювання знань

Загальна трудомісткість дисципліни - 100 балів, із них:

- на поточний контроль відведено від 70 балів (для допуску до диференційованого заліку необхідно мати не менше 35 балів поточної успішності).

1. Поточний контроль. Бали, отримані впродовж семестру, за видами навчальної діяльності розподіляються наступним чином (розподіл орієнтовний):
- робота на практичних заняттях (відповіді на питання, виконання практичних завдань, а в разі їх пропусків з поважної причини - індивідуальні співбесіди на консультаціях за темами відповідних занять) - до 70 балів.

Присутність на лекціях практичних заняттях не оцінюється в балах. Пропуски занять підлягають обов'язковому відпрацюванню в індивідуальному порядку під час консультацій. Пропущене заняття має бути відпрацьоване впродовж двох наступних тижнів, при тривалій відсутності здобувача вищої освіти на заняттях з поважної причини встановлюється індивідуальний графік відпрацювання пропусків, але не пізніше початку екзаменаційної сесії.

Здобувач вищої освіти, який повністю виконав програму навчальної дисципліни і отримав достатню рейтингову оцінку не менше 35 балів, допускається до підсумкового контролю з дисципліни.

2. Підсумковий контроль. Підсумковим контролем є диференційований залік. Він здійснюється відповідно до вимог «Положення про організацію освітнього процесу в Національному університеті «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

17. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

1. Добрянська В. В. Методичні вказівки щодо змісту та організації самостійної роботи із дисципліни «Товарна інноваційна політика» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D7 Торгівля. Полтава : Нац. ун-т «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», 2025. 21 с.

2. Добрянська В. В. Методичні вказівки щодо змісту та організації практичних занять із дисципліни «Товарна інноваційна політика» для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності D7 Торгівля. Полтава : Нац. ун-т «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», 2025. 29 с.

18. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Базова

1. Сагайдак Ю. А., Скопенко Н. С., Пєтухова О. М., Харченко Т. Б. Товарна інноваційна політика підприємства : навч. посіб. Київ : ФОП Ямчинський О. В., 2022. 193 с.
2. Крикавський Є. В., Дейнега І. О., Дейнега О. В., Косар Н. С. Маркетингова товарна політика : підручник. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2022. 376 с.
3. Райко Д. В., Шипуліна Ю. С. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. Суми : Триторія, 2022. 158 с.
4. Біловодська О. А., Журило В. В. Маркетингова товарна політика : практикум : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2023. 236 с.
5. Любківська Г. В. Маркетингова товарна та цінова політика : навч. посіб. Чернівці, 2024. 345 с.
6. Вальковець А. С., Якубовська Н. В. Практикум «Маркетингова товарна політика» : навч. посіб. Рівне : Формат «А», 2025. 196 с.
7. Юринець З. В., Гнилянська Л. Й., Юринець Р. В. Управління інноваційним розвитком : навч. посіб. Львів : СПОЛОМ, 2021. 132 с.
8. Чорна Н. П. Аналітичний інструментарій управління інноваціями : навч. посіб. Тернопіль : Осадца Ю. В., 2022. 214 с.
9. Копитко М. І., Блага Н. В. Управління інноваціями та інвестиціями : навч. посіб. у схемах і таблицях. 2-ге вид., допов. і перероб. Львів : ЛьвДУВС, 2022. 296 с.
10. Ілляшенко С. М., Шипуліна Ю. С., Ілляшенко Н. С. Управління інноваційним розвитком в умовах технологічних трансформацій : монографія. Суми : Триторія, 2023. 228 с.

11. Tidd J., Bessant J. Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change. 8th ed. Hoboken : Wiley, 2024. 672 p.

12. Anderson A., McAllister C., Harris E. Product Development and Management Body of Knowledge: A Guidebook for Product Innovation Training and Certification. 3rd ed. Wiley, 2024. 432 p.

Допоміжна

1. Ілляшенко С. М., Шипуліна Ю. С., Ілляшенко Н. С. Управління інноваційним розвитком в умовах технологічних трансформацій : монографія. Суми : Триторія, 2023. 228 с.

2. Інноваційний розвиток діяльності суб'єктів господарювання в умовах воєнного та повоєнного стану: теорія, практика, аналітика : монографія / В. С. Пономаренко, Л. М. Малярець, Н. М. Внукова та ін. ; за заг. ред. В. С. Пономаренка. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2024. 428 с.

3. Ілляшенко С. М., Шипуліна Ю. С., Ілляшенко Н. С., Голишева Є. О. Інтелектуальний бізнес в системі управління інноваційним розвитком : монографія / за ред. С. М. Ілляшенка. Суми : Триторія, 2025. 166 с.

4. Dobrianska V. Integral Evaluation of Service Marketing Objects. Economics and Region. 2021. № 2 (81). P. 111–115. DOI: 10.26906/EiR.2021.2(81).2295.

5. Illiashenko S., Shypulina Yu., Illiashenko N., Golysheva Ie. Lifecycle management of product innovations in enterprises considering stage-specific risks. Economic Herald of the State Higher Educational Institution «Ukrainian State University of Chemical Technology». 2024. № 2 (20). P. 18–28.

6. Фарат О. В., Данько Т. І., Сідельник Т. І. Асортиментна політика маркетплейсів у контексті стратегічного управління та цифрової економіки. Економіка та суспільство. 2025. Вип. 79. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-79-29

7. Bilovodska O., Volevakha A. A multi-level AI-driven product policy model for retail chains as a conceptual framework for marketing consulting. Innovation and Sustainability. 2026. Vol. 6, № 1. P. 45–54. DOI: https://doi.org/10.31649/vis/1.2026.45

19. ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Американська асоціація маркетингу (American Marketing Association). URL: https://www.ama.org
2. Дистанційний курс «Товарна інноваційна політика» на платформі Moodle. URL: https://dist.nupp.edu.ua/course/view.php?id=7482
3. Про захист прав споживачів : Закон України від 10.06.2023 р. № 3153-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3153-20
4. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 р. № 2657-XII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12
5. Науково-технічна бібліотека Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка». URL: https://lib.nupp.edu.ua
6. Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського. URL: http://www.nbuv.gov.ua
7. Українська асоціація маркетингу. URL: http://uam.in.ua