


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Львівський національний університет ветеринарної медицини
та біотехнологій імені С.З. Гжицького

Кафедра економіки підприємства, інновацій та дорадництва в АПК
імені І.В. Поповича

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова навчально-методичної комісії
спеціальності «Маркетинг»

 Поперечний С.І.
“28” серпня 2020 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«ТОВАРНА ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА»

Рівень вищої освіти	<u>другий (магістерський)</u> (назва освітнього рівня)
Галузь знань	<u>07 “Управління та адміністрування”</u> (назва галузі знань)
Спеціальність	<u>075 “Маркетинг”</u> (назва спеціальності)
Вид дисципліни	<u>обов’язкова</u> (обов’язкова / за вибором)

Львів – 2020 р.

Робоча програма з навчальної дисципліни «Товарна інноваційна політика» для другого (магістерського) рівня вищої освіти за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» спеціальності 075 – «Маркетинг»


Розробник – завідувач кафедри економіки підприємства, інновацій та дорадництва в АПК імені І. В. Поповича, д. е. н., професор П.М. Музика

Робоча програма розглянута та схвалена на засіданні кафедри економіки підприємства, інновацій та дорадництва в АПК імені І. В. Поповича 17 серпня 2020 року (протокол № 1)

Завідувач кафедри  Музика П.М.

Погоджено навчально-методичною комісією спеціальності "Маркетинг" «21» серпня 2020р. (протокол № 3)

Затверджено рішенням навчально-методичної ради факультету економіки та менеджменту «21» серпня 2020р (протокол № 3).

Голова ради  Поперечний С. І

1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Всього годин	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
Кількість кредитів/годин	4,0 / 120	4,0 / 120
Усього годин аудиторної роботи	30	10
в т.ч.:		
• лекційні заняття, год.	14	4
• практичні заняття, год.	16	6
• лабораторні заняття, год.	-	-
семінарські заняття, год.	-	-
Усього годин самостійної роботи	90	110
Вид семестрового контролю	Екзамен	Екзамен

Частка аудиторного навчального часу студента у відсотковому вимірі:
 для денної форми навчання – 25%;
 для заочної форми навчання – 8%.

2. Предмет, мета та завдання навчальної дисципліни

2.1. Предмет, мета вивчення навчальної дисципліни «Товарна інноваційна політика»

Предметом вивчення дисципліни «Товарна інноваційна політика» є методи та засоби формування товарної інноваційної політики підприємства.

Основною *метою* дисципліни «Товарна інноваційна політика» є формування у здобувачів вищої освіти системи знань з організації розробки та виведення на ринок нових товарів; набуття практичних навичок щодо формування товарної політики підприємства із врахуванням інноваційних аспектів діяльності.

2.2. Завдання навчальної дисципліни

Завдання дисципліни – набуття студентами знань щодо інноваційних підходів у процесі розробки та здійснення товарної політики; набуття навичок ефективного використання результатів наукових досліджень та використання засобів сучасного маркетингу нововведень для створення конкурентоспроможних товарів

2.2. Загальні і спеціальні (фахові) компетентності та програмні результати навчання

Вивчення навчальної дисципліни передбачає формування у студентів інтегральної, загальних та спеціальних (фахових) компетентностей.

Інтегральна компетентність – здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.

Загальні компетентності:

- здатність приймати обґрунтовані рішення (ЗК1);
- здатність генерувати нові ідеї (креативність) (ЗК2);
- здатність до адаптації та дії в новій ситуації (ЗК4);
- здатність виявляти ініціативу та підприємливість (ЗК7).

Спеціальна компетентність – здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом СК4.

Програмні результати навчання:

- знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу (Р1);
- вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта (Р2);
- вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта (Р7);
- розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень (Р9).

3. Структура навчальної дисципліни

3.1. Розподіл навчальних занять за розділами дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	Денна форма навчання (ДФН)						Заочна форма навчання (ЗФН)					
	усього	у тому числі					усього	у тому числі				
		л	п	лаб	інд	с.р.		л	п	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Тема 1. Сутність інновацій та інноваційних процесів в аграрному секторі національної економіки	7	2	2			3	7	2	-			5
Тема 2. Техніко-економічні показники і методи оцінювання якості продуктових інновацій	7	2	2			3	7	-	2			5
Тема 3. Управління товарним асортиментом	7	2	2			3	7	-	-			7
Тема 4. Системне управління якістю товарів і послуг	7	2	2			3	7	-	-			7
Тема 5. Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту	6	-	2			4	6	-	-			6
Тема 6. Планування та організація створення нового товару	7	2	2			3	7	2	2			3
Тема 7. Сучасні методи та засоби генерування ідей продуктових та технологічних інновацій	7	2	2			3	7	-	-			7
Тема 8. Функціонально-вартісне обґрунтування інноваційного продукту	6	2	-			4	6	-	2			4
Тема 9. Дизайн нового товару	6	-	2			4	6	-	-			6
Інші види самостійної роботи	60					60	60					60
Усього годин	120	14		16		90	120	4		6		110

3.2. Загальні і спеціальні (фахові) компетентності та програмні результати навчання, що забезпечуються вивченням окремих тем

Теми	Шифри компетентностей, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти	Шифри програмних результатів навчання здобувача вищої освіти
Тема 1. Сутність інновацій та інноваційних процесів в аграрному секторі національної економіки	ЗК2; СК4	P1; P7
Тема 2. Техніко-економічні показники і методи оцінювання якості продуктових інновацій	ЗК1; СК4	P1; P9
Тема 3. Управління товарним асортиментом	ЗК1; ЗК4	P1; P7
Тема 4. Системне управління якістю товарів і послуг	ЗК1; ЗК7	P2; P9
Тема 5. Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту	ЗК4; СК4	P2; P7
Тема 6. Планування та організація створення нового товару	ЗК1; ЗК 7	P7
Тема 7. Сучасні методи та засоби генерування ідей продуктових та технологічних інновацій	ЗК2; ЗК4	P1; P
Тема 8. Функціонально-вартісне обґрунтування інноваційного продукту	ЗК4; ЗК7	P1; P9
Тема 9. Дизайн нового товару	ЗК2; СК4	P1; P2

3.2. Лекційні заняття

№ з/п	Назви тем та короткий зміст за навчальною програмою	Кількість годин	
		ДФН	ЗФН
1	Тема 1. Сутність інновацій та інноваційних процесів в аграрному секторі національної економіки Предмет і завдання дисципліни, етапи інноваційного процесу, класифікація інновацій, інноваційні процеси в аграрному секторі України, стратегії товарної інноваційної політики, ризики інноваційної діяльності	2	2
2	Тема 2. Техніко-економічні показники і методи оцінювання якості продуктових інновацій Визначення якості товарів та послуг. Показники якості продукції. Економічний зміст визначення якості продукції. Методи визначення технічного рівня якості.	2	-
3	Тема 3. Управління товарним асортиментом Товарний асортимент. Показники товарного асортименту. Алгоритм формування товарного асортименту. Товарна політика підприємства. Асортиментна концепція. Диференціація товару. Маркетингові стратегії диверсифікації.	2	-
4	Тема 4. Системне управління якістю товарів і послуг Принципи управління якістю, міжнародні стандарти процесів створення продукції, сучасні системи менеджменту якості, тотальний менеджмент якості (TQM), міжнародні стандарти серії ISO 9000	2	-
5	Тема 6. Планування та організація створення нового товару Завдання планування продукту. Критерії визначення нового товару. Генерування ідей товару. Участь маркетингових служб у розробці нового товару. Нормативно-правове забезпечення створення наукомісткої продукції.	2	2
6	Тема 7. Сучасні методи та засоби генерування ідей продуктових та технологічних інновацій Етапи творчої діяльності, фактографічні методи генерування ідей, експертні методи генерування ідей, логічні методи.	2	-
7	Тема 8. Функціонально-вартісне обґрунтування інноваційного продукту Призначення функціонально-вартісного аналізу (ФВА). Етапи та форми ФВА. Перспективні напрями використання ФВА. Процесно орієнтований менеджмент підприємства з використанням АВМ (Activity-Based Management).	2	-
Усього годин		14	4

3.4. Практичні заняття

№ з/п	Назви тем та короткий зміст за навчальною програмою	Кількість годин	
		ДФН	ЗФН
1	2	3	4
1	<p>Тема 1. Сутність інновацій та інноваційних процесів в аграрному секторі національної економіки</p> <p>Класифікаційні ознаки інновацій. Класифікаційні ознаки продуктових інновацій. Маркетингове розуміння інновацій. Інноваційний напрям розвитку економіки України</p>	2	-
2	<p>Тема 2. Техніко-економічні показники і методи оцінювання якості продуктових інновацій</p> <p>Показники оцінювання продуктових інновацій. Методи оцінювання якості. Основні джерела інноваційних ідей. Зміна ринкових тенденцій та інноваційна продукція.</p>	2	2
3	<p>Тема 3. Управління товарним асортиментом</p> <p>Показники товарної номенклатури. Формування структури товарного асортименту. Індикатори ефективності складових асортименту. Асортиментна концепція підприємства.</p>	2	-
4	<p>Тема 4. Системне управління якістю товарів і послуг</p> <p>Конкурентоспроможність як характеристику товару. Процесні інновації. Методи оцінювання рівня якості та споживчих властивостей. Управління якістю товарів і послуг. Серія міжнародних стандартів МС ІСО 9000.</p>	2	-
5	<p>Тема 5. Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту</p> <p>Маркетингова продуктова інновація. Інноваційний потенціал. П'ять типових інноваційних змін. Етапи повного інноваційного циклу. Класифікація видів інновацій. Аудит нових технологій. Стратегічне управління інноваціями.</p>	2	-
6	<p>Тема 6. Планування та організація створення нового товару</p> <p>Менеджмент продуктового портфеля (Product Portfolio Management – PPM). Алгоритм планування нового продукту. Методи планування нового товару. Організація створення нового товару.</p>	2	2

1	2	3	4
7	<p>Тема 7. Сучасні методи та засоби генерування ідей продуктових та технологічних інновацій</p> <p>Методи генерування ідей продуктових інновацій. Методи прогностики логічних методів. Система автоматизованого проектування продукції (САПР). Послідовний і паралельний процеси проектування товарних інновацій.</p>	2	-
8	<p>Тема 8. Функціонально-вартісне обґрунтування інноваційного продукту</p> <p>Методика функціонально-вартісного аналізу реалізації проектів. Освоєння виробництва нових товарів.</p>	-	2
9	<p>Тема 9. Дизайн нового товару</p> <p>Технічна естетика. Ергономіки у підвищенні конкурентоспроможності нового товару, теоретичні засади художнього конструювання (дизайну). Дизайн-маркетинг. Ергономічні вимоги до товару.</p>	2	-
Усього годин		16	6

3.4. Самостійна робота

№ з/п	Назви тем та короткий зміст за навчальною програмою	Кількість годин	
		ДФН	ЗФН
1	2	3	4
1	<p>Тема 1. Сутність інновацій та інноваційних процесів в аграрному секторі національної економіки</p> <p>Взаємозв'язок стратегії товарної інноваційної політики з життєвим циклом товару. Аналіз інноваційних ризиків. Класифікація агропромислових інновацій. Інноваційні процеси в аграрному секторі України.</p>	3	5
2	<p>Тема 2. Техніко-економічні показники і методи оцінювання якості продуктових інновацій</p> <p>Класифікація продуктових інновацій. Показники технічного рівня якості продукції. Показники надійності продукції. Показники призначення продукції.</p>	3	5
3	<p>Тема 3. Управління товарним асортиментом</p> <p>Переваги і недоліки стандартизації. Кількісні показники номенклатури товару. Якісні показники асортименту товару.</p>	3	7

1	2	3	4
4	<p>Тема 4. Системне управління якістю товарів і послуг. Розвиток принципів системного та комплексного управління якістю. Методи визначення якості продукції. Комплексний показник якості продукції.</p>	3	7
5	<p>Тема 5. Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту. Ризики комерційних успіхів нового продукту. Комерційне оцінювання нового продукту на основі аналізу ринку нового товару, його стану та перспектив. Конкурентоспроможність нового товару на ринку. Обсяг збуту товару на ринку. Виробничі проблеми пов'язані із забезпеченням безперебійного та своєчасного випуску високоякісного товару.</p>	4	6
6	<p>Тема 6. Планування та організація створення нового товару. Інформаційне забезпечення створення товару. Аналіз можливостей виробництва товару. Аналіз можливостей збуту товару. Випробування нового товару.</p>	3	3
7	<p>Тема 7. Сучасні методи та засоби генерування ідей продуктових та технологічних інновацій. Методи інверсії і комбінування при генеруванні ідей. Метод «Дельфі». Метод аналогій. Система генерування технологічних інновацій в агропродовольчому секторі. Створення технологічних інновацій в Україні. Оцінка «патентної чистоти» нового товару.</p>	3	7
8	<p>Тема 8. Функціонально-вартісне обґрунтування інноваційного продукту Методологічні основи функціонально-вартісного аналізу. Форми функціонально-вартісного аналізу. Проектна діяльність та обґрунтування інноваційного продукту.</p>	4	4
9	<p>Тема 9. Дизайн нового товару. Технічна естетика та об'єкти її вивчення. Вимоги до раціонального ергономічного конструювання продукції. Правило «золотого перетину». Екологічні та естетичні показники якості товару.</p>	4	6
10	Інші види самостійної роботи	60	60
Усього годин		90	110

4. Індивідуальні завдання

Індивідуальне завдання у формі рефератів, доповідей, мультимедійних та графічних розробок виконується за такими темами:

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. Показники призначення і надійності промислового виробу.
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. Внутріфірмові 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. Вплив якості продукції на інновацію показників рівня: 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.

5. Методи навчання

За джерелами знань використовуються такі методи навчання: словесні – розповідь, пояснення, лекція; наочні – демонстрація, ілюстрація; практичні – практична робота, вправи, ситуаційні завдання.

За характером логіки пізнання використовуються такі методи: аналітико-синтетичний, індуктивний, дедуктивний.

За рівнем самостійної розумової діяльності використовуються методи: проблемний, частково-пошуковий, дослідницький.

6. Методи контролю

Оцінювання результатів навчання студентів здійснюється проведенням поточного та підсумкового контролю.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Форми проведення поточного контролю під час навчальних занять - усне та письмове опитування, тестовий контроль.

Підсумковий контроль проводиться з метою оцінювання результатів навчання на завершальному етапі вивчення дисципліни. Підсумковий контроль проводиться складанням студентами екзамену з дисципліни в обсязі навчального матеріалу, визначеного навчальною програмою і в терміни, встановлені навчальним планом. Форма проведення екзамену – письмово-усна.

7. Критерії оцінювання результатів навчання студентів

7.1. Денна форма навчання

Оцінювання здійснюється за 100-бальною шкалою, національною 4-бальною шкалою та шкалою ECTS.

Таблиця 7.1

Шкали оцінювання успішності студентів

100 – бальна шкала	Національна шкала	Шкала ECTS
90 - 100	Відмінно	A
82 - 89	Добре	B
74 - 81		C
64 - 73		D
60 - 63	Задовільно	E
35 – 59	Незадовільно з можливістю повторного складання екзамену	FX
0 - 34	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	F

Підсумкова оцінка за 100–бальною шкалою визначається на основі проведення поточного та підсумкового екзаменаційного контролю. При цьому за результатами поточного контролю (ПК) студент може набрати максимально 50 балів та максимально 50 балів можна отримати за результатами складання екзамену. Поточний контроль полягає в оцінюванні рівня підготовленості студентів до виконання конкретних робіт, повноти та якості засвоєння навчального матеріалу, виконання індивідуальних завдань відповідно до робочої програми навчальної дисципліни. Поточний контроль проводиться за кожною вивченою темою шляхом усного чи письмового опитування.

Результати поточного контролю оцінюються за чотирибальною шкалою. Критерії поточного оцінювання студентів за національною шкалою подано у таблиці.

Таблиця 7.2

Критерії поточного оцінювання знань студентів

Оцінка	Критерії оцінювання
1	2
5 («відмінно»)	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних/розрахункових завдань, використовуючи нормативну, обов'язкову та додаткову літературу. Правильно виконав усі завдання. Студент здатен виділяти суттєві ознаки вивченого за допомогою операцій синтезу, аналізу, виявляти причинно-наслідкові зв'язки, формувати висновки і узагальнення, вільно оперувати фактами і відомостями.

1	2
4 («добре»)	Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому нормативну та обов'язкову літературу. Студент здатен виділяти суттєві ознаки вивченого за допомогою операцій синтезу, аналізу, виявляти причинно-наслідкові зв'язки, формувати висновки і узагальнення, вільно оперувати фактами та відомостями, але у відповіді можуть бути окремі несуттєві помилки, не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно виконав більшість розрахункових/тестових завдань.
3 («задовільно»)	В цілому володіє навчальним матеріалом, викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових розрахунків, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, допускаючи окремі суттєві неточності та помилки.
2 («незадовільно»)	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових розрахунків, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи суттєві неточності. Безсистемне відділення випадкових ознак вивченого; невміння робити найпростіші операції аналізу і синтезу, узагальнення, висновки.

В кінці семестру обчислюється середнє арифметичне значення (САЗ) усіх отриманих студентом оцінок за результатами поточного контролю (ПК) за чотирибальною шкалою з наступним переведенням його у 50 – бальну шкалу за формулою:

$$ПК = \frac{50 \times САЗ}{5} = 10 \times САЗ.$$

Бал з поточного контролю може бути змінений за рахунок заохочувальних балів:

- студентам, які не мають пропусків занять протягом семестру, додається 2 бали;
- за участь в університетських студентських олімпіадах, наукових конференціях (додається 2 бали), на міжвузівському рівні (додається 5 балів);
- за інші види навчально-дослідної роботи бали додаються за рішенням кафедри.

7.2. Заочна форма навчання

У зв'язку з тим, що для студентів заочної форми навчання співвідношення обсягу годин, відведених на аудиторні заняття та самостійну роботу, має значні відмінності від денної форми, відповідно є відмінності у розподілі балів та критеріїв оцінювання. За результатами поточного контролю студент може набрати максимально 30 балів, 50 балів - за результатами складання екзамену та 20 балів за результатами оцінювання самостійної роботи, виконаної у міжсесійному періоді.

Середнє арифметичне значення (САЗ) усіх отриманих студентом оцінок за результатами поточного контролю за 4 – бальною шкалою переводиться у 30 – бальну шкалу за формулою:

$$ПК = \frac{30 \times \text{САЗ}}{5} .$$

8. Навчально-методичне забезпечення

1. Музика. П.М. Товарна інноваційна політика: методичні рекомендації для вивчення дисципліни студентами денної форми навчання спеціальності 075 «Маркетинг». Львів, 2019. 36 с.

2. Музика П. М. Товарна інноваційна політика: методичні рекомендації для вивчення дисципліни студентами заочної форми навчання 075 «Маркетинг» Львів, 2019. 36 с.

9. Рекомендована література

Основна

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. 311 с.

3. Ілляшенко С.М. Товарна інноваційна політика: підручник Суми: Університетська книга. 2007. 281 с.

4. Кардаш В.Я., Павленко А. Ф., Шафалюк О.К. Товарна інноваційна політика: підручник. Київ. 2002. 266 с.

5. Маркетингова товарна політика / За ред. О.Г. Зв'язкіної. Київ: МАУП, 2011. 84 с.

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. Про схвалення Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року: Розпорядження КМУ від 10 липня 2019 р. № 526-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-%D1%80#n12>. (дата звернення: 04.08.2020).

9. Сумець О. М., Ігнатова Є. М. Товарна інноваційна політика: навчальний посібник. Київ: «Хай-Тек-Прес». 2010. 368 с.

10. Шканова О.М. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник. Київ: МАУП, 2003. 160 с.

Додаткова

1. Ілляшенко Н.С. Впровадження концепції інноваційного маркетингу в діяльність промислових підприємств. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2010. № 1. С. 28-33.

2. Краснокутська М.В. Інноваційний менеджмент: [навч. посіб]/ М.В. Краснокутська. – К.: КНЕУ, 2003. 504 с.

3. Летуновська н. Є., Сигида л. О. Маркетингові дослідження як інструмент визначення стратегічних напрямів інноваційного розвитку промислового підприємства у сфері товарної політики. *Бізнес інформ*. 2019. № 4. С. 97 – 105. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2019-4_0-pages-97_105.pdf. (дата звернення: 04.08.2020).

4. Попович О.С. Науково-технологічна та інноваційна політика: основні механізми формування та реалізації. За ред. Маліцького Б.А. Київ: Інститут досліджень науково-технічного потенціалу та історії науки ім. Г.М. Доброва НАН України, 2019. 342 с. URL: <https://stepscenter.org.ua/wp-content/uploads/2019/12/knyzhka-Popovycha.pdf>. (дата звернення: 04.08.2020).

5. Решетнікова І. Л. Інноваційні товарні стратегії як засіб забезпечення конкурентоспроможності підприємств на ринку. *Механізм регулювання економіки*. 2008. № 4. С. 21-26. 22.

6. Холодний Г. О. Використання компетентнісного підходу в системі кадрового забезпечення товарної інноваційної політики підприємств. *Бізнес інформ*. 2015. № 3. С. 252-258.

7. Холодний Г. О. Сутність та особливості інвестиційного механізму реалізації товарної інноваційної політики. *Науковий журнал Херсонського національного технічного університету*. 2014. № 15 (4). С. 125-133.

10. Інформаційні ресурси

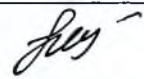
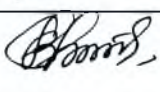
1. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>

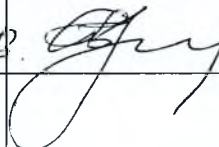
2. Офіційний веб-сайт Головного управління статистики у Львівській області. URL: <http://lv.ukrstat.gov.ua/>

3. Веб-сайт Української асоціації маркетингу. URL: <http://uam.in.ua/>

4. Офіційний веб-сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: <https://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>

11. Погодження міждисциплінарних інтеграцій навчальної дисципліни

№ з/п	Навчальні дисципліни, що забезпечують дану	Кафедра	Прізвище та ініціали відповідального викладача	Підпис викладача
1	Методологія досліджень у маркетингу	маркетингу	Табачук Л. В.	
2	Стратегічний маркетинг	маркетингу	Розитович Н. В.	
3				

№ з/п	Навчальні дисципліни, забезпечувані даною	Кафедра	Прізвище та ініціали відповідального викладача	Підпис викладача
1	Огляд маркетингу	маркетингу	Синьков Р. В.	
2				
3				
4				

13. Зміни та доповнення до робочої програми навчальної дисципліни

№ з/п	Зміст внесених змін (доповнень)	Дата і № протоколу засідання кафедри	Підпис зав. кафедри
1			
2			
3			