

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**



**СИЛАБУС ВИБІРКОВОГО ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ**

**«ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА НА  
ЗАСАДАХ МАРКЕТИНГУ»**

Мова навчання – *українська*

Шифр та найменування галузі знань *07 «Управління і адміністрування»*

Код та найменування спеціальності *075 «Маркетинг»*

Освітньо-професійна програма *Маркетинг*

Ступінь вищої освіти *магістр*

Затверджено на засіданні

Методичної Ради зі спеціальності *075 «Маркетинг»*

«  » \_\_\_\_\_ 2024 р.

Реєстраційний номер в навчальному відділі НЦООП

## 1. Загальна інформація

Кафедра: [Маркетингу, підприємництва і торгівлі](#)

Викладач: Бахчиванжи Людмила Анатоліївна, доцент кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі, кандидат економічних наук

### [Профайл](#)

Контакти:  
kaf.mpit@gmail.com,  
048-712-41-03



Освітній компонент викладається на 1 курсі у 1 семестрі

Кількість: кредитів - 4, годин – 120

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	практичні
денна	36	20	16
заочна	12	6	6
Самостійна робота, годин	Денна – 84		Заочна – 108

### [Розклад занять](#)

## 2. Анотація освітнього компоненту

Освітній компонент (ОК) «ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ МАРКЕТИНГУ»

Світові економічні тренди демонструють об'єктивну необхідність забезпечення інноваційності розвитку підприємства як передумови його виживання у глобальному конкурентному середовищі. Для вітчизняних підприємств забезпечення інноваційного розвитку на засадах маркетингу є, по суті, єдиною передумовою їх виживання та потенційного виходу на світові ринки. У цьому контексті мова йде не лише про технологічні чи продуктові інновації, які в силу обмеженості ресурсного забезпечення діяльності становлять неабиякі проблеми щодо реалізації, але й про управлінські, маркетингові та організаційні інновації. Ці питання й висвітлюються в дисципліні – «Інноваційний розвиток підприємства на засадах маркетингу». Вивчення курсу допоможе студентам орієнтуватися в питаннях інноваційної діяльності підприємств у ринкових економічних умовах, розуміти роль інноваційної політики як засобу підвищення ефективності підприємницької діяльності і виробництва конкурентоздатної продукції; вміти виявляти найефективніші напрямки оновлення техніко-технологічної бази підприємства та її продукції, розробляти інноваційні заходи і управляти інноваційними процесами на мікрорівні - в підприємстві, та на макрорівні - в галузі, країні.

Освітній компонент «Інноваційний розвиток підприємства на засадах маркетингу» базується на знаннях, отриманих здобувачем вищої освіти на бакалаврському рівні в результаті вивчення освітніх компонент «Маркетинг», «Менеджмент», «Економіка підприємства», «Маркетинговий аналіз і аудит», «Управління проєктами і ризиками у маркетингу».

## 3. Мета освітнього компоненту

Метою освітнього компоненту є формування у студентів знань та вмінь щодо забезпечення інноваційного розвитку підприємств на засадах маркетингу, оцінювання інноваційного потенціалу підприємств, обґрунтування та реалізації ефективних управлінських рішень з інноваційного розвитку підприємств на засадах маркетингу.

Завдання:

- засвоїти теоретичні основи інноваційного розвитку підприємства;

- вивчення механізмів управління інноваційним розвитком економічних систем, забезпеченням результативності формування та використання інноваційного потенціалу підприємств, ефективністю інвестування в інновації; набуття вмінь обґрунтовувати напрямки пріоритетного інноваційного розвитку та альтернативні варіанти управлінських рішень;

- виробити вміння практичного застосування методичного інструментарію інноваційного розвитку підприємства на засадах маркетингу;

- оволодіти методикою оцінки ефективності фінансових рішень;

- сформувати системний підхід до управління активами і прибутком підприємства;

- сформувати навички здійснення аналізу інноваційного стану підприємств, ефективності планування та прогнозування;

- оволодіти основами інвестиційної тематики та оцінки окремих інвестиційних інструментів для забезпечення інноваційного розвитку підприємств на засадах маркетингу.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

**знати:** - сучасні організаційні форми здійснення інноваційної діяльності на засадах маркетингу, її основні етапи та принципи ефективної взаємодії учасників;

- методичні положення та інструментарій оцінювання інноваційного розвитку на засадах маркетингу;

- світовий досвід державної підтримки інновацій, методи та моделі їх державного регулювання;

- стратегії виходу підприємств з кризового стану на основі впровадження інновацій;

- інструментарій залучення інвестицій в інновації та методичні засади оцінювання результативності інвестування;

- імперативи формування ринку наукових розробок та інноваційних ідей в Україні;

**вміти:**

- обґрунтовувати напрямки пріоритетного інноваційного розвитку на засадах маркетингу з урахуванням потреб та особливостей національної економіки;

- збирати і систематизувати маркетингову інформацію для відбору цільових ринків, вимірювання і прогнозування попиту, позиціонування інноваційного товару;

- оцінювати стан, динаміку, ефективність використання інноваційного потенціалу підприємства та обґрунтовувати пріоритетні напрямки його нарощування;

- розробляти та обґрунтовувати управлінські рішення щодо забезпечення ефективності інноваційного розвитку суб'єктів господарювання на засадах маркетингу;

- ідентифікувати та оцінювати ризики інноваційної діяльності а також контролювати їх рівень засобами ризик-менеджменту.

#### 4. Компетентності та програмні результати навчання

У результаті вивчення освітнього компоненту «ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ МАРКЕТИНГУ» здобувач вищої освіти отримує наступні програмні компетентності та програмні результати навчання, які визначені в [Стандарті вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг»](#) та освітньо-професійній програмі [«Маркетинг»](#) підготовки магістрів.

##### 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:

ЗК1 Здатність приймати обґрунтовані рішення

ЗК2 Здатність генерувати нові ідеї (креативність)

ЗК8 Здатність розробляти проекти та управляти ними

ЗК9\* Здатність свідомо та соціально відповідально діяти на основі етичних міркувань і принципів академічної доброчесності

### Спеціальні компетентності:

- СК1 Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.
- СК2 Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.
- СК6 Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.
- СК7 Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.
- СК8 Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.
- СК9 Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу
- СК10\* Здатність розробляти та втілювати ефективні засоби управління якістю у маркетинговій діяльності підприємств харчової та переробної промисловості, рекреаційного та комерційного сектора.
- СК11\* Здатність впроваджувати маркетингові технології в діяльність ринкових суб'єктів на основі людиноцентричного підходу та міжнародних соціальних тенденцій, національних та регіональних програм розвитку

### Програмні результати навчання:

- ПРН 1 Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.
- ПРН 2 Вміти адаптувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.
- ПРН 6 Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними
- ПРН 10 Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.
- ПРН 16\* Впроваджувати у маркетингову діяльність ринкового суб'єкту сучасні методи менеджменту якості з урахуванням інноваційних технологій у галузі харчової та переробної промисловості, рекреаційних та комерційних послуг
- ПРН 17\* Формувати та удосконалювати маркетингові технології діяльності харчових та переробних підприємств, рекреаційних закладів на основі людиноцентричного підходу з врахуванням міжнародних соціальних тенденцій, національних та регіональних програм розвитку.

## 5. Інформаційний обсяг освітнього компоненту

### 5.1 Перелік лекційних завдань

№ теми	Зміст теми	Годин	
		денна	заочна
<b>Змістовий модуль 1. Загальна характеристика та глобальні чинники інноваційного розвитку</b>			
1.	<b>Інновації та циклічність економічного розвитку.</b> Циклічні закономірності в економіці. Теорії циклічного економічного розвитку. Циклічність інноваційного розвитку. Інноваційні кластери і економічний розвиток. Вплив технологічних укладів на економічний розвиток. Основні визначення інновацій. Тенденції розвитку інновацій. Види інновацій.	2	Само-стійне вивчення

2.	<p><b>Ключові поняття інноваційного розвитку.</b> Інновації: економічна суть, класифікація, типи. Сутність інноваційної діяльності. Інноваційний продукт і інноваційна продукція. Інноваційний розвиток підприємства: сутність, напрями, принципи. Загальна характеристика інноваційного процесу на підприємстві. Структура інноваційного процесу. Мета і задачі стратегічного управління інноваціями.</p> <p>Вплив інноваційних процесів на розвиток виробництва в підприємствах харчової, переробної галузі, рекреаційного та комерційного сектора.</p>	2	Само- стійне вив- чення
3.	<p><b>Сучасні організаційні форми інноваційного розвитку на засадах маркетингу.</b> Сутність інноваційної інфраструктури. Інфраструктура ринку інновацій та його складові. Особливості формування вітчизняної інноваційної інфраструктури в галузі харчової та переробної промисловості, рекреаційних та комерційних послуг.</p> <p>Комерціалізація та форми передачі технологій на ринку інновацій. Специфіка придбання ліцензій на інноваційну продукцію. Особливості процесу створення та формування попиту на інновації. Сутність попиту і способи його відображення.</p> <p>Аналіз попиту на інновації. Фактори попиту. Види попиту на інноваційну продукцію. Методи аналізу попиту.</p> <p>Прогнозування та планування інноваційної діяльності підприємств харчової, переробної галузі та рекреаційного, комерційного сектора.</p>	2	2
4.	<p><b>Глобальні науково-технічні та інформаційні комунікації в інноваційній сфері.</b> Сутність інформаційно-комунікаційних технологій у контексті інноваційного розвитку.</p> <p>Глобалізація інноваційного розвитку та інформаційні комунікації. Оцінка інформаційно-комунікаційних технологій у контексті розвитку інноваційної економіки.</p> <p>Проблеми інформаційного забезпечення інновацій Оновлення техніко-технологічної бази підприємства і продукції.</p> <p>Техніко-технологічний стан підприємства. Оцінка техніко-технологічного стану та сутність технологічних змін в підприємствах харчової, переробної галузі, рекреаційного та комерційного сектора.</p>	2	Само- стійне вив- чення
5.	<p><b>Державна підтримка інноваційного підприємництва.</b> Сутність державної підтримки та регулювання інноваційної діяльності. Методи державного регулювання. Система державного регулювання та державна інноваційна політика.</p> <p>Мета і принципи державного регулювання інноваційної діяльності. Форми і методи державного регулювання інноваційної діяльності. Інституційне забезпечення підтримки інноваційної діяльності в Україні. Необхідність державної підтримки інноваційної діяльності.</p>	2	Само- стійне вив- чення
6.	<p><b>Національні інноваційні системи.</b> Складові національної інноваційної системи та рівень їх розвитку в Україні. Структура національної інноваційної системи.</p> <p>Передумови і проблеми створення національної інноваційної системи в Україні. Зарубіжний досвід формування національних інноваційних систем.</p>	2	Само- стійне вив- чення

№ теми	Зміст теми	Годин	
		денна	заочна
<b>Змістовий модуль 2: Маркетингові аспекти, тенденції та фактори інноваційного розвитку підприємств</b>			
7.	<b>Маркетинг інновацій.</b> Умови виникнення попиту на інновації. Мета, функції, засоби маркетингу в інноваційному розвитку. Сутність і класифікація маркетингових інновацій. Особливості основних функцій маркетингу інноваційної продукції в підприємствах харчової промисловості та рекреаційної сфери. Формування інструментарію маркетингу інновацій на основі функціональних послідовностей інноваційного процесу. Управління торговою маркою та аналіз франчайзингової форми використання бренда в контексті інноваційного маркетингу. Організації виконання і впровадження наукових інновацій.	2	2
8.	<b>Стратегії та бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємства у забезпеченні сталого розвитку.</b> Стратегічний інноваційний розвиток підприємства. Етапи інноваційної стратегії підприємства. Бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємства. Стратегічне планування як елемент успішної реалізації інноваційного розвитку підприємства на засадах сталого розвитку. Фінансово-економічні критерії ефективності інвестиційних проєктів. Джерела і форми фінансування інноваційних процесів.	2	Самостійне вивчення
9.	<b>Інноваційний потенціал підприємства та ризики в його діяльності</b> Сутність та основні елементи інноваційного потенціалу підприємства. Методика оцінювання інноваційного потенціалу. Інноваційний потенціал та інноваційна активність. Ризики та особливості їх прояву в інноваційній діяльності підприємства. Чинники формування ризиків в інноваційній діяльності підприємства. Методи аналізу ризику при доцільності інноваційних проєктів. Вплив факторів ризику і інфляції на ефективність проєкту на підприємстві.	2	Самостійне вивчення
10.	<b>Інвестиційне забезпечення сталого інноваційного розвитку підприємства харчової промисловості та рекреаційної сфери.</b> Система механізмів інвестування. Механізми мобілізації власних коштів. Механізми мобілізації позикових коштів. Механізми мобілізації залучених коштів. Формування та оптимізація складу інвестицій для фінансування інновацій. Особливості процесу фінансування інновацій у забезпеченні сталого розвитку.	2	2
<b>Разом за ОК</b>		<b>20</b>	<b>6</b>

## 5.2 Перелік практичних робіт

№ за п.	Назва практичної роботи	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Інновації і циклічність економічного розвитку	1	
2	Ключові поняття інноваційного розвитку	1	
3	Сучасні організаційні форми інноваційного розвитку на засадах маркетингу.	2	2
4	Глобальні науково-технічні та інформаційні комунікації в інноваційній сфері	2	
5	Державна підтримка інноваційного підприємництва.	1	
6	Національні інноваційні системи	1	
7	Маркетинг інновацій в підприємствах галузі харчової та переробної	2	2

	промисловості, рекреаційних та комерційних послуг		
8	Стратегії та бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємства на засадах сталого розвитку	2	
9	Інноваційний потенціал підприємства та ризики в його діяльності.	2	
10	Інвестиційне забезпечення сталого інноваційного розвитку підприємства галузі харчової та переробної промисловості, рекреаційних та комерційних послуг	2	2
	<b>Всього за ОК</b>	<b>16</b>	<b>6</b>

### 5.3 Перелік завдань до самостійної роботи

№	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1.	Реферативний конспект: Інновації і циклічність економічного розвитку	5	10
2.	Реферативний конспект: Ключові поняття інноваційного розвитку	5	10
3.	Реферативний конспект: Сучасні організаційні форми інноваційного розвитку.	8	10
4.	Реферативний конспект: Глобальні науково-технічні та інформаційні комунікації в інноваційній сфері	5	10
5.	Реферативний конспект: Державна підтримка інноваційного підприємництва.	5	10
6.	Реферативний конспект: Національні інноваційні системи	4	8
7.	Реферативний конспект та доповідь з презентацією: Маркетинг інновацій	20	20
8.	Реферативний конспект: Стратегії та бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємства.	8	10
9.	Реферативний конспект: Інноваційний потенціал підприємства та ризики в його діяльності.	12	10
10.	Індивідуальне розрахункове завдання: Інвестиційне забезпечення інноваційного розвитку підприємства харчової, переробної галузі та закладів рекреаційного сектора	12	10
	<b>Всього за ОК</b>	<b>84</b>	<b>108</b>

### 6. Система оцінювання та вимоги

Контроль успішності навчання здобувача проводиться у формах вхідного, поточного і підсумкового контролів.

Вхідний контроль якості навчання здійснюється на початку курсу проведенням перевірки залишкових знань здобувачів за ОК, що забезпечують вивчення даного освітнього компоненту (діагностика первинних знань здобувачів).

Формами поточного контролю є:

- *тестування знань здобувачів з певних тем або з певних окремих питань ОК;*
- *виконання і захист практичних робіт і завдань до самостійної роботи;*
- *усне опитування за окремими темами;*
- *модульна контрольна робота;*

Підсумковий контроль – *диференційований залік.*

### Нарахування балів:

Вид роботи, що підлягає контролю	Максимальна кількість оціночних балів	
	денна	заочна
<b>Змістовий модуль 1 – Загальна характеристика та глобальні чинники інноваційного розвитку</b>		
Лекційний курс *	5	5
Практичні роботи*	15	5
Самостійна робота*	10	20
Тестування в межах модульного контролю*	20	20
Всього за змістовний модуль 1	50	50
<b>Змістовий модуль 2 – Маркетингові аспекти, тенденції та фактори інноваційного розвитку підприємств</b>		
Лекційний курс *	5	5
Практичні роботи*	15	10
Самостійна робота*	10	15
Тест в межах модульного контролю*	20	20
Всього за змістовний модуль 2	50	50
Всього	100	100

\*Є можливість визнання результатів неформальної освіти відповідно до п.2 [Положення про порядок перезарахування результатів навчання \(навчальних дисциплін\) в Одеському національному технологічному університеті.](#)

### Критерії оцінювання програмних результатів навчання здобувачів Контрольні заходи під час лекційного курсу

<i>Бали за 1 модуль</i>	<i>Критерії оцінювання</i>	<i>Оцінка за національною шкалою</i>
5	Здобувач відвідував 90-100 % лекційних занять, надавав повні та обґрунтовані відповіді на питання лектора стосовно аспектів лекції, що вимагають знань з базових дисциплін або попередніх тем під час експрес-опитування, брав активну за власною ініціативою участь у дискусії під час лекції з проблемних аспектів теми лекції, ставив проблемні запитання, брав участь в обґрунтовуванні висновків-резюме за підсумками розгляду теми лекції чи окремих питань	відмінно
4	Здобувач відвідував 80-90 % лекційних занять, надавав вірні відповіді на питання лектора стосовно аспектів лекції, що вимагають знань з базових дисциплін, брав участь у дискусії під час лекції з проблемних аспектів теми лекції, ставив уточнюючі запитання за підсумками прослуханої лекції	дуже добре
3	Здобувач відвідував 60-80 % лекційних занять, надавав достатньо вірні відповіді на питання лектора стосовно аспектів лекції, що вимагають знань з базових дисциплін, періодично брав участь у дискусії під час лекції з проблемних аспектів теми лекції, ставив уточнюючі запитання за підсумками прослуханої лекції	добре
2	Здобувач відвідував не менше 50 % лекційних занять, надавав достатні, але не обґрунтовані відповіді на питання лектора	достатньо



	стосовно аспектів лекції, що вимагають знань з базових дисциплін, періодично брав участь у дискусії під час лекції з проблемних аспектів теми лекції	
<b>0-1</b>	Здобувач відвідував не більше 50% лекційних занять, не брав участі в експрес-опитуваннях щодо базових аспектів теми лекції та не брав участі у дискусіях з проблемних аспектів лекції	незадовільно

**Практичні роботи (оцінювання однієї практичної роботи - денна форма – 10 практичних робіт)**

<b>3 – 2,5 балів</b>	<i>Практична відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді</i>	відмінно
<b>2,4 - 2,1 балів</b>	<i>Практична відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності</i>	дуже добре
<b>2,0– 1,7 балів</b>	<i>Практична відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки</i>	добре
<b>1,6 – 1,0 балів</b>	<i>Практична відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки</i>	достатньо
<b>0,9 – 0 балів</b>	<i>Практична не відпрацьована або дані незадовільні відповіді</i>	незадовільно

**Практичні роботи (оцінювання однієї практичної роботи - заочна форма – 3 практичні роботи)**

<b>5 – 4,5 балів</b>	<i>Практична відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді</i>	відмінно
<b>4,4 - 3,1 балів</b>	<i>Практична відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності</i>	дуже добре
<b>4,0– 3,0 балів</b>	<i>Практична відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки</i>	добре
<b>2,9 – 2,0 балів</b>	<i>Практична відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки</i>	достатньо
<b>1,9 – 0 балів</b>	<i>Практична не відпрацьована або дані незадовільні відповіді</i>	незадовільно

**Самостійна робота (оцінювання однієї самостійної роботи – денна форма)**

<b>2 – 1,7 балів</b>	<i>Самостійна відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді</i>	відмінно
<b>1,6 - 1,4 балів</b>	<i>Самостійна відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності</i>	дуже добре
<b>1,3 – 1,1 балів</b>	<i>Самостійна відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки</i>	добре
<b>1,0– 0,9 балів</b>	<i>Самостійна відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки</i>	достатньо
<b>0,8 – 0 балів</b>	<i>Самостійна не відпрацьована або дані незадовільні відповіді</i>	незадовільно

**Самостійна робота (оцінювання однієї самостійної роботи – заочна форма)**

<b>3,5 – 2,7 балів</b>	<i>Самостійна відпрацьована та вчасно захищена, надані повні обґрунтовані відповіді</i>	відмінно
<b>2,6 - 2,1 балів</b>	<i>Самостійна відпрацьована та вчасно захищена, при відповіді допущені неточності</i>	дуже добре
<b>2,0 – 1,5 балів</b>	<i>Самостійна відпрацьована, відповіді неповні, допущені помилки</i>	добре
<b>1,4– 0,9 балів</b>	<i>Самостійна відпрацьована, відповіді незадовільні, допущені грубі помилки</i>	достатньо
<b>0,8 – 0 балів</b>	<i>Самостійна не відпрацьована або дані незадовільні відповіді</i>	незадовільно

## Тестування (в межах модульного контролю)

20,0-18,0	100 - 81 % правильних відповідей	відмінно
17,0 -15,0	80 – 64 % правильних відповідей	дуже добре
14,0 – 12,0	63 – 55 % правильних відповідей	добре
11,0 – 9,0	54 – 43 % правильних відповідей	достатньо
8,0 – 0	42 – 0 % правильних відповідей	незадовільно

## 7. Засоби діагностики успішності навчання

**Методи навчання**, які використовуються у процесі проведення занять, а також самостійних робіт за ОК:

**Лекційні заняття:** *Вербальні методи: розповідь, пояснення, бесіда, дискусія; Наочні: ілюстрація, спостереження, демонстрація; пояснювально- демонстративний метод, проблемний виклад.*

**Практичні заняття:** *аналіз конкретних ситуацій (проблемних, звичайних, нетипових); групове обговорення питання; дискусії, виконання ситуаційно-розрахункових задач, інтерактивні методи навчання (проблемне навчання, робота в малих групах, кейс-метод, мозковий штурм, проєктний метод), тренінг, технології ситуативного моделювання, технології опрацювання дискусійних питань, ділова гра, «круглий стіл»*

**Самостійна робота:** *робота з навчально-методичними матеріалами, робота зі статистично-аналітичними звітами, науково-дослідна робота студентів (методи пізнання, аналогії, оцінка, ілюстрація тощо), реферування, конспектування.*

## 8. Інформаційні ресурси

### Базові (основні):

1. Інноваційно-інвестиційний розвиток бізнес-структур в Україні [Текст]: монографія / Н. Й. Басюркіна, С. Ю. Вігуржинська, С. А. Горбаченко та ін.; за ред. Н. Й. Басюркіної; Одес. нац. акад. харч. технологій. — Київ: ФОП Гуляєва В.М., 2019. — 167 с.: табл., рис. — Бібліогр.: с. 150-163.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.1282354>

2. Богданов, Олександр Олександрович. Маркетингові стратегії розвитку підприємств агропродовольчої сфери [Текст] = Marketing strategies for the development of agro-food enterprises : дис. ... д-ра філософії : спец. 076 "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність" галузь знань 07 "Управління та адміністрування" / О. О. Богданов ; наук. кер. В. В. Лагодієнко ; Одес. нац. технол. ун-т. — Одеса, 2023. — 230 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.2129675>

3. Крупіна, С. В. Інноваційний розвиток підприємства: конспект лекцій [Електронний ресурс]: для студентів спец. 051 "Економіка", галузь знань 05 "Соціальні та поведінкові науки" СВО "магістрів" всіх форм навчання / С. В. Крупіна ; Каф. економіки промисловості. — Одеса: ОНТУ, 2023. — 65 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT.2018947>

4. Крупіна, С. В. Методичні вказівки до практичних занять з дисципліни "Інноваційний розвиток підприємства" [Електронний ресурс]: для студентів спец. 051 "Економіка", ден. та заоч. форм навчання / С. В. Крупіна ; відп. за вип. О. І. Павлов ; Каф. економіки промисловості. — Одеса: ОНТУ, 2023. — 8 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentSearchResult>

5. Збірник ситуаційних (кейсових) завдань з навчальних дисциплін "Інновації та інноваційна економіка", "Інновації та маркетинг інновацій", "Маркетинг інновацій", "Інноваційний розвиток підприємства", "Digital-marketing", "Технології та новації" [Електронний ресурс]: навч. посіб. / І. М. Буднікевич, І. А. Крупенна, Є. І. Венгер, О. В. Кифяк ; Чернівець. нац. ун-т ім.

- Юрія Федьковича, Економічний ф-т, Каф. маркетингу, інновацій та регіонального розвитку. — Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федковича, 2021. — 132 с.  
<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.2140647>
6. Мардар, М.Р. Сучасні методи просування товарів. Лабораторний практикум [Текст] : навч. Посіб. / М. Р. Мардар, Г. М. Лозовська, І. А. Устенко. — Херсон : Грінь Д.С., 2018. — 130 с. : табл., рис. — Бібліогр.: с. 110-112.  
<https://card-file.ontu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/62020281-32b3-4096-ac26-6c0bc485f781/content>
7. Маркетинг міжнародного туризму [Текст] : навч. посіб. / Я. С. Ларіна, О. І. Бабічева, Л. В. Забуранна та ін. ; за ред. Я. С. Ларіної. — Херсон : Гельветика, 2019. — 412 с. — <https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentView?docid=OdONAHТ.1663492&field=0>
8. Маркетинг у цифровому середовищі [Електронний ресурс] : підручник / Н. Є. Летуновська, Л. М. Хоменко, О. В. Люльов, та ін. ; за заг. ред. Н. Є. Летуновської, Л. М. Хоменко ; Сум. держ. ун-т. — Суми : СумДУ, 2021. — 259 с.  
<https://elc.library.ontu.edu.ua/libraryw/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.1663492>
9. Маркетингові системи розподілу [Текст] : навч. посіб. / Л. С. Безугла, І. В. Перезова, В. В. Лагодієнко та ін. ; Нац. техн. ун-т "Дніпров. політехніка", Івано-Франків. нац. техн. ун-т нафти і газу, Одес. нац. технол. ун-т, Дніпров. держ. аграр.-екон. ун-т. — Дніпро : Грані, 2022. — 244 с.  
<https://elc.library.ontu.edu.ua/libraryw/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.2069311>
10. Сенишин, О. С. Маркетинг [Електронний ресурс]: навч. посіб. / О. С. Сенишин, О. В. Кривешко ; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. — Львів, 2020. — 347 с.  
<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.1805993>
11. Тодорова О.В. Інновації в комунікаціях. Інноваційний PR-інструментарій в соціальних комунікаціях сучасного бізнесу [Текст] : монографія / О. В. Тодорова. Київ: Інтерконтиненталь-Україна, 2015. 176 с. (Асоціація корпоративних медіа).  
<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ-cnv.BibRecord.140520>
12. Обґрунтування маркетингової стратегії розвитку аграрного підприємства ринкового типу [Текст] / О. В. Євтушок, О. Л. Ліпова, В. В. Бахчиванжи // Економіка харчової промисловості : наук. журн. — 2018. — Т. 10, № 1. — С.54-63  
<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ-cnv.BibRecord.162666>
13. Innovative development of the economy: global trends and national features [Текст] : collective monograph / edited by J. Tukovskis, K. Shaposhnykov ; Aleksandras Stulginskis University, Business and Rural Development Management Institute ; [Л. А. Тітомир, О. І. Данилова ; Одес. нац. акад. харч. технологій]. — Kaunas : Baltija Publishing, 2018. — 716 p.  
<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ-cnv.BibRecord.166506>
14. Поліщук, А. С. Напрями реалізації інноваційних проектів на підприємствах [Текст] / А. С. Поліщук // Економіка харчової промисловості. — 2020. — Т. 12, № 4. — С. 35-40 : табл. — Бібліогр. : 11 назв.  
<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.1541669>

#### Додаткові

1. Микитюк П. П., Крисько Ж. Л., Овсянюк-Бердадіна О. Ф., Сковчиляс С. М. Інноваційний розвиток підприємства. Навчальний посібник. Тернопіль: ПП «Принтер Інформ», 2015. 224 с.
2. Інноваційна Україна 2020: національна доповідь / За заг. ред. В.М. Гейця та ін.: К.: Ін-т економ. та прогнозув. НАН України, 2015. — 336 с.
3. Шульгіна Л.М. Інноваційний розвиток підприємств: формування стратегій: монографія / Л.М. Шульгіна, В.В. Юхименко, — К.: Univest PrePress, 2015. — 212 с.

4. Державне управління інноваційною діяльністю. Навчальний посібник /О.Д. Витвицька, М.М. Кулаєць/ Київ: Видавничий центр «Агрармедіагруп» 2019.- 250 с.
5. Левченко Ю. Г. Економіка та організація інноваційної діяльності: навч. посіб. / Ю. Г. Левченко. – К.: Ліра-К, 2015. – 448 с.
6. Маркетинг інновацій: Посібник [О.Д. Витвицька, В.А. Скрипниченко] - Київ: ТОВ "Агрармедіагруп", 2016 .- 380 с.
7. Управління комерціалізацією інноваційної продукції аграрного сектору. Монографія [Витвицька О.Д., Коробка В.М.]. «Компрінт». – 2016. –215 с.
8. Чухрай Н., Просович О.П. Стратегічне управління інноваційним розвитком: Підручник. – Львів: [Видавництво Львівська політехніка], 2015. 500 с.
9. Сахаров, В. Є. Тлумачення, застосування і розвиток понятійного апарату: маркетинг інновацій та інноваційний маркетинг [Текст] / В. Є. Сахаров, Ю. С. Мілютіна // Актуальні проблеми економіки. — 2011. — № 5 (119). — С. 122-129.  
<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT-cnv.BibRecord.67266>
10. Пабат, О. В.Інноваційний розвиток виробництва продуктів харчування [Текст] / О. В. Пабат, Н. П. Чорна // Економіка АПК. — Київ, 2012. — № 12. — С. 24-28 : рис.  
<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT-cnv.BibRecord.86523>

### 9. Політика освітнього компоненту

Політика всіх освітніх компонент в ОНТУ є уніфікованою та визначена з урахуванням законодавства України, [Корпоративному кодексу ОНТУ](#) , [Кодексу академічної доброчесності ОНТУ](#), [Положення про організацію освітнього процесу ОНТУ](#), [Положення про порядок перезарахування результатів навчання \(навчальних дисциплін\) в ОНТУ](#), [вимог ISO 9001:2015](#) та [роботодавців](#).

Викладач /ПІДПИСАНО/ Людмила БАХЧИВАНЖИ

Розглянуто та затверджено на засіданні кафедри \_\_\_\_\_

Протокол від «    » \_\_\_\_\_ 2024 р. №

Завідувач кафедри /ПІДПИСАНО/ Володимир ЛАГОДІЄНКО

ПОГОДЖЕНО:

Гарант ОП *Маркетинг*  
*доцент, кафедра МПіТ* /ПІДПИСАНО/ Ганна ЛОЗОВСЬКА