

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ
СТЕФАНИКА



Факультет/інститут економічний

Кафедра менеджменту і маркетингу

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ

Спеціальність 073 Менеджмент

Спеціальність 075 Маркетинг

Затверджено на засіданні кафедри менеджменту і маркетингу,

Протокол № 5 від 19.02 2026 р.

1. Загальна інформація

Назва дисципліни	Маркетинг інновацій
Викладач	д.е.н.,доц.Сус Т.Й.
Контактний телефон викладача	098-788-95-47
E-mail викладача	taras.sus@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	Очний,заочний
Обсяг дисципліни	3кредити ЄКТС,90год.
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua/
Консультації	Очні консультації:згідно розкладу консультацій

2. Анотація до навчальної дисципліни

В сучасних умовах інноваційна діяльність стає одним з головних факторів розвитку економіки. Перманентні зміни умов зовнішнього макро- і мікросередовища підвищують ступінь невизначеності бізнесу і потребують від нього адаптаційних дій мета яких – забезпечення відповідності внутрішніх можливостей розвитку (потенціалу організації) зовнішнім. Природним шляхом забезпечення такої відповідності є інноваційна діяльність. Проте вона пов'язана з високим ступенем ризику, який стримує інноваційну активність організацій. Однак ті підприємства, що не створюють і не впроваджують інновації, ризикують ще більше. Нездатність вести інноваційну діяльність приводить до неможливості адаптуватися до змін умов зовнішнього середовища з усіма наслідками, які витікають з цього. Маркетинг інновацій є концепцією, згідно з якою організація повинна безперервно вдосконалювати продукцію і методи маркетингу, здійснювати наукові розробки, дослідно - експериментальні дослідження, організацію виробництва інновацій, дослідження ринку, налагодження комунікацій, формування цін та розробку інноваційних стратегій. В умовах ринкової економіки нові товари, технології і послуги - головні інструменти в конкурентній боротьбі. З урахуванням швидких змін у смаках, технології і стані конкуренції фірма не може покладатися тільки на існуючі нині товари. Споживач хоче і чекає нових і удосконалених виробів. І конкуренти докладуть максимум зусиль, щоб забезпечити його цими новинками. Інноваційна діяльність підприємств потребує відповідного маркетингового супроводу. За допомогою інструментів маркетингу визначають перспективні напрями приведення потенціалу підприємства у відповідність до умов зовнішнього середовища, які постійно змінюються.

3. Мета та цілі навчальної дисципліни.

Метою вивчення навчальної дисципліни є набуття теоретичних знань в області маркетингу інновацій та інноваційного маркетингу, а також практичних навичок щодо просування нововведень на ринку товарів і послуг.

Основними цілями вивчення дисципліни є:

- вивчення загальних принципів і методів орієнтації виробництва і збуту на більш повне, ніж у конкурентів, задоволення існуючих потреб споживачів за допомогою різного роду інновацій;
- формування навичок ефективного застосування результатів наукових досліджень для створення конкурентоспроможних товарів;
- вивчення сучасних методів і прийомів генерування та відбору ідей нових товарів;
- вивчення методів обґрунтування відповідності нових товарів ринковим вимогам;
- вивчення методів формування і стимулювання попиту на принципово нові інноваційні товари (як вироби, так і послуги), призначені для задоволення існуючих потреб споживачів новим, але нетрадиційним способом, а також прихованих (неявних) потреб або нових потреб.

4. Програмні компетентності та результати навчання.

Загальні компетентності:

ЗК12. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

Фахові компетентності:

СК3. Здатність визначати перспективи розвитку організації.

СК6. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо.

Програмні результати навчання:

ПРН3. Демонструвати знання теорій, методів і функцій менеджменту, сучасних концепцій лідерства.

ПРН4. Демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень. ПРН5. Описувати зміст функціональних сфер діяльності організації. ПРН7. Виявляти навички організаційного проектування.

ПРН15. Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних міркувань (мотивів), повагу до різноманітності та міжкультурності.

5. Організація навчання

Обсяг навчальної дисципліни	
Вид заняття	Загальна кількість годин
лекції	16
Семінарські заняття/практичні/лабораторні	14
Самостійна робота	60

Ознаки навчальної дисципліни			
Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний/ вибірковий
8	МЗЕД; МО,МК	4	вибірковий

Тематика навчальної дисципліни			
Тема	Кількість год.		
	лекції	сем. заняття	сам.роб
Тема 1. Суть та завдання маркетингу інновацій	2	1	6
Тема 2. Маркетингові дослідження на ринку інновацій	2	1	6
Тема 3. Маркетинг інновацій на підприємстві.	1	2	6
Тема 4. Стратегічне рішення в маркетингу інновацій	1	2	6
Тема 5. Маркетингові рішення в товарній інноваційній політиці	2	2	6
Тема 6. Маркетингові цінові рішення у виведенні інновацій на ринок	2	2	6
Тема 7. Маркетингові комунікації на ринку інновацій	2	1	6

Тема8. Особливості інтернет-маркетингу інновацій	2	1	6
Тема9. Маркетингові та логістичні рішення у дистрибуції інновацій	1	1	6

Тема 10. Маркетинг Інновацій та їх вплив на економічний розвиток.	1	1	6
ЗАГ.:	16	14	60

6. Система оцінювання навчальної дисципліни

Загальна система оцінювання навчальної дисципліни	<p>100 бальна система: 60 балів протягом семестру та 40 балів за підсумкове тестування.</p> <p>“відмінно” – студент демонструє повні і глибокі знання навчального матеріалу, достовірний рівень розвитку умінь та навичок, правильне й обґрунтоване формулювання практичних висновків, наводить повний обґрунтований розв’язок прикладів та задач, аналізує причинно-наслідкові зв’язки; вільно володіє науковими термінами;</p> <p>“добре” – студент демонструє повні знання навчального матеріалу, але допускає незначні пропуски фактичного матеріалу, вміє застосувати його до розв’язання конкретних прикладів та задач, у деяких випадках нечітко формулює загалом правильні відповіді, допускає окремі несуттєві помилки та неточності розв’язках;</p> <p>“задовільно” – студент володіє більшою частиною фактичного матеріалу, але викладає його не досить послідовно і логічно, допускає істотні пропуски у відповіді, не завжди вміє правильно застосувати набуті знання до розв’язання конкретних прикладів та задач, нечітко, а інколи й невірно формулює основні твердження та причинно-наслідкові зв’язки;</p> <p>“незадовільно” – студент не володіє достатнім рівнем необхідних знань, умінь, навичок, науковими термінами.</p>
---	---

Вимоги до письмових робіт	<p>Вивчення дисципліни передбачає обов'язкове виконання здобувачами одного письмового індивідуального завдання у формі презентаційної роботи (ПР), що є підсумковим завданням, яке спрямоване на вдосконалення навичок самостійної роботи із закріпленням тих знань, які були отримані під час його викладання.</p> <p>Здобувач виконує індивідуальну (презентаційну) роботу на тему: «Досвід маркетингу інновацій міжнародної компанії (на вибір)». Головна мета її – перевірка самостійної роботи</p>
	<p>студентів в процесі навчання, виявлення ступеня засвоєння ними теоретичних положень.</p> <p>Індивідуальне завдання має бути представлене на перевірку за 1 тиждень до закінчення семестру та захищена та оцінюється у максимум 10 балів.</p>
Семінарські заняття	<p>Семінарське заняття проводиться з метою формування у студентів умінь і навичок з предмету, вирішення сформульованих завдань, їх перевірка та оцінювання. За метою і структурою практичні заняття є ланцюжком, який пов'язує теоретичне навчання і навчальну практику з дисципліни, а також передбачає попередній контроль знань студентів. Оцінка за практичне заняття враховується при виставленні підсумкової оцінки з дисципліни</p> <p>Під час семінарських занять студенти усно доповідають на обрані питання, дають відповіді на додаткові питання викладача, доповнюють один одного за різними питаннями семінарського заняття, приймають участь в обговоренні практичних питань, вирішують ситуаційні справи, проходять тестування, використовують сучасні інтерактивні методи отримання знань. Така форма надає студенту можливість отримати максимум 50 балів протягом семестру.</p>
Умови допуску до підсумкового контролю	<p>Здобувач освіти вважається допущеним до семестрового контролю з навчальної дисципліни (семестрового заліку), якщо він виконав усі види робіт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – оцінка за відповіді, розв'язання задач і тестування під час аудиторних занять (50 балів); – оцінка за індивідуальну (презентаційну) роботу (10 балів); – підсумкове тестування (40 балів).
Підсумковий контроль	<p>Вивчення курсу завершується підсумковим тестуванням, за яке здобувач може отримати максимум 40 балів</p>

7. Політика навчальної дисципліни

Письмові роботи: Планується виконання здобувачами освіти обов'язкової письмової роботи, про яку йшлося у попередньому розділі. Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у визначені керівником терміни, загалом, не пізніше дня проведення останнього семінарського заняття. Під час роботи над індивідуальним завданням не допустимо порушення академічної доброчесності.

Академічна доброчесність: Очікується, що здобувачі вищої освіти будуть дотримуватися принципів та правил поведінки членів університетської громади, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначаються Кодексом честі Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника.

Відвідування занять: Відвідання занять є важливою складовою навчання. Очікується, що здобувачі відвідають лекції і семінарські заняття з дисципліни. Засвоєння пропущеної теми лекції з поважної причини перевіряється під час складання підсумкового контролю. Пропуск лекції з неповажної причини відпрацьовується студентом відповідно вимог кафедри, що встановлені на засіданні кафедри (співбесіда, реферат тощо). Пропущені практичні заняття, незалежно від причини пропуску, студент відпрацьовує згідно з графіком консультацій, отримані студентом під час засвоєння відповідної теми на практичному занятті перескладаються викладачеві, який веде заняття до складання підсумкового контролю з обов'язковою відміткою у журналі обліку роботи академічних груп.

Неформальна освіта: Здобувачі вищої освіти мають право на перезарахування результатів навчання набутих у неформальній освіті згідно відповідного Положення Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника»:

https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2021/02/neformalna_osvita.pdf

Також здобувачі вищої освіти можуть самостійно на платформах Prometheus, Coursera, edEx, edEra, FutureLearn та інших опанувати матеріал для перезарахування результатів навчання

Очікується, що студенти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається «Положенням про запобігання та виявлення плагіату у Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника» (URL: <https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/>). Списування під час контрольних робіт та екзамену заборонені. Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише для виконання он-лайн тестування. Для обчислень можна використовувати калькулятор.

Вживати їжу та напої під час занять в аудиторії забороняється (крім води або за медичними показаннями).

Відвідування занять є важливою складовою навчання. Очікується, що всі студенти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. Пропуски занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку на консультаціях, при

цьому оцінка не ставиться, а «нб» округляється.

Політика щодо дедлайнів та перескладання: роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (на 20% менше).

У студентів є можливість отримати додаткові бали пройшовши онлайн курси на навчальних платформах Prometheus, Coursera (чи інших рекомендованих кафедрою обліку і оподаткування: URL: <https://koia.pnu.edu.ua/platformy-dlia-neformalnoi-osvity/>), а також у випадку успішного проходження бізнес-ігор від АІСРА&СІМА. Слід враховувати, що приймаються сертифікати, які розширюють знання з дисципліни «Управлінський облік». Попередньо студент повинен погодити коректність обраного курсу (написавши лист на електронну адресу: yuliia.maksymiv@cnu.edu.ua).

Результати неформальної освіти визнаються згідно «Положення про визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної освіти, в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника» (URL: <https://surl.li/xpiocw>)

При використанні технологій штучного інтелекту студенти повинні дотримуватись «Рекомендацій щодо відповідального впровадження та використання технологій штучного інтелекту в закладах вищої освіти» (URL: <https://surl.li/zntjjk>)

8. Рекомендована література.

1. Про інноваційну діяльність: Закон України. Відомості Верховної Ради України. 2002. № 36. Ст. 266. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
2. Про наукову і науково-технічну діяльність: Закон України. Відомості Верховної Ради України. 2000. №28. Ст.22. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1646-14>.
3. Москаленко В.А. Маркетингові інновації в наукоємних галузях економіки. Реалізація економічного потенціалу України: теоретичні та практичні аспекти : монографія / за заг. ред. М. М. Забаштанського. Чернігів: ЧНТУ, 2020. С.176-187.
4. Ілляшенко С.М. Інноваційний розвиток: маркетинг і менеджмент знань: монографія. Суми: ТОВ «Діса плюс», 2016. 192 с.
5. Маркетинг. Менеджмент. Інновації: монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. Суми: ТОВ «Друкарський дім «Папірус», 2010. 624 с.
6. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: монографія / за ред. д.е.н., професора С.М. Ілляшенка. Суми: ВТД «Університетська книга», 2008. 615 с.
7. Менеджмент та маркетинг інновацій: монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М.Ілляшенка. Суми : ВТД «Університетська книга», 2004. 616 с.
8. Коледіна К.О. Роль та завдання маркетингу інновацій у промисловості України. Наукові записки Національного університету «Острозька

академія». Серія «Економіка». 2022. №27(55). С. 23-28.

9. Москаленко В.А. Удосконалення основних напрямів маркетингової політики просування інноваційних розробок. Вчені записки Таврійського національного університету імені Ві Вернадського. 2018. №5 С.72-76.

10. Сідельнікова В.К. Маркетинг інновацій як головна функція ведення бізнесу. Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди «Економіка». 2017, Вип. 17. С. 100-105.

11. Ілляшенко С. М, Рудь М.П. Маркетингові інновації в інноваційній діяльності підприємств України. Ефективна економіка. 2017. №6.

10. Сус Т.Й. Фінансове забезпечення інноваційного розвитку аграрного сектору регіону: концепції, інструменти, стратегії : *монографія*. Івано-Франківськ: Прикарпат. нац. ун-т ім. Василя Стефаника», 2021. 404 с.

11. Сус Т.Й., Барчук В.П. Напрями інноваційно-технологічного розвитку промислового виробництва регіону. *Бізнес-інформ*, 2015.№ 4.С. 58–62.

12. Сус Т.Й. Фінансово-організаційні проблеми розвитку агроінновацій: національний та регіональний аспекти. *Регіональна економіка*, 2016. №3. С. 135–141.

13. Сус Т.Й. Концептуальні аспекти фінансування інноваційного розвитку аграрної сфери. *Електронне наукове видання з економічних наук «ModernEconomics»*, №4 (2017).С.122–129.

14. Сус Т.Й. Роль програмно-цільового фінансування в інноваційному розвитку аграрного сектору регіону. *Електронне наукове видання з економічних наук. Економіка та суспільство*, №20 (лютий 2019). С. 675–679

15. Сус Т.Й., Ємець О.І., Цюпа О.П. Фінансова політика стимулювання інноваційного розвитку аграрного сектору і механізм її реалізації: зарубіжний досвід. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії і практики. 2020 № 4 (35). С. 347–355.

16. Сус Т.Й., Ємець О.І., Мовчун С. В., Онишко С.В., Цюпа О.П. Формування стратегії інноваційного розвитку аграрного сектору та її фінансування. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії і практики. 2022 № 6 (47) С.150–159.

17. Управління інноваційним розвитком Юринець, Зорина Володимирівна. Управління інноваційним розвитком : навч. посібн. / Юринець З.В., Гнилянська Л.Й., Юринець Р.В. Львів : СПОЛОМ, 2021. 132 с.

Викладач: Сус Т.Й.