

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ»

Лектор курсу			Ігнатенко Ольга Василівна, кандидат психологічних наук, доцент кафедри маркетингу		Контактна інформація лектора (e-mail), посилання в GWE		e-mail: lhnatenko.marketer@gmail.com; Посилання в GWE – https://meet.google.com/owb-cuxf-vyh	
Галузь знань			07 Управління та адміністрування		Рівень вищої освіти		магістр	
Спеціальність			075 Маркетинг		Семестр			
Освітня програма			«Маркетинг»		Тип дисципліни		Обов'язкова	
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:					
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка	
	3	90	18	-	18	-	54	

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	Базова
Освітні компоненти для яких є базовою	Стратегічний маркетинг (4)
Мета курсу:	надання студентам необхідних теоретичних знань з інноваційних технологій маркетингу та практичних знань застосування новітнього маркетингового інструментарію

Компетентності відповідно до освітньої програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні компетентності (СК)
ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність) ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК9. Здатність саморозвиватися та самовдосконалюватися упродовж життя.	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. СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом. СК10. Здатність використовувати інформаційні і комунікаційні технології в управлінні маркетинговою діяльністю.

Програмні результати навчання (ПРН)

- ПРН 1.** Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.
- ПРН 2.** Вміти адаптувати і застосувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.
- ПРН 9.** Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Оцінювання за тему	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
I. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ІННОВАЦІЙ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ			
Тема 1. Затребуваність інноваційних технологій в маркетинговій діяльності.			
Знати: сутність інноваційних технологій в маркетинговій діяльності; класифікацію інноваційних технологій маркетингу; спільність та відмінності інноваційних видів маркетингу.			
Вміти: визначати затребуваність інноваційних технологій маркетингу; ідентифікувати ситуації, в яких слід застосовувати інноваційні методи маркетингу.			
Формування компетенцій: ЗК 2, СК 1, СА2, СК4			
Результати навчання: ПРН 1, ПРН 2, ПРН 9			
Рекомендовані джерела: 1, 2, 3, 11, 12, 14, 19, 25			
Заняття 1.1. Затребуваність інноваційних технологій в маркетинговій діяльності.	Лекція 1 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів. Питання-відповіді по питанням, що цікавлять.

Нова парадигма маркетингу Актуальність та затребуваність нестандартних технологій маркетингу. Класифікація інноваційних технологій у маркетингу.			
Заняття 1.2. Затребуваність інноваційних технологій в маркетинговій діяльності.	Практичне заняття 1 2 год.	4 бали	Усне опитування. Тематична дискусія: «Спільність та відмінності видів маркетингу: інноваційний маркетинг, альтернативний маркетинг, маркетинг ідей, креативний маркетинг, латеральний маркетинг». Обговорення: «Стратегія блакитного океану як інноваційний вектор розвитку бізнес-структур». Модерована дискусія: «Вихід на ринок світових технологій, як результат інноваційної діяльності країни». Розгляд західного та українського досвіду компаній в турбулентний період (ковід, війна тощо)
Тема 2. Основи маркетингової інноваційної політики Знати: сутність маркетингової інноваційної політики; інновації, їх значення та види; систему інноваційних важелів; бар'єри для впровадження інновацій; особливості формування інноваційної культури; Вміти: розробляти пропозиції щодо вдосконалення маркетингової інноваційної політики. Формування компетенцій: ЗК 2, СК 1, СА2, СК4 Результати навчання: ПРН 1, ПРН 2, ПРН 9 Рекомендовані джерела: 1, 2, 4, 14, 17, 21, 22, 23			
Заняття 2.1. Основи маркетингової інноваційної політики. Сутність маркетингової інноваційної політики. Інновації, їх значення та види. Система інноваційних важелів. Бар'єри для впровадження інновацій. Особливості формування інноваційної культури	Лекція 2 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів.
Заняття 2.2. Основи маркетингової інноваційної політики	Практичне заняття 2 2 год.	4 бали	Усне опитування. Модерована дискусія: «Тренди інноваційного маркетингу 2024-2025. Приклади». Обговорення: «Які інноваційні важелі дозволяють компаніям активно розвиватися?». Доповіді з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
Тема 3. Маркетингове забезпечення інноваційного процесу. Знати: алгоритм пошуку ідей нових товарів; методику аналізу попиту на інноваційну продукцію; особливості впливу споживачів на формування інноваційних ідей. Вміти: організувати процес пошуку ідей нових товарів; розумітися на методах вертикального маркетингу і «творчого конвеєра»; застосовувати методику оцінки майбутнього попиту на нову продукцію. Формування компетенцій: ЗК 2, СК 1, СА2, СК4 Результати навчання: ПРН 1, ПРН 2, ПРН 9 Рекомендовані джерела: 1, 2, 3, 11, 12, 14, 17,18, 19, 20, 21,25, 28, 29			
Заняття 3.1. Маркетингове забезпечення інноваційного процесу. Розробка ідей нових товарів. Аналіз попиту на інноваційну продукцію. Споживачі як джерело інноваційних ідей. Референтні групи. Бенчмаркінг у системі розробки інновацій.	Лекція 4 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів.

Заняття 3.2. Маркетингове забезпечення інноваційного процесу.	Практичне заняття 2 год.	4 бали	Усне опитування. Модерована дискусія: «Комерційні перспективи інноваційного продукту». Обговорення: «У чому є небезпека та які можуть бути наслідки помилок при відборі інноваційних ідей для підприємства?» Практичне завдання: Здійснити морфологічний аналіз при розробці нового виду товару (на конкретних прикладах). Доповіді з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
--	--------------------------	--------	---

Самостійна робота

Тема 1. Затребуваність інноваційних технологій в маркетинговій діяльності.	10	2 бали	<p>1. Наукове повідомлення на обрану тему з переліку: А) Маркетинг високих технологій Б) Парадокси маркетингу В) Альтернативний маркетинг</p> <p>2. Здійснити аналіз західного та українського досвіду компаній з реалізації інноваційних товарів в турбулентний період (ковід, війна тощо). Результати оформити у вигляді наукової доповіді.</p> <p>3. Доведіть важливість впровадження інновацій у діяльність підприємств. Дайте оцінку значущості інноваційних процесів на макро- і мікрорівнях.</p>
---	----	--------	--

Тема 2. Основи маркетингової інноваційної політики	10	2 бали	<p>1. Наукове повідомлення на обрану тему з переліку: А) Інноваційний аналітичний інструмент «Модель 4-х дій». Б) Основні причини “провалів” інновацій на прикладах. В) Стратегія блакитного океану як інструмент інноваційної політики.</p> <p>2. Дайте характеристику організаційно-економічних бар’єрів, які існують на інноваційному ринку.</p> <p>3. Практичне завдання: Є три варіанти технології виготовлення виробів. За даними таблиці розрахувати найефективніший варіант. Нормативний коефіцієнт ефективності капітальних вкладень 0,14. Виконання завдань за варіантами.</p> <table border="1" data-bbox="1151 917 2078 1070"> <thead> <tr> <th>Показники</th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Інвестиції, тис. грн.</td> <td>250</td> <td>280</td> <td>220</td> </tr> <tr> <td>Витрати на виготовлення одного виробу, грн.</td> <td>270</td> <td>247</td> <td>260</td> </tr> <tr> <td>Річний обсяг виробництва, тис. штук</td> <td>70</td> <td>100</td> <td>60</td> </tr> </tbody> </table>	Показники	1	2	3	Інвестиції, тис. грн.	250	280	220	Витрати на виготовлення одного виробу, грн.	270	247	260	Річний обсяг виробництва, тис. штук	70	100	60
Показники	1	2	3																
Інвестиції, тис. грн.	250	280	220																
Витрати на виготовлення одного виробу, грн.	270	247	260																
Річний обсяг виробництва, тис. штук	70	100	60																

Тема 3. Маркетингове забезпечення інноваційного процесу.	10	2 бали	<p>1. Наукове повідомлення на обрану тему з переліку: А) Основні методи генерації ідей. Б) Головні джерела ідей нових товарів. В) Сутність і механізм впливу референтних груп при реалізації маркетингової інноваційної політики.</p> <p>2. Дайте характеристику інструментам вертикального маркетингу, які застосовуються при розробці інновацій.</p> <p>3. Обґрунтуйте на конкретних прикладах роль бенчмаркінгу у процесі розробки нових товарів. Результати оформити у вигляді наукової доповіді.</p>
---	----	--------	--

МОДУЛЬ 2. ІННОВАЦІЙНІ МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ.

<p>Тема 4. Латеральний маркетинг. Знати: сутність латерального маркетингу, логіку та етапи процесу його реалізації; сферу та результати застосування латерального маркетингу;</p>
--

<p>Вміти: застосовувати методи латерального зсуву Формування компетенцій: ЗК 2, СК 1, СА2, СК4 Результати навчання: ПРН 1, ПРН 2, ПРН 9 Рекомендовані джерела: 1, 2, 6, 11, 12, 13, 14, 20-23</p>			
<p>Заняття 4.1. Латеральний маркетинг. Базові поняття, концепції та принципи латерального маркетингу. Технології та етапи процесу реалізації латерального маркетингу. Методи латерального зсуву. Методи креативного мислення.</p>	<p>Лекція 5 2 год.</p>		<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>
<p>Заняття 4.2.</p>	<p>Практичне заняття 6 2 год.</p>	<p>6 бали</p>	<p>Усне опитування. Практичне завдання: Зробити SWOT аналіз застосування латерального зсуву на конкретних прикладах. Дискусія: «Чи можна вважати дистанційне навчання та запровадження дуальної форми – латеральним зсувом у освіті?» Тест на нестандартне мислення. Тренінг на розвиток креативності. Тестові завдання з перевірки знань.</p>
<p>Тема 5 Нейромаркетинг Знати: головні критерії визначення нового товару. Етапи планування і технологія створення нового товару. Параметричні ряди і асортиментний набір товарів. Основні стратегічні підходи до створення товару. Вміти: володіти експертними методами оцінки товарних інновацій; володіти методикою оцінки комерційних перспектив інноваційного продукту; Формування компетенцій: ЗК 2, СК 1, СА2, СК4 Результати навчання: ПРН 1, ПРН 2, ПРН 9 Рекомендовані джерела: 1-14, 22,23</p>			
<p>Заняття 5.1</p>	<p>Лекція 6 2 год.</p>		<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів. Надати інформацію та проілюструвати міжнародний досвід інформаційного забезпечення створення нової наукомісткої та високотехнологічної продукції. Генерація ідей. Показати моделі попереднього аналізу можливостей виробництва і збуту нового товару. Практичні кейси відомих компаній.</p>
<p>Заняття 5.2.</p>	<p>Практичне заняття 7 2 год.</p>	<p>6 бали</p>	<p>Задачі на розрахунок параметрів інверсії і комбінування. Практична робота з Системами автоматизованого проектування. Розгляд змісту і процедур участі маркетингових служб у плануванні та розробці нового товару. Поняття про лончування інноваційного продукту. Розгляд на основі кейсів наданих компанією «Фармаперсонал» Кейсі підприємств на вибір стратегії лончування та прелончування.</p>
<p>Тема 6. Сучасні методи і засоби генерування ідей продуктивних інновацій. Оцінка ідей інновацій. Знати: ергономічні вимоги до товару, головні вимоги раціонального ергономічного конструювання продукції, ієрархічну структуру ергономічних показників якості товару, естетичні вимоги до нової продукції; Вміти: розробляти марочну стратегію новинок; володіти методикою функціонально-вартісного обґрунтування інноваційного продукту. Формування компетенцій: ЗК 2, СК 1, СА2, СК4 Результати навчання: ПРН 1, ПРН 2, ПРН 9 Рекомендовані джерела: 1, 2, 3, 11, 12, 14, 17, 18, 19</p>			

Заняття 6.1.	Лекція 7 2 год.		Лекція-візуалізація, аналіз ринкової інформації за параметрами, експрес-опитування студентів. Розгляд поняття ідеї і задуму товару. Джерела ідей інновацій Креативний маркетинг в сучасних умовах, коли споживач не «покупець», а той, хто «обирає».
Заняття 6.2.	Лекція 8		Лекція-візуалізація, аналіз формальних і неформальних методів генерації ідей. Аналіз вдалості застосованої стратегії, критерії ефективності використання інформації за параметрами, експрес-опитування студентів
Заняття 6.3.	Практичне 8 2 год.		Практична робота студентів, написання презентацій «Креативний маркетинг та інновації» Тренінг за заданими критеріями, розподіл на 3 команди. Вивід на ринок інноваційного продукту за критеріями Розгляд формалізованих кейсів. методів генерації ідей: поліпшення прототипу, мозкова атака, синектика, ліквідація ситуацій «глухого кута», розгляд запропонованих морфологічних карт. ШІ та інноваційний маркетинг (доповідь з прикладами)
Тема 7 Функціонально-вартісне обґрунтування інноваційного продукту			
Знати: значення дизайну товару та його ролі у підвищенні конкурентоспроможності товару; основні принципи, етапи, форми і процедури функціонально-вартісного аналізу (ФВА).			
Вміти: аналізувати критеріальну базу інноваційного продукту за матрицею потенціалу та лояльності споживачів та ринку загалом; розглядати світовий досвід, виявляти критерії успіху попередників на різних ринках, що представлені в Україні.			
Формування компетенцій: ЗК 2, СК 1, СА2, СК4			
Результати навчання: ПРН 1, ПРН 2, ПРН 9			
Рекомендовані джерела: 1, 2, 3, 11, 12, 14, 17, 18, 19, 22, 23			
Заняття 7.1.	Лекція 9 2 год.		Лекція-візуалізація, експрес-опитування студентів, Модерована дискусія. Питання-відповіді. Сінемалогія з дизайном інноваційних продуктів та послуг.
Заняття 7.2	Практичне заняття 9 2 год.	4 бали	Розробка дизайну за допомогою ШІ. Проведення фокус -групового дослідження, заповнення розроблених бланків, написання аналітичного звіту з урахуванням мінусів та плюсів запропонованих дизайнів. Голосування. Нагородження призерів книгами з «Креативного маркетингу».
Самостійна робота			
Тема 4. Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту	10	2 бали	Теоретичний курс Самостійно опрацювати наступні питання: 1. Маркетингове забезпечення інноваційної діяльності. 2. Основні завдання, проектування та виробництво нового товару. Практичне завдання 1. Провести оцінку комерційних перспектив інноваційного продукту. 2. Провести попередній аналіз можливостей виробництва і збуту нового товару.
Тема 5. Планування та організація створення нового товару	10	2 бали	Теоретичний курс Самостійно опрацювати наступні питання: 1. Основні критерії новизни. 2. Етапи планування нової продукції від ідеї до випуску товару. 3. Маркетингове забезпечення інноваційного продукту. 4. Основні умови комерційного успіху нових товарів.

			5. Причини комерційних невдач запланованих новацій. рунтувати та проаналізувати особливості конкурентної боротьби на інформаційному ринку 2023-2024р. підрахунку ефективності інформаційного маркетингу та обраної стратегії
Тема 6. Сучасні методи і засоби генерування ідей продуктивних інновацій			Теоретичний курс Самостійно опрацювати наступні питання: 1. Методи науково-технічного пошуку ідей нових товарів. 2. Стратегічні підходи до створення товару. 3. Попередній аналіз можливостей виробництва і збуту нового товару. Практичне завдання 1. Вивчити методи науково-технічного пошуку ідей нових товарів. 2. Зробити попередній аналіз можливостей виробництва і збуту нового товару. 3. Вивчити фактографічний та експертний методи генерування ідей. 4. Вивчити методи прогнозування та логічні методи. 5. На прикладі конкретного товару зробити функціонально-вартісне обґрунтування інноваційного продукту.
Тема 7 Функціонально-вартісне обґрунтування інноваційного продукту	10	2 бали	Теоретичний курс Самостійно опрацювати наступні питання: 1. Методи науково-технічного пошуку ідей нових товарів. 2. Стратегічні підходи до створення товару. 3. Попередній аналіз можливостей виробництва і збуту нового товару. Практичне завдання 1. Вивчити методи науково-технічного пошуку ідей нових товарів. 2. Зробити попередній аналіз можливостей виробництва і збуту нового товару. 3. Вивчити фактографічний та експертний методи генерування ідей. 4. Вивчити методи прогнозування та логічні методи.
	10	2бали	

МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

- Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран.
- Програмне забезпечення: ОС Windows, MS Office, доступ до онлайн-додатків, періодичних видань та інших інтернет-джерел, до електронної бібліотеки ДУІКТ, до віртуального навчального середовища Zoom; Google Workspace for Education, інформації сайту Університету

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

1. Шафалюк О.К. Товарна інноваційна політика: *Підручник*. К.: КНЕУ, 2019. - 266 с.
2. Кардаш В.Я. Товарна інноваційна політика: *Навчальний посібник*. К.: КНЕУ, 2019. - 122 с.
3. Маркетингова товарна політика: *Підручник*/ О.П.Луцій, Р.І.Буряк, Ларіна Я.С. та ін. – К.: Наш час, 2021. – 328 с.
4. Поплавська О.М. Ергономіка: *Навчальний посібник*- К.: КНЕУ, 2022. - 320 с.
5. Реклама і дизайн ХХІ сторіччя: освіта, культура, економіка: *Збірник наукових праць*. Вип. 2/ Ред. Є.А. Антонович. - К.: ІППР, 2001. - 270 с.
6. Щербань В.М. Товарна інноваційна політика: *Навчальний посібник*. - К.: Кондор, 2019. - 398 с.
7. Чухрай Н. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві: *Підручник*/ Н. Чухрай, Р. Патора. - К.: Кондор, 2020. - 398 с.

8. Moore G. A. Darwin and the demon: innovating within established enterprises. *Harvard Business Review*. 2004. No. 82 (7/8). P. 86–92 3. Levitt T. Innovation in Marketing: New Perspectives for Profits and Growth. New York: McGraw Hill, 1962. 253 p. 4. Reketty G. The regularities of innovation– a marketing perspective. *Acta Oeconomica*. 2003. No. 53 (1). P. 45–59.
9. Шафалюк О.К. Товарна інноваційна політика: *Підручник*. - К.: КНЕУ, 2019. - 266 с.
10. Кардаш В.Я. Товарна інноваційна політика: *Навчальний посібник*. - К.: КНЕУ, 2019. - 122 с.
11. Маркетингова товарна політика: *Підручник*/ О.П.Луцій, Р.І.Буряк, Ларіна Я.С. та ін. – К.: Наш час, 2021. – 328 с.
12. Поплавська О.М. Ергономіка: *Навчальний посібник*- К.: КНЕУ, 2022. - 320 с.
13. Реклама і дизайн ХХІ сторіччя: освіта, культура, економіка: *Збірник наукових праць*. Вип. 2/ Ред. Є.А. Антонович. - К.: ІППР, 2001. - 270 с.
14. Портер М.С. Стратегія конкуренції. Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів. 6 видання (Пер. з англ.) - К.:2024.
15. Якість в Європі: стабільна якість для нового сторіччя. *Матеріали 10-ого Міжнародного форуму “Дні якості в Києві’2011”*. – К.: Українська асоціація якості, Міжгалузевий центр якості “Прирост”, 2021.
16. Законодавчі акти і нормативні документи
17. Про захист прав споживачів. *Закон України*, № 2949-III від 10.01.2022.
18. Про захист економічної конкуренції. *Закон України* від 11 січня 2021 р. - К.: Урядовий кур’єр (Орієнтир), 21 березня № 50.
19. Про підтвердження відповідності. *Закон України* №2406 – III від 17 травня 2001. Відомості Верховної Ради (ВВР), 2001, № 31.
20. Про стандартизацію. *Закон України* №2408-III, від 17 травня 2001. Відомості Верховної Ради (ВВР), 2001, №31.
21. Про спеціальний режим інвестиційної та інноваційної діяльності технологічних парків. *Закон України* від 16 липня 1999 р., №991-XIV (Зі змінами, внесеними згідно з законами 2000-2002 рр.) ВВР, 2002, № 33, ст. 238.
22. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг. *Закон України* від 15 грудня 1993, № 3689-XII. (Зі змінами, внесеними згідно з Законами 1999-2002). ВВР, 2002, № 35 ст. 256.
23. Про ратифікацію договору про закони щодо товарних знаків. *Закон України* від 13.10.95р. № 380/95 ВР України, том 14, 1998.
24. Про охорону прав на зазначення походження товарів. *Закон України* від 16 червня 1999, № 752-XIV. (Зі змінами внесеними згідно із Законами 2000-2002). ВВР, 2002, № 16, ст.114.
25. Про Програму захисту прав споживачів на 2033-2019 роки. *Указ Президента України* від 11.12.2002 р. № 1148/2002.
26. Про концепцію науково-технологічного та інноваційного розвитку України. *Постанова Верховної Ради України* від 13 липня 1999 р. № 916-XIV. ВВР, 1999, № 37, ст. 336.
27. Про затвердження Положення про порядок створення і функціонування технопарків та інноваційних структур інших типів. *Постанова Кабінету Міністрів України* від 22 травня 1996 р. № 549. (Зі змінами, внесеними згідно с Постановами КМУ за 1997-2001 рр.).
28. Про затвердження Положення про порядок голографічного захисту документів і товарів. *Постанова Кабінету Міністрів* від 24.02.2001 р., № 171. (Зі змінами, внесеними згідно з постановою КМ № 907-2002-п від 01.07.2002).
29. Про затвердження Положення про штрихове кодування товарів. *Приказ Мінекономіки України* від 20 серпня 2002 р. № 225.
30. Буга, Н., & Пелехацький, Д. (2022). ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА. *Економіка та суспільство*, (42). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-36>

Електронні ресурси

1. Українські наукові журнали Scopus та Web of Science. URL: <https://openscience.in.ua/ua-journals>
2. Актуальні проблеми економіки. URL: <https://eco-science.net/>
3. Економіка і прогнозування. URL: <http://eip.org.ua/?lang=ru>
4. Економіка та держава. URL: <http://www.economy.in.ua/>
5. Економіка, фінанси, право. URL: <http://konferencia.com.ua/uk/>
6. Економіка України. URL: <http://www.economukraine.com.ua/>
7. Економіст. URL: <http://ua-ekonomist.com/>
8. Інвестиції. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. URL:

9. Інвестиції: практика та досвід. URL: <http://www.investplan.com.ua/>

10. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. URL: <http://smartpress.com.ua/tovar-2019-zovnishnya-torgivlya-ekonomika-finansipravo>

11. Статистика України. URL: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/mag_u.hm

ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)

- Курс передбачає роботу в колективі.
- Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.
- Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу.
- Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблена проробка за рекомендованою літературою.
- Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.
- Якщо здобувач відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.
- Здобувач, який спізнився без поважної причини, вважається таким, що пропустив заняття з виставленням 0 балів за заняття, і при цьому має право бути присутнім на занятті.
- За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни здобувач за виконання завдання отримує 0 балів
- За ініціативою викладача зміст даного курсу планується оновлювати щорічно, враховуючи зміни у законодавстві України, наукові досягнення .. Здобувачі також можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу стосовно новітніх змін .. За таку ініціативу студенти можуть отримати додаткові бали.

НЕФОРМАЛЬНА ТА ІНФОРМАЛЬНА ОСВІТА

Здобувачі мають право на перезарахування результатів навчання набутих у неформальній та інформальній освіті згідно «Положення про неформальну освіту Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій» chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_35048489.pdf

ПРАВИЛА АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

- Здобувачі освіти у своїй навчальній діяльності зобов'язані дотримуватися цінностей, принципів і правил академічної доброчесності.
- Кожне навчальне завдання має бути виконане самостійно, крім випадків, коли його виконання передбачає участь декількох осіб або правилами виконання відповідних завдань дозволено отримання допомоги від інших осіб, використання допоміжних матеріалів та засобів, мережі Інтернет тощо.
- Кожен здобувач освіти у разі використання у своєму академічному творі результатів інтелектуального творіння інших авторів (текстів, ідей, розробок, тверджень, відомостей, думок тощо) зобов'язаний зробити посилання на відповідне джерело інформації.
- Навчальна робота може включати (повністю або частково) попередню навчальну роботу здобувача освіти лише у тому випадку, якщо це прямо дозволено умовами навчального завдання.
- В аудиторії здобувачі не допускаються до списування та обману – за порушення принципів академічної доброчесності викладач може накладати санкції: зниження балів, повернення роботи на доопрацювання, не допущення до захисту роботи та ін.
- Здобувачі можуть ознайомитися із Кодексом академічної доброчесності Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій на сторінці сайту chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_96297052.pdf?2

КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Умовою допуску до підсумкового контролю є виконання всіх практичних робіт і виконання самостійних завдань, які передбачені структурою освітньої компоненти. Якщо здобувача вищої освіти не допущено до складання заліку, як такого, що не виконав індивідуальний план, йому надається час до перескладання для виконання всіх вимог допуску. Здобувач має право на два перескладання. При повторному перескладанні, залік може приймати комісія, яка створюється директором ННІМП. Оцінка комісії є остаточною. Отримання студентом 0 балів (неприйнятно) тягне відрахування за невиконання навчального плану.

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання	
ПОТОЧНИЙ КІНТРОЛЬ	<i>Робота на заняттях, у т.ч.:</i>		
	• Виконання практичних робіт	44 бали	
	• Самостійна робота	16 балів	
ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ <i>Залік</i>	Залік проходить у письмовій формі.	40 балів	
	Додаткова оцінка	Оцінювання	
Види навчальної роботи			
Участь у наукових конференціях, підготовка наукових публікацій за тематикою освітньої компоненти:			
Тези доповіді на фаховій конференції		3 бали	
Стаття у фаховому виданні		5 балів	
Стаття в іноземному рецензованому виданні		10 балів	
Максимальна кількість додаткових балів, які можуть бути зараховані здобувачу освіти - 10 балів			
ПІДСУМКОВА ОЦІНКА ЗА ДИСЦИПЛІНУ			
бали	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка /зачис в екзаменаційній відомості
90-100	Студент демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає робочій програмі дисципліни, правильно й обґрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях. Вміє реалізувати теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, аналізувати та співставляти дані об'єктів діяльності фахівця на основі набутих з даної та суміжних дисциплін знань та умінь. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються. Зменшення 100-бальної оцінки може бути пов'язане з недостатнім розкриттям питань, що стосуються дисципліни, яка вивчається, але виходить за рамки об'єму матеріалу, передбаченого робочою програмою, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань.	Високий Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.	Відмінно / Зараховано (A)
82-89	Студент 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. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, дає вичерпні пояснення.	Достатній Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни	Добре / Зараховано (B)
75-81	Студент в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Вміє пояснити основні положення виконаних завдань та дати правильні відповіді при зміні результату при заданій зміні вихідних параметрів. Помилки у відповідях/ рішеннях/ розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.	Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре / Зараховано (C)
64-74	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений робочою програмою дисципліни, та розуміє постанову стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішень. Розуміє основні	Середній Забезпечує достатньо надійний рівень	Задовільно / Зараховано (D)

	положення, що є визначальними в курсі, може вирішувати подібні завдання тим, що розглядалися з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача.	відтворення основних положень дисципліни	
60-63	Студент має певні знання, передбачені в робочій програмі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, студент з труднощами пояснює правила вирішення практичних/розрахункових завдань дисципліни. Виконання практичних / індивідуальних / контрольних завдань значно формалізовано: є відповідність алгоритму, але відсутнє глибоке розуміння роботи та взаємозв'язків з іншими дисциплінами.	Середній Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни	Задовільно / Зараховано (E)
35-59	Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що програму навчальної дисципліни студент виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є невірними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутні.	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FX) <i>В залікову книжку не представляється</i>
1-34	Студент повністю не виконав вимог робочої програми навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Студент не допущений до здачі заліку.	Незадовільний Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням / Не допущений (F) <i>В залікову книжку не представляється</i>