

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЧЕРНІГІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»

Навчально-науковий інститут економіки

Кафедра маркетингу, PR-технологій та логістики

ТОВАРНА ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до виконання розрахункової роботи
для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня
освітньо-професійної програми «Маркетинг»
спеціальності «075 Маркетинг»
всіх форм навчання

Обговорено і рекомендовано
на засіданні кафедри маркетингу,
PR-технологій та логістики

Протокол № 10
від 31 серпня 2023 року

Чернігів 2023

Товарна інноваційна політика: Методичні вказівки до виконання розрахункової роботи для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності «075 Маркетинг» всіх форм навчання / Укладачі: Вербицька А.В., Бабаченко Л.В. Чернігів: НУ «Чернігівська політехніка», 2023. – 21 с.

Укладачі: ВЕРБИЦЬКА АННА ВІКТОРІВНА, кандидат наук з державного управління, доцент, завідувач кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики

БАБАЧЕНКО ЛАРИСА ВАЛЕНТИНІВНА, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики

Відповідальний за випуск: ВЕРБИЦЬКА АННА ВІКТОРІВНА, кандидат наук з державного управління, доцент, завідувач кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики

Рецензент: ДУБИНА МАКСИМ ВІКТОРОВИЧ, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування Навчально-наукового інституту економіки, НУ «Чернігівська політехніка»

ЗМІСТ

Вступ.....	4
1 Програма навчальної дисципліни.....	6
2 Критерії оцінювання	8
3 Вимоги до оформлення розрахункової роботи	9
4 Завдання до виконання розрахункової роботи	10
5 Контрольні питання для заліку розрахункової роботи.....	17
Список рекомендованої літератури.....	18
Додатки	20

ВСТУП

Сучасна ринкова економіка характеризується динамічністю і нестабільністю процесів, що відбуваються на ринку. Економіка перехідного типу, характерна для України, як і для інших країн ринкових перетворень, що вступили на цей шлях, відрізняється підвищеним рівнем нестабільності, який можна охарактеризувати частотою змін вектору розвитку (за величиною і напрямком). Підприємства, для того щоб вижити і розвиватися, змушені адаптуватися до цих змін. Природним засобом динамічного приведення у відповідність внутрішніх можливостей розвитку зовнішнім, які генеруються ринковим середовищем, є інновації.

Аналіз тенденцій економічного розвитку у світі доводить, що інноваційний шлях є найбільш перспективним як для окремих підприємств, так і для економіки країни в цілому.

Навчальна дисципліна «Товарна інноваційна політика» цілком відповідає вимогам підготовки високо компетентних фахівців в галузі маркетингу. Проте, роблячи висновки з недоліків та проблем в соціально-економічній діяльності в державі, ця дисципліна має бути посилена і підкріплена до існуючих завданнями, тестами та іншими вправами, котрі забезпечували б органічний зв'язок теорії з практичною діяльністю і дали б змогу ЗВО більш глибоко засвоювати навчальну дисципліну та накопичувати необхідні компетенції.

Запропоновані завдання для розрахункової роботи ЗВО включають методичні вказівки до виконання, завдання для розрахунку, критерії оцінювання. За допомогою розрахункової роботи та запропонованих завдань досягається більш глибоке опанування теорії, що здійснюється за допомогою розвитку логічного мислення через вирішення задач та дає змогу ЗВО осмислити нові для них поняття. Завдання для розрахунку скомпоновані відповідно до розділів робочої програми «Товарна інноваційна політика», що полегшує і робить більш зручною організацію навчального процесу для ЗВО.

Завдання для розрахункової роботи ЗВО спрямовані на розвиток організаційних та аналітичних здібностей, а також уміння користуватися

теоретичними знаннями у вирішенні практичних ситуацій та вміння користуватися статистикою і спеціальною літературою. Завдання для індивідуальної роботи ЗВО можуть значною мірою полегшити вивчення дисципліни ЗВО всіх форм навчання.

Під час виконання розрахункової роботи ЗВО повинні ознайомитися та вивчити лекційний матеріал, запропонований викладачем. Основою для вивчення є літературні джерела, наведені в даній методичній розробці. За наявності незрозумілих питань ЗВО рекомендується звернутись за консультаціями до викладача з метою отримання всіх необхідних пояснень щодо організації розрахункової роботи, виконання розрахункових завдань та пошуку додаткових літературних джерел. Викладачем надаються додаткові роз'яснення та індивідуальні консультації для підвищення компетентності ЗВО та розширення спектру їх знань з даної дисципліни.

1 ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна «Товарна інноваційна політика» викладається для ЗВО галузі знань 07 «Управління та адміністрування» спеціальності «Маркетинг» всіх форм навчання.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1.

Теоретичні основи та характеристика товарної політики та управління асортиментом

Тема 1. Товар і його властивості

Визначення та класифікаційні ознаки товарів і послуг. Маркетингове розуміння товару. Найважливіші ринкові характеристики товару. Інновації, нововведення та інноваційний процес. Інноваційний розвиток під час воєнного стану.

Тема 2. Товарна політика та управління асортиментом

Товарна номенклатура та її показники: широта, насиченість, глибина, гармонійність (сумісність). Оцінка і управління товарним асортиментом. Формування товарного асортименту і розробка асортиментної концепції. Товарна політика підприємства як визначення і підтримування оптимальної структури продукції, що виробляється для досягнення стратегічних і тактичних цілей діяльності.

Тема 3. Техніко-економічні показники і методи оцінювання якості продуктових інновацій

Основні поняття та визначення якості товарів і послуг. Продуктові інновації. Показники якості продукції. Показники якості продукції. Економічний зміст визначення рівня якості продукції. Етапи державної підтримки та її складові для підвищення якості життя громадян України.

Тема 4. Системне управління якістю товарів і послуг

Управління якістю товарів і послуг. Вимоги міжнародних стандартів до окремих етапів і процесів створення якісної продукції. Маркетингове забезпечення. Основні етапи розробки і запровадження системи менеджменту якості підприємства.

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2.

Оцінювання комерційних перспектив створення нового товару

Тема 5. Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту

Зміст, мета маркетингової продуктової та технологічної інновації. Критерії оцінювання ринкових перспектив інноваційного продукту. Продуктова інновація. Характеристики зміни зовнішнього середовища підприємства. Основні напрями зменшення ризиків. Ризики інноваційної діяльності в умовах воєнного стану в Україні.

Тема 6. Планування та організація створення нового товару

Чинники, що визначають необхідність створення нової продукції: зміни ринкових умов, зменшення конкурентоспроможності товару, зміни етапів життєвого циклу товару. Загальні поняття та класифікаційні ознаки нового товару. Інноваційний продуктовий проект. Комерціалізація інноваційного проекту і ринковий успіх продуктової інновації. Загальні поняття та класифікаційні ознаки нового товару

Тема 7. Сучасні методи і засоби генерування ідей продуктових інновацій

Принципи та етапи творчої діяльності для створення нового продукту. Завдання і вимоги етапу генерування ідей продуктових інновацій: найбільша безпека, економічна доцільність, відповідність функціональних властивостей виробу вимогам ринку і споживачів. Методи прогностики. Логічні методи.

Тема 8. Функціонально-вартісне обґрунтування інноваційного продукту

Критерії економічної раціональності інноваційних рішень. Основні та допоміжні критерії. Функціонально-вартісний аналіз (ФВА) процесу створення інноваційного продукту. Основні принципи ФВА. Форми і процедури функціонально-вартісного аналізу. Управління маркетинговою діяльністю з використанням ФВА.

Тема 9. Дизайн нового товару

Роль технічної естетики та ергономіки у підвищенні конкурентоспроможності нового товару. Дизайн — його мета і функціональне призначення. Дизайн-маркетинг. Ергономічні вимоги до товару.

2 КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ

Розрахункова робота повинна бути виконана до початку сесії. ЗВО самостійно виконує її за індивідуальним завданням. Обсяг розрахункової роботи становить 20-25 сторінок..

Метою розрахункової роботи виступає самостійне вивчення частини програмного матеріалу, систематизація, поглиблення, узагальнення, закріплення та практичне застосування знань ЗВО з навчальної дисципліни та розвиток навичок самостійної роботи.

Вид роботи	Форма контролю	Кількість балів
Виконання теоретичного завдання	1. Відповідність викладеного матеріалу вимогам 2. Посилання на першоджерела 3. Самостійність написання	0.....2
Виконання практичного завдання	1. Правильність виконання 2. Обґрунтованість висновків	0... 3
Оформлення і подання роботи	1. Відповідність оформлення вимогам 2. Своєчасність здачі	0... 2
Захист РР	Відповіді на запитання	0... 3
Разом		0... 10

У зв'язку з тим що, розрахункова робота містить завдання для розрахунку з різних тем, і може бути виконана після вивчення всіх тем курсу, оцінюється вона після закінчення другого модуля і оцінка за виконання розрахункової роботи, додається до підсумкової модульної оцінки, переведеної за шкалою ECTS.

3 ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ РОЗРАХУНКОВОЇ РОБОТИ

Методичні вказівки до оформлення розрахункової роботи

Робота оформляється на листах А4 з однієї сторони, поля: з лівого боку – 20 мм, з правого боку – 10 мм, зверху – 20 мм, знизу – 20 мм. Завдання повинні бути виконані акуратно, розбірливим почерком (або надруковані), з детальними поясненнями та всіма проміжними розрахунками.

Вимоги до комп'ютерного набору розрахункової роботи:

- текстовий редактор – WORD;
- гарнітура шрифту – Times New Roman;
- кегль шрифту (розмір) – 14;
- міжрядковий інтервал – полуторний;
- абзац – 1,25 см;
- розташування тексту роботи – вирівнювання по ширині;
- міжрядковий інтервал між заголовком (назвою розділу чи підрозділу) і текстом повинна дорівнювати 1 інтервалу.

Приклад оформлення титульної сторінки розрахункової роботи наведено у Додатку А.

Повністю оформлена і виконана розрахункова робота подається на перевірку викладачу до початку сесії. Розрахункова робота оцінюється після особистої співбесіди з викладачем. В разі зауважень з боку викладача, робота повинна бути доопрацьована в зазначений термін і подана на перевірку.

До підсумкового контролю допускаються лише ЗВО, що вчасно здали і захистили свою роботу.

Варіант розрахункової роботи розподіляється ЗВО згідно з порядковим номером списку академічної групи.

4 ЗАВДАННЯ ДО ВИКОНАННЯ РОЗРАХУНКОВОЇ РОБОТИ

Варіант № 1.

1. Визначення та класифікаційні ознаки товарів і послуг.
2. Ергономічні вимоги до товару.
3. Практичне завдання.

Варіант № 2.

1. Маркетингове розуміння товару
2. Дизайн, його об'єкти та програми
3. Практичне завдання.

Варіант № 3.

1. Головні ринкові характеристики товару
2. Роль технічної естетики та ергономіки в підвищенні конкурентоспроможності нового товару
3. Практичне завдання.

Варіант № 4.

1. Товарний асортимент і його показники
2. Основні завдання планування продукту
3. Практичне завдання.

Варіант № 5.

1. Формування товарного асортименту
2. Загальні поняття та класифікаційні ознаки нового товару
3. Практичне завдання.

Варіант № 6.

1. Товарна політика підприємства
2. Інформаційне та нормативно-правове забезпечення створення наукомісткої та високотехнологічної продукції
3. Практичне завдання.

Варіант № 7.

1. Основні поняття та визначення якості товарів і послуг
2. Етапи планування нового продукту
3. Практичне завдання.

Варіант № 8.

1. Показники якості продукції
2. Основні принципи та етапи творчої діяльності зі створення нового продукту
3. Практичне завдання.

Варіант № 9.

1. Економічний зміст визначення рівня якості продукції
2. Зміст та мета маркетингової продуктової та технологічної інновації
3. Практичне завдання.

Варіант № 10.

1. Розвиток принципів системного, комплексного управління якістю
2. Методи прогностики
3. Практичне завдання.

Варіант № 11

1. Вимоги міжнародних стандартів до окремих етапів і процесів створення якісної продукції
2. Логічні методи
3. Практичне завдання.

Варіант № 12

1. Маркетингове забезпечення
2. Системи автоматизованого проектування продукції
3. Практичне завдання.

Варіант № 13

1. Якість створення продукту
3. Значення функціонально-вартісного аналізу в маркетинговій діяльності
4. Практичне завдання.

Варіант № 14

1. Якість управління матеріально-технічними ресурсами
2. Основні принципи та етапи функціонально-вартісного аналізу
3. Практичне завдання.

Варіант № 15

1. Критерії оцінювання ринкових перспектив інноваційного продукту .
- 2.Форми і процедури функціонально-вартісного аналізу
3. Практичне завдання.

Варіант № 16

1. Маркетингове забезпечення інноваційної діяльності фірми
2. Роль технічної естетики та ергономіки в підвищенні конкурентоспроможності нового товару
- 3.Практичне завдання

Варіант № 17.

1. Визначення та класифікаційні ознаки товарів і послуг.
2. Ергономічні вимоги до товару.
3. Прктичне завдання

Варіант № 18.

1. Маркетингове розуміння товару
2. Дизайн, його об'єкти та програми
3. Практичне завдання

Варіант № 19.

1. Головні ринкові характеристики товару
2. Роль технічної естетики та ергономіки в підвищенні конкурентоспроможності нового товару
3. Практичне завдання

Варіант № 20.

1. Товарний асортимент і його показники
2. Основні завдання планування продукту
3. Практичне завдання

Варіант № 21.

1. Формування товарного асортименту
2. Загальні поняття та класифікаційні ознаки нового товару
3. Практичне завдання

Варіант № 22.

1. Товарна політика підприємства
2. Інформаційне та нормативно-правове забезпечення створення наукомісткої та високотехнологічної продукції
3. Практичне завдання

Варіант № 23.

1. Основні поняття та визначення якості товарів і послуг
2. Етапи планування нового продукту
3. Практичне завдання

Варіант № 24.

1. Показники якості продукції
2. Основні принципи та етапи творчої діяльності зі створення нового продукту
3. Практичне завдання

Варіант № 25.

1. Економічний зміст визначення рівня якості продукції
2. Зміст та мета маркетингової продуктової та технологічної інновації
3. Практичне завдання

Варіант № 26.

1. Розвиток принципів системного, комплексного управління якістю
2. Методи прогностики
3. Практичне завдання

Варіант № 27

1. Вимоги міжнародних стандартів до окремих етапів і процесів створення якісної продукції
2. Логічні методи
3. Практичне завдання

Варіант № 28

1. Маркетингове забезпечення
2. Системи автоматизованого проектування продукції
3. Практичне завдання

Варіант № 29

1. Якість створення продукту
2. Значення функціонально-вартісного аналізу в маркетинговій діяльності
3. Практичне завдання

Варіант № 30

1. Якість управління матеріально-технічними ресурсами
2. Основні принципи та етапи функціонально-вартісного аналізу
3. Практичне завдання

Варіант № 31

1. Критерії оцінювання ринкових перспектив інноваційного продукту
2. Форми і процедури функціонально-вартісного аналізу
3. Практичне завдання

Варіант № 32

1. Маркетингове забезпечення інноваційної діяльності фірми
2. Роль технічної естетики та ергономіки в підвищенні конкурентоспроможності нового товару
3. Практичне завдання

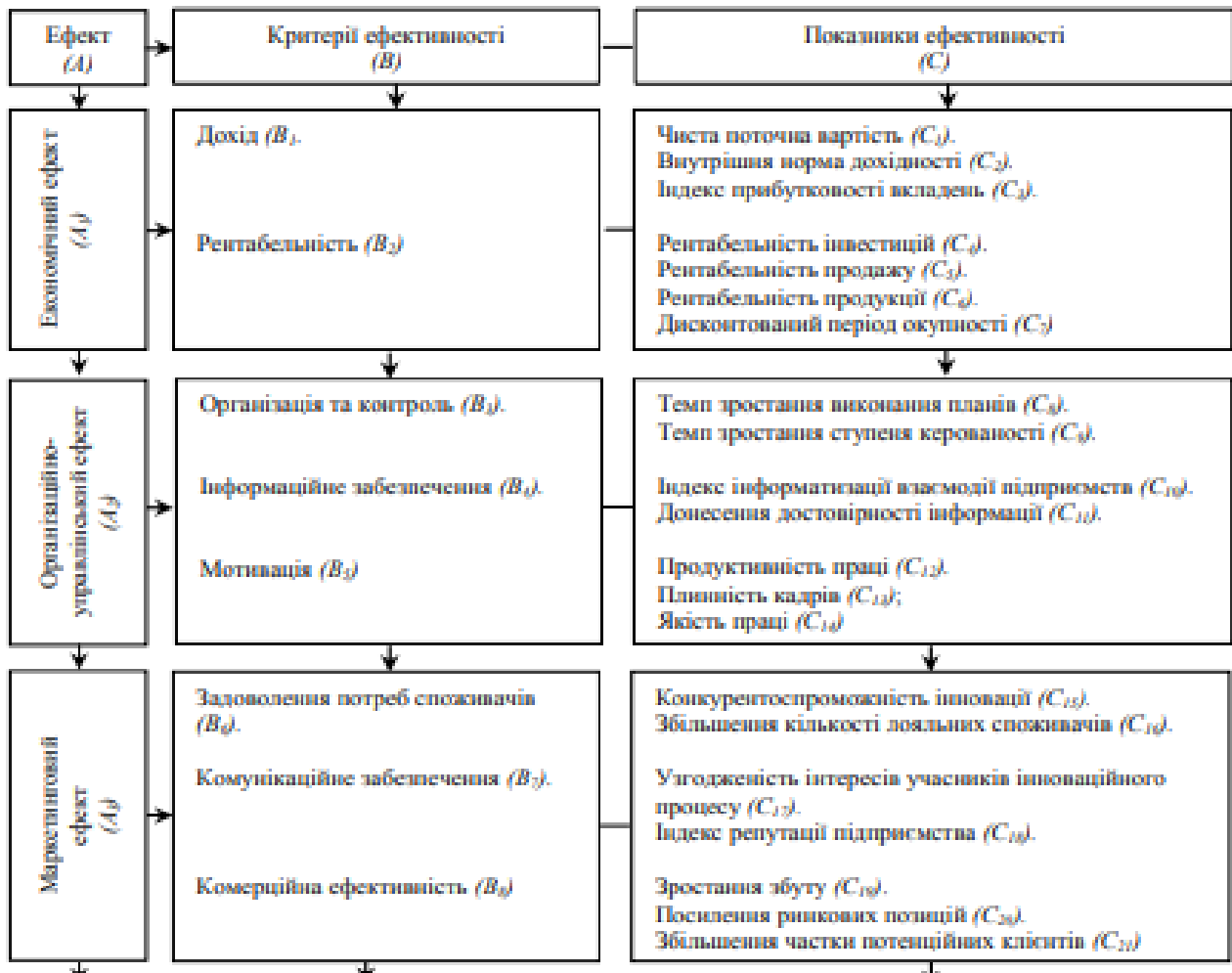
**Практичне завдання:
Розробка товарно-інноваційної політики підприємства.**

Здобувач вищої освіти самостійно обирає підприємство (компанію) та його конкретний продукт (послугу) для розробки товарної інноваційної політики.

Завдання:

1. Здійснити короткий опис діяльності підприємства (компанії) та продукції (послуг), які воно пропонує споживачам.
2. Обрати конкретний товар (послугу) підприємства (компанії) та провести аналіз його основних характеристик та показників якості: показники призначеності, надійності, довговічності, ремонтпридатності, транспортабельності, ергономічні, естетичні, патентно-правові, екологічності, економності.

3. Обрати аналогічний товар конкурентів та провести аналіз його показників якості. Порівняти показники якості товару обраного підприємства (компанії) і підприємства (компанії) конкурента.
4. Провести аналіз тенденцій інноваційної діяльності в світі та Україні, які стосуються сфери діяльності підприємства (компанії).
5. Проаналізувати рівень активності інноваційної діяльності підприємства (компанії).
6. Запропонувати інноваційний проект та розробити план його реалізації
7. Запропонувати маркетингове забезпечення запропонованого проекту.
8. Провести оцінку економічної ефективності та маркетингового забезпечення запропонованого інноваційного проекту.



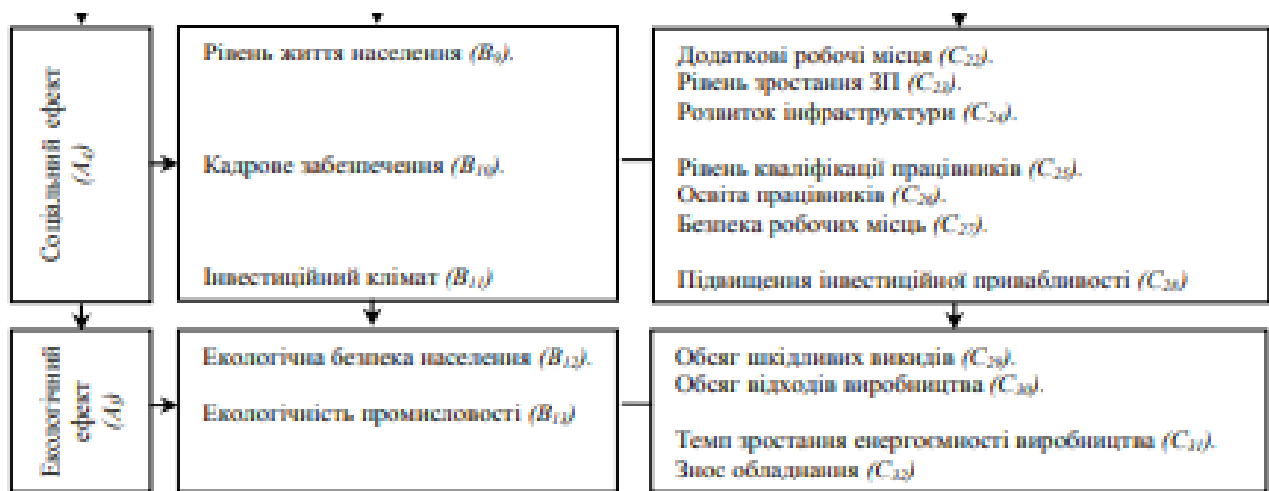


Рисунок 1 – Показники ефективності впровадження інноваційного проекту [2].

9. Сформулювати висновки.

5 ПИТАННЯ ДЛЯ ЗАЛІКУ З ДИСЦИПЛІНИ

1. Визначення та класифікаційні ознаки товарів і послуг
2. Маркетингове розуміння товару
3. Головні ринкові характеристики товару
4. Товарний асортимент і його показники
5. Формування товарного асортименту
6. Товарна політика підприємства
7. Основні поняття та визначення якості товарів і послуг
8. Показники якості продукції
9. Економічний зміст визначення рівня якості продукції
10. Розвиток принципів системного, комплексного управління якістю
11. Вимоги міжнародних стандартів до окремих етапів і процесів створення якісної продукції
12. Маркетингове забезпечення
13. Якість створення продукту
14. Якість управління матеріально-технічними ресурсами
15. Зміст та мета маркетингової продуктової та технологічної інновації
16. Критерії оцінювання ринкових перспектив інноваційного продукту
17. Маркетингове забезпечення інноваційної діяльності фірми
18. Основні завдання планування продукту
19. Загальні поняття та класифікаційні ознаки нового товару
20. Інформаційне та нормативно-правове забезпечення створення наукомісткої та високотехнологічної продукції
21. Етапи планування нового продукту
22. Основні принципи та етапи творчої діяльності зі створення нового продукту
23. Методи прогностики
24. Логічні методи
25. Системи автоматизованого проектування продукції
26. Значення функціонально-вартісного аналізу в маркетинговій діяльності
27. Основні принципи та етапи функціонально-вартісного аналізу
28. Форми і процедури функціонально-вартісного аналізу
29. Роль технічної естетики та ергономіки в підвищенні конкурентоспроможності нового товару
30. Дизайн, його об'єкти та програми
31. Ергономічні вимоги до товару

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна:

1. Дайновський Ю.А. Маркетингова товарна політика. Навчальний посібник. Львів. : Новий світ-2000. 2018. 244 с. URL: [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=S&I21DBN=EC&P21DBN=EC&S21FMT=fullwebr&S21ALL=%28%3C.%3EA%3D%D0%94%D0%B0%D0%B9%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9%20%D0%AE\\$%3C.%3E%29&Z21ID=&S21SRW=A VHEAD&S21SRD=&S21STN=1&S21REF=10&S21CNR=20&R21DBN=1&R21DBN=2](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=S&I21DBN=EC&P21DBN=EC&S21FMT=fullwebr&S21ALL=%28%3C.%3EA%3D%D0%94%D0%B0%D0%B9%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9%20%D0%AE$%3C.%3E%29&Z21ID=&S21SRW=A VHEAD&S21SRD=&S21STN=1&S21REF=10&S21CNR=20&R21DBN=1&R21DBN=2)
2. Копитко М. І. Управління інноваціями: навчальний посібник для самостійного вивчення дисципліни у схемах і таблицях. Львів : ЛьвДУВС, 2019. 292 с. URL: <https://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/1234567890/2804/1/%D0%9A%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%82%D0%BA%D0%BE%20%D0%9C.%D0%86.--%D0%A3%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D1%96%D0%BD%D0%BD%D1%8F...-%20%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%81%D1%82%D0%BA%D0%B0.pdf>
3. Лялюк А. М. Маркетинг інновацій у сфері обслуговування: конспект лекцій / А. М. Лялюк. Луцьк : КП ІА «Волиньенергософт», 2018. 130 с.
4. Маркетинг: бакалаврський курс : підручник / за заг.ред. Павленко А.Ф. Харків: Діалог, 2016. 292 с.
5. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. URL: https://econom.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/10/MARKETING_NAVCH.POSIBNYK_SENYSHYN-KRYVESHKO_FINAL_ALL.pdf
6. Товарна інноваційна політика : навч. посіб. / Валентина Олександрівна Морохова, Дарія Валеріївна Смолич. Луцьк: Вежа-Друк, 2017. 248 с. URL: <https://lib.lntu.edu.ua/sites/default/files/2021-01/%D0%A2%D0%9E%D0%92%D0%90%D0%A0%D0%9D%D0%90%20%D0%86%D0%9D%D0%9D%D0%9E%D0%92%D0%90%D0%A6%D0%86%D0%99%D0%9D%D0%90%20%D0%9F%D0%9E%D0%9B%D0%86%D0%A2%D0%98%D0%9A%D0%90.pdf>
7. Товарна інноваційна політика підприємства: навч. посібник / Сагайдак Ю.А., Скопенко Н.С., Петухова О.М., Харченко Т.Б. К.: ФОП Ямчинський О.В, 2022. 193 с. URL: https://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/39033/1/Sagaydak_Skopenko.pdf
8. Про схвалення Стратегії розвитку сфери інноваційної діяльності на період до 2030 року: Розпорядження КМУ від 10 липня 2019 р. № 526-р. ЕЛЬ: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-%D1%80#n12>. (дата звернення: 09.08.2019).
9. Чухрай Н. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві: підручник / Н. Чухрай, Р. Патора. К. : КОНДОР, 2016. 398 с.
10. Яшкіна О.І. Маркетингові дослідження інновацій [електронний ресурс]: навч. посіб. / О.І. Яшкіна. О.: ОНПУ, 2018. 102 с.
11. Маркетингове тестування ринкових перспектив товарних інновацій: монографія / за заг. ред. Є. І. Нагорного. Суми : Територія, 2020. 372 с.
12. Philip Kotler, Gary Armstrong. Principles of Marketing. 17th edition. Publisher: Pearson Education, 2018. 736 p. URL: https://opac.atmaluhur.ac.id/uploaded_files/temporary/DigitalCollection/ODIjY2E4ODIyODViZjFkODgzNDUxYWZINWFhZmY2MGE5MDc0ZDVmYw==.pdf

Допоміжна

1. Гризовська Л.О. Маркетинг інновацій як інструмент успішного бізнесу. / Л.О. Гризовська, А.В. Романова. Економіка та суспільство. Випуск 16. 2018. — С. 301—307 [Електронний ресурс] — Режим доступу: // http://economyandsociety.in.ua/journal/16_ukr/46.pdf
2. Дячков Д. В. Особливості товарної політики підприємства / Д. В. Дячков, І. П. Потапук, І. О. Яковенко // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2020. № 27. С. 46-51.

3. Ілляшенко С. М. Інновації в товарній інноваційній політиці підприємства: особливості вибору і реалізації / С. М. Ілляшенко, М. П. Рудь // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер. : Економіка і менеджмент : зб. наук. пр. / гол. ред. Т. В. Деркач. Херсон : Гельветика, 2020. Вип. 41. С. 19-25.

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/wpcontent/uploads/2019/12/knvzhka-Popovycha.pdf>. (дата звернення: 02.07.2019).

5. Солнцев С.О., Мулик Л.І. Маркетинг стартап-проектів інноваційних продуктів // Економічний вісник КПП ім. Ігоря Сікорського. 2017. № 14

6. Юрчук Н.П., Вовк В.Ю., Топіна Р.П. Інноваційно-інвестиційна діяльність як основа реалізації концепції сталого розвитку економіки України. Агросвіт. 2019. № 3. С. 53—61.

7. Садовський В.А., Ромазанова І.Р. Інноваційна політика підприємств в умовах глобалізації виробництва // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Серія «Технічний прогрес та ефективність виробництва». 2013. № 67 (2). С.3-6.

8. Солнцев С.О., Мулик Л.І. Маркетинг стартап-проектів інноваційних продуктів // Економічний вісник КПП ім. Ігоря Сікорського. 2017. № 14

9. Kaufman G. Innovation policy: challenges // Journal of Economics. 2017. P.6- 25.

Інформаційні ресурси

1. www.me.gov.ua – Міністерство економіки України
2. <https://ukrpatent.org/uk/articles/tisc> - Центр підтримки технологій та інновацій
3. <http://www.ukrstat.gov.ua> – Державний служба статистики України
4. <https://eln.stu.cn.ua/> - Система дистанційного навчання НУ «Чернігівська політехніка»
5. <http://library2.stu.cn.ua/> - Наукова бібліотека НУ «Чернігівська політехніка»
6. <http://ir.stu.cn.ua/> - Електронний архів НУ «Чернігівська політехніка»

Титульна сторінка розрахункової роботи

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЧЕРНІГІВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА»**

Навчально-науковий інститут економіки
Кафедра маркетингу, PR-технологій та логістики

РОЗРАХУНКОВА РОБОТА

з дисципліни «Товарна інноваційна політика»

ЗВО _____

групи _____

П.І.П. _____

варіант _____

**Перевірив викладач кафедри
маркетингу, PR-технологій та
логістики**

(П.І.П., посада, вч. ступінь)

Чернігів 20__р.

Зворотня сторона титульної сторінки розрахункової роботи

Я, _____,
підтверджую, що дана робота є моєю власною письмовою роботою, оформленою з дотриманням цінностей та принципів етики і академічної доброчесності відповідно до Кодексу академічної доброчесності Національного університету «Чернігівська політехніка». Я не використовував(ла) жодних джерел, крім процитованих, на які надано посилання в роботі.

дата

підпис