

# РІВНЕНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджменту

## РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

**ВК 11 „Управління інноваціями підприємств торгівлі та сфери послуг”**

Спеціальність	<u>073 "Менеджмент"</u> (шифр і назва спеціальності)
Освітньо-професійна програма	<u>"Менеджмент"</u> (назва освітньо-професійної програми)
Рівень вищої освіти	<u>Другий (магістерський)</u>
Факультет	<u>Документальних комунікацій, менеджменту, технологій та фізики</u> (назва факультету)

2020–2021 навчальний рік

Робоча програма навчальної дисципліни **«Управління інноваціями підприємств торгівлі та сфери послуг»** для здобувачів вищої освіти за спеціальністю 073 «Менеджмент», освітньо- професійною програмою «Менеджмент»

Мова навчання українська

Розробник: Берташ Борис Миколайович, кандидат економічних наук, доцент

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри менеджменту

Протокол від “31” серпня 2020 року № 8

Завідувач кафедри менеджменту  Микитин Т.М.

Робочу програму схвалено навчально-методичною комісією факультету

Протокол від “1” вересня 2020 року № 1

Голова навчально-методичної комісії  Дейнега І.О.

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Галузь знань, спеціальність, освітній ступінь	Характеристика навчальної дисципліни		
		денна форма навчання	заочна форма навчання	
Кількість кредитів – 4	Галузь знань 07 "Управління та адміністрування"	Вибіркова		
Модулів – 1	Спеціальність: 073 «Менеджмент»	Рік підготовки:		
Змістових модулів – 3		1-й	1-й	
		Семестр		
Індивідуальне науково-дослідне завдання – не передбачене		2-й	2-й	
		Лекції		
		20 год.	8 год.	
	Практичні			
Загальна кількість годин – 120	Ступінь вищої освіти: магістр	Самостійна робота		
		80 год.	104 год.	
Тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних – 3 самостійної роботи студента – 6		Індивідуальні завдання: -		
		Вид контролю: залік		
Передумови для вивчення дисципліни: менеджмент організацій; управління змінами.				

Примітка. Співвідношення кількості годин аудиторних занять до самостійної і індивідуальної роботи становить:

для денної форми навчання – 33% до 67%;

для заочної форми навчання – 13% до 87%.

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Мета:** оволодіння сучасним методичним інструментарієм, практичними навичками з ефективного управління інноваціями підприємств торгівлі та сфери послуг.

### **Завдання:**

- засвоєння теоретичних та практичних аспектів визначення необхідності впровадження інновацій підприємствами торгівлі та сфери послуг;
- ознайомлення здобувачів вищої освіти з новітньою теорією та сучасною практикою розробки і впровадження інновацій підприємствами торгівлі та сфери послуг;
- розвиток у здобувачів вищої освіти дослідницьких і організаторських здібностей та застосування методичних підходів для прогнозування ефективності впровадження інновацій підприємствами торгівлі та сфери послуг;

- формування умінь самостійного прийняття управлінських рішень щодо впровадження інновацій підприємствами торгівлі та сфери послуг.

### 3. Очікувані результати навчання

В процесі опанування даної дисципліни здобувач вищої освіти набуває наступних **професійних компетенцій**:

→**загальних**:

- ЗК-3 – навички використання інформаційних та комунікаційних технологій;
- ЗК-6 – здатності генерувати нові ідеї (креативність);

→**спеціальних (фахових)**:

- СК-1 – здатності обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій менеджменту, в тому числі у відповідності до визначених цілей та міжнародних стандартів;
- СК-7 – здатності розробляти проекти, управляти ними, виявляти ініціативу та підприємливість;
- СК-10 – здатності до управління організацією та її розвитком.

Основними **програмними результатами** навчання є:

- Р4 – обґрунтовувати та управляти проектами, генерувати підприємницькі ідеї;
- Р5 – планувати діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах;
- Р6 – мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень в непередбачуваних умовах, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність;
- Р8 - застосовувати спеціалізоване програмне забезпечення та інформаційні системи для вирішення задач управління організацією;

- спеціалізованим концептуальним знанням, набутим у процесі навчання та/або професійної діяльності на рівні новітніх досягнень, які є основою для оригінального мислення та інноваційної діяльності, зокрема в контексті дослідницької діяльності;

- критичному осмисленні проблем у навчанні та/або професійній діяльності та на межі предметних галузей,

- умінням розв'язувати складні задачі і проблеми, що потребують оновлення та інтеграції знань, часто в умовах неповної/недостатньої інформації та суперечливих вимог;

- умінням провадження дослідницької та/або інноваційної діяльності,

*комунікаціям:*

- з зрозумілого і недвозначного донесення власних висновків, а також знань та пояснень, що їх обґрунтовують, до фахівців і нефахівців, зокрема до осіб, які навчаються;

автономіям та відповідальностям за:

- здатність до подальшого навчання, яке значною мірою автономне та самостійне.

**При цьому здобувачі вищої освіти повинні:**

**знати:**

- основні поняття та терміни, якими оперує галузь;
- особливості управління інноваціями в торгівлі та сфері послуг;
- функції і методи інноваційного менеджменту в торгівлі та сфері послуг;
- зміст, підходи до розробки, сильні і слабкі сторони основних інноваційних політик підприємств торгівлі та сфери послуг;
- стратегію використання людського потенціалу як ключового ресурсу підприємств торгівлі та сфери послуг;
- порядок здійснення інноваційних змін підприємствами торгівлі та сфери послуг,

**вміти:**

- аналізувати результати діяльності підприємств торгівлі та сфери послуг, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища;
- аналізувати й структурувати проблеми підприємств торгівлі та сфери послуг, здійснювати пошук, збирання та аналіз інформації, розраховувати показники для обґрунтування управлінських рішень;
- виявляти пріоритети розвитку підприємств торгівлі та сфери послуг;
- виявляти можливості та джерела інноваційного розвитку підприємств торгівлі та сфери послуг;
- проводити експертизу інноваційних проектів підприємств торгівлі та сфери послуг;
- визначати ризики інноваційної діяльності в торгівлі та сфері послуг;
- формувати портфель інновацій підприємств торгівлі та сфери послуг;
- планувати інноваційну політику підприємств торгівлі та сфери послуг;
- розраховувати ефективність інноваційної політики підприємств торгівлі та сфери послуг.

#### **4. Програма навчальної дисципліни**

### **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. Особливості інновацій в торгівлі та сфері послуг**

#### ***Тема 1.1. Вступ до курсу. Стратегія і тактика оновлення підприємств торгівлі та сфери послуг***

Вступ до курсу: мета, завдання, об'єкт та предмет курсу. Зв'язок з іншими навчальними дисциплінами. Економічна сутність оновлення, роль інновацій в розвитку підприємств торгівлі та сфери послуг. Ефект від впровадження інновацій. Основні фактори, які визначають обсяг інноваційного попиту. Класифікація видів інновацій в сфері торгівлі та послуг.

#### ***Тема 1.2. Інноваційні процеси в торгівлі та сфері послуг***

Глобалізація економіки і її вплив на розвиток торгівлі та сфери послуг. Вплив політичної, економічної і соціальної сфер на інноваційні процеси в торгівлі та сфері послуг. Інноваційні процеси в просуванні і комерціалізації

товарів та послуг. Роль Всесвітньої торгівельної організації в поширенні інновацій. Практика нової торгівлі. Принципи стійкого розвитку туризму.

### ***Тема 1.3. Вплив науково-технічного прогресу на розвиток торгівлі та сфери послуг***

Інноваційні процеси в торгівлі та сфері послуг. Тенденції розвитку. Розвиток застосувань інформаційних технологій у виробничі процеси в торгівлі та сфері послуг. Інноваційні процеси на транспорті та в засобах розміщення. Тенденції розвитку авіаційного транспорту. Залізничний транспорт. Розвиток морських круїзів. Інновації в готельному бізнесі. Глобальні розподільчі системи. Використання інформаційних технологій в туризмі.

### ***Тема 1.4. Електронна комерція: порівняльний аналіз з традиційною торгівлею***

Використання інформаційних технологій в торгівлі. Традиційна та електронна комерція: особливості, переваги, недоліки, порівняльний аналіз.

## **ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ №2. Товарна політика та політика надання послуг підприємствами торгівлі та сфери послуг**

### ***Тема 2.1. Товарна політика та політика надання послуг підприємств торгівлі та сфери послуг як складова їх інноваційної політики***

Сутність товарної політики та політики надання послуг підприємств торгівлі та сфери послуг. Управління товарним асортиментом та асортиментом послуг. Конкурентоспроможність товарів та послуг.

### ***Тема 2.2. Управління інноваційним розвитком підприємств торгівлі та сфери послуг***

Теоретичні засади інноваційного розвитку підприємств торгівлі та сфери послуг. Сутність категорійних понять сфери інноваційного розвитку в торгівлі та сфері послуг. Особливості управління інноваційним розвитком в сферах торгівлі та послуг. Особливості динаміки розвитку світового туризму. Особливості класифікації інновацій в туристичній сфері.

### ***Тема 2.3. Інноваційні політики розвитку підприємств торгівлі та сфери послуг***

Критерії визначення „новизни” нових товарів. Сутність стратегічного управління підприємствами торгівлі та сфери послуг. Взаємозв'язок інноваційної політики підприємств торгівлі і сфери послуг з життєвим циклом товарів. Напрямки інноваційної політики підприємств торгівлі та сфери послуг. Стратегії диверсифікації нових товарів та послуг. Ступені ризику інноваційних стратегій підприємств торгівлі та сфери послуг.

## ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ №3. Маркетинг товарно-інноваційної політики підприємств торгівлі та сфери послуг

### *Тема 3.1. Маркетингові принципи управління товарно-інноваційною політикою підприємств торгівлі та сфери послуг*

Маркетингові принципи і задачі управління товарно-інноваційною політикою. Основні етапи і процедури маркетингових досліджень в товарно-інноваційній політиці. Циклічний характер товарно-інноваційної політики. Соціальні основи і цілі міжнародної системи маркетингу інноваційних товарів і послуг. Функції управляючих інноваційним маркетингом.

### *Тема 3.2. Ціноутворення на інноваційні товари та послуги на підприємствах торгівлі та сфери послуг*

Стратегії класичного ціноутворення. Стратегії встановлення цін на нові товари. Стратегії ціноутворення в рамках товарної номенклатури.

### *Тема 3.3. Планування і прогноз результатів інноваційної діяльності підприємств торгівлі та сфери послуг*

Прогнозування інновацій і його роль у діяльності підприємств торгівлі та сфері послуг. Суть і принципи планування інновацій підприємствами торгівлі та сфери послуг. Визначення інноваційного ризику в торгівлі та сфері послуг. Методи оцінки інноваційного ризику в торгівлі та сфері послуг. Способи зниження інноваційного ризику в торгівлі та сфері послуг.

## 5. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	Усього	у тому числі					Усього	у тому числі				
		Л.	П.	Лаб.	Інд.	С. р.		Л.	П.	Лаб.	Інд.	С. р.
Змістовий модуль №1. Особливості інновацій в торгівлі та сфері послуг												
1.1. Вступ до курсу. Стратегія і тактика оновлення підприємств торгівлі та сфери послуг	12	2	2	-	-	8	12	2	-	-	-	10
1.2. Інноваційні процеси в торгівлі та сфері послуг	12	2	2	-	-	8	12	-	2	-	-	10
1.3. Вплив науково-технічного прогресу на розвиток торгівлі та сфери послуг	12	2	2	-	-	8	12	2	-	-	-	10

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	Усього	у тому числі					Усього	у тому числі				
		Л.	П.	Лаб.	Інд.	С. р.		Л.	П.	Лаб.	Інд.	С. р.
1.4.Електронна комерція: порівняльний аналіз з традиційною торгівлею	12	2	2	-	-	8	12	-	2	-	-	10
Разом за змістовим модулем 1	48	8	8	-	-	32	48	4	4	-	-	40
Змістовий модуль №2. Товарна політика та політика надання послуг підприємствами торгівлі та сфери послуг												
2.1.Товарна політика та політика надання послуг підприємств торгівлі та сфери послуг як складова їх інноваційної політики	12	2	2	-	-	8	12	2	-	-	-	10
2.2.Управління інноваційним розвитком підприємств торгівлі та сфери послуг	12	2	2	-	-	8	12	-	2	-	-	10
2.3.Інноваційні політики розвитку підприємств торгівлі та сфери послуг	12	2	2	-	-	8	12	-	-	-	-	12
Разом за змістовим модулем 2	36	6	6	-	-	24	36	2	2	-	-	32
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ №3. Маркетинг товарно-інноваційної політики підприємств торгівлі та сфери послуг												
3.1.Маркетингові принципи управління товарно-інноваційною політикою підприємств торгівлі та сфери послуг	12	2	2	-	-	8	12	2	-	-	-	10
3.2.Ціноутворення на інноваційні товари та послуги на підприємствах торгівлі та сфери послуг	12	2	2	-	-	8	12	-	2	-	-	10
3.3.Планування і прогноз результатів інноваційної діяльності підприємств торгівлі та сфери послуг	12	2	2	-	-	8	12	-	-	-	-	12



Назви змістових модулів і тем	Кількість годин											
	денна форма						заочна форма					
	Усього	у тому числі					Усього	у тому числі				
		Л.	П.	Лаб.	Інд.	С. р.		Л.	П.	Лаб.	Інд.	С. р.
Разом за змістовим модулем 3	36	6	6	-	-	24	36	2	2	-	-	32
Усього годин	120	20	20	-	-	80	120	8	8	-	-	104

## 6. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість, год.
<b>Змістовий модуль №1. Особливості інновацій в торгівлі та сфері послуг</b>		
1.1	Вступ до курсу. Стратегія і тактика оновлення підприємств торгівлі та сфери послуг	2
1.2	Інноваційні процеси в торгівлі та сфері послуг	2
1.3	Вплив науково-технічного прогресу на розвиток торгівлі та сфери послуг	2
1.4	Електронна комерція: порівняльний аналіз з традиційною торгівлею	2
<b>Змістовий модуль №2. Товарна політика та політика надання послуг підприємствами торгівлі та сфери послуг</b>		
2.1	Товарна політика та політика надання послуг підприємств торгівлі та сфери послуг як складова їх інноваційної політики	2
2.2	Управління інноваційним розвитком підприємств торгівлі та сфери послуг	2
2.3	Інноваційні політики розвитку підприємств торгівлі та сфери послуг	2
<b>Змістовий модуль №3. Маркетинг товарно-інноваційної політики підприємств торгівлі та сфери послуг</b>		
3.1	Маркетингові принципи управління товарно-інноваційною політикою підприємств торгівлі та сфери послуг	2
3.2	Ціноутворення на інноваційні товари та послуги на підприємствах торгівлі та сфери послуг	2
3.3	Планування і прогноз результатів інноваційної діяльності підприємств торгівлі та сфери послуг	2
Всього		20

## 7. Самостійна робота

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1	Вступ до курсу. Стратегія і тактика оновлення підприємств торгівлі та сфери послуг	8
2	Інноваційні процеси в торгівлі та сфері послуг	8
3	Вплив науково-технічного прогресу на розвиток торгівлі та сфери послуг	8
4	Електронна комерція: порівняльний аналіз з традиційною торгівлею	8
5	Товарна політика та політика надання послуг підприємств торгівлі та сфери послуг як складова їх інноваційної політики	8
6	Управління інноваційним розвитком підприємств торгівлі та сфери послуг	8
7	Інноваційні політики розвитку підприємств торгівлі та сфери послуг	8
8	Маркетингові принципи управління товарно-інноваційною політикою підприємств торгівлі та сфери послуг	8
9	Ціноутворення на інноваційні товари та послуги на підприємствах торгівлі та сфери послуг	8
10	Планування і прогноз результатів інноваційної діяльності підприємств торгівлі та сфери послуг	8
Всього		80

## 8. Методи навчання

Під час вивчення дисципліни „Управління інноваціями підприємствами торгівлі та сфери послуг” використовуються такі методи навчання:

МН1 – словесний метод (лекція, дискусія, виступи, співбесіда тощо);

МН2 – практичний метод (практичні заняття, бізнес-кейси);

МН3 – наочний метод (метод ілюстрацій, метод демонстрацій, екскурсії на підприємства торгівлі);

МН4 – робота з навчально-методичною літературою (тезування, анотування, складання доповіді);

МН5 – відеометод у поєднанні з новітніми інформаційними технологіями та комп’ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);

МН6 – самостійна робота (розв’язання завдань).

## 9. Методи оцінювання результатів навчання

Під час вивчення дисципліни „Управління інноваціями підприємствами торгівлі та сфери послуг” використовуються такі методи оцінювання:

МО2 – усне та письмове опитування

МО4 – тестування;

МО5 – командні проекти;

- МО6 – реферати, есе;  
 МО7 – презентації результатів виконаних завдань та досліджень;  
 МО8 – презентації та виступи на наукових заходах;  
 МО9 – захист практичних робіт;  
 МО10 – залік.

### 10. Засоби діагностики результатів навчання

Засобами оцінювання та методами демонстрування результатів під час вивчення дисципліни „Управління інноваціями підприємствами торгівлі та сфери послуг” є:

- усне опитування;
- тестовий контроль знань;
- модульні контрольні роботи;
- реферати та презентації за результатами їх виконання;
- ситуаційні завдання;
- захист звітів за результатами виконання практичних занять;
- залік.

### 11. Критерії оцінювання результатів навчання

Головною передбаченою формою підсумкового контролю є залік. Курс орієнтований на бальну систему оцінки.

Мінімальний рівень оцінки – 60 балів. Максимальна кількість балів становить 100, що розподілені за видами робіт наступним чином:

#### Критерії оцінювання результатів навчання

№ з/п	Вид роботи	Кількість балів	Розрахунок	Максимальна сума балів
1	Робота під час лекційних занять	1,0	$1,0 \cdot 10 = 10$	10
2	Перевірка готовності студента до практичного заняття	3,0	$3,0 \cdot 10 = 30$	30
3	Активна робота під час практичних занять	3,0	$3,0 \cdot 10 = 30$	30
5	Модульні контрольні роботи	10,0	$10,0 \cdot 3 = 30$	30
Всього				100

### Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проєкту (роботи), практики	для заліку
90–100	A	відмінно	зараховано
82–89	B	добре	
74–81	C		
64–73	D	задовільно	
60–63	E		
35–59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	незараховано з можливістю повторного складання
0–34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	незараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

### 12. Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Модуль 1 - поточне оцінювання										Сума
Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2			Змістовий модуль 3			
T1.1	T1.2	T1.3	T1.4	T2.1	T2.2	T2.3	T2.4	T2.5	T2.6	
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	70
Модульний контроль - 10				Модульний контроль - 10			Модульний контроль - 10			30
Всього										100

### 13. Методичне забезпечення

Методичне забезпечення навчальної дисципліни „Управління інноваціями підприємствами торгівлі та сфери послуг” включає:

1. Управління інноваціями підприємствами торгівлі та сфери послуг: метод. вказівки до виконання індивідуального завдання для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 073 „Менеджмент” галузі знань 07 „Управління та адміністрування” / уклад.: Б.М.Берташ; Рівнен. держ. гуманіт. ун-т. – Рівне: РДГУ, 2021.– 28 с.

2. Управління інноваціями підприємствами торгівлі та сфери послуг: методичні вказівки до самостійного вивчення дисципліни для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня галузі знань 07 „Управління та адміністрування” спеціальності 073 „Менеджмент” денної та заочної форм навчання / Берташ Б.М. - Рівне: РДГУ, 2021. – 16 с.

3. Щесюк С.В. Технологія гостинності в сфері сільського зеленого туризму / С.В.Щесюк, Б.М.Берташ, Т.М.Микитин, В.І.Лашта // Навчальне видання. – Рівне: ГО „Рівненський центр маркетингових досліджень”, 2016. – 48 с.

### 14. Питання для підготовки до підсумкового контролю

1. Вступ до курсу „Управління інноваціями підприємствами торгівлі та сфери послуг”: мета, завдання, об'єкт та предмет дисципліни.

2. Зв'язок „Управління інноваціями підприємствами торгівлі та сфери послуг” з іншими навчальними дисциплінами.
3. Економічна сутність оновлення, роль інновацій в розвитку підприємств торгівлі та сфери послуг.
4. Класифікація видів інновацій в сфері торгівлі та послуг.
5. Глобалізація економіки і її вплив на розвиток торгівлі та сфери послуг.
6. Вплив політичної, економічної і соціальної сфер на інноваційні процеси в торгівлі та сфері послуг.
7. Інноваційні процеси в просуванні і комерціалізації товарів та послуг.
8. Роль Всесвітньої торговельної організації в поширенні інновацій.
9. Принципи стійкого розвитку туризму.
10. Тенденції розвитку торгівлі та сфері послуг.
11. Розвиток застосувань інформаційних технологій у виробничі процеси в торгівлі та сфері послуг.
12. Інноваційні процеси на транспорті та в засобах розміщення.
13. Інновації в готельному бізнесі.
14. Глобальні розподільчі системи.
15. Використання інформаційних технологій в туризмі.
16. Використання інформаційних технологій в торгівлі.
17. Особливості, переваги та недоліки електронної комерції.
18. Сутність товарної політики та політики надання послуг підприємств торгівлі та сфери послуг.
19. **Управління товарним асортиментом та асортиментом послуг.**
20. Теоретичні засади інноваційного розвитку підприємств торгівлі та сфери послуг.
21. Сутність категорійних понять сфери інноваційного розвитку в торгівлі та сфері послуг.
22. Особливості управління інноваційним розвитком в сферах торгівлі та послуг.
23. Особливості класифікації інновацій в туристичній сфері.
24. Критерії визначення „новизни” нових товарів.
25. Сутність стратегічного управління підприємствами торгівлі та сфери послуг.
26. Взаємозв'язок інноваційної політики підприємств торгівлі і сфери послуг з життєвим циклом товарів.
27. Напрямки інноваційної політики підприємств торгівлі та сфери послуг.
28. Стратегії диверсифікації нових товарів та послуг.
29. Ступені ризику інноваційних стратегій підприємств торгівлі та сфери послуг.
30. Маркетингові принципи і задачі управління товарно-інноваційною політикою.
31. Основні етапи і процедури маркетингових досліджень в товарно-інноваційній політиці.
32. Циклічний характер товарно-інноваційної політики.
33. Соціальні основи і цілі міжнародної системи маркетингу інноваційних товарів і послуг.
34. Функції управляючих інноваційним маркетингом.

35. Стратегії встановлення цін на нові товари.
36. Стратегії ціноутворення в рамках товарної номенклатури.
37. Прогнозування інновацій і його роль у діяльності підприємств торгівлі та сфері послуг.
38. Суть і принципи планування інновацій підприємствами торгівлі та сфери послуг.
39. Визначення інноваційного ризику в торгівлі та сфері послуг.
40. Способи зниження інноваційного ризику в торгівлі та сфері послуг.

## 15. Рекомендована література

### Основна

- 1 Азарян О.М. Роздрібна торгівля: розвиток та інновації [Текст]: монографія / О.М.Азарян, Л.Г.Саркісян, О.Б.Казакова. – Д.: ДонНУЕТ, 2012. – 375 с.
- 2 Використання інноваційних технологій в галузі туризму: монографія / Зайцева В.М., Гурова Д.Д., Корнієнко О.М., Кукліна Т.С., Журавльова С.М. – Запоріжжя: Дике Поле, 2015. – 144 с.
- 3 Гросул В.А. Управління розвитком торговельно-виробничого підприємства: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій: монографія / В.А.Гросул. – Х: ХДУХТ, 2009 - 371 с.
- 4 Давидова О. Особливості застосування інновацій у розвитку туристичної галузі України // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. — 2015. — № 7 (172). — С. 65—69.
- 5 Доценко М.С. Інновації в туризмі України // Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції "Сучасні тенденції розвитку туризму". — Ч. II. — Миколаїв: ВП "МФ КНУКІМ", 2015. — 145 с. — С. 31—34.
- 6 Зікій Л.Н. Інноваційна політика туристичних підприємств / Л.Н.Зікій // Туристичний, готельний і ресторанний бізнес: інновації та тренди [Електронне видання]: тези. Міжнар. наук.\_практ. конф. (Київ, 7 квіт. 2016 р.) / Відп. ред. А.А.Мазаракі. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 362 с. — Укр., рос. та англ. мовами. — С. 35—36.
- 7 Ілляшенко С.М. Товарна інноваційна політика: Підручник / С.М.Ілляшенко, Ю.С.Шипуліна. – Суми: ВТД „Університетська книга”, 2007. – 281 с.
- 8 Інновації в туризмі. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://onli.info/2010/07/16/innovacii-v-turizme/>.
- 9 Инновации в гостиничном сервисе – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.strategplann.ru/estatiw/innovatsii-v-gostinichnom-servise.html>.
- 10 Кравченко А.В., Костючик С.В. Аналіз інноваційного розвитку вітчизняних туристичних підприємств на ринку України / „Молодий вчений” №10 (50) жовтень, 2017 р. С. 922-926.
- 11 Мізюк Б.М. Особливості запровадження інновацій у туристичній індустрії / Б.М.Мізюк, Б.Я.Полотай // Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. - 2016. - Вип.51. - С.45-49.
- 12 Омелянович Л.О. Вплив інвестиційно-інноваційних процесів на фінансовий саморозвиток торговельних процесів: монографія / Л.О.Омелянович, О.В. Гладкова. – Д.:ДонНУЕТ, 2012 – 194 с.

- 13 Полонська Л.А. Інноваційна політика торгівельних підприємств: теорія та методологія. – Д.: ДонНУЕТ, 2009. – 221 с.
- 14 Стадник В.В. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. / В.В.Стадник, М.А.Йохна. – К.: Академвидав, 2006. – 464 с.
- 15 Технологии и тренинги продаж [Електронний ресурс] - Режим доступу: [http://101.com.ua/articles/tehnologii\\_i\\_trening\\_1359.html](http://101.com.ua/articles/tehnologii_i_trening_1359.html).
- 16 Чухрай Н. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві: підручник / Н.Чухрай, Р.Патора. – К.: КОНДОР, 2006. – 398 с.

### Додаткова

- 1 Апопій В.В. Організація торгівлі: підручник; 2-ге вид., перероб. та доп./ за ред. В.В.Апопія. – К.: Центр навчальної літератури, 2008. – 632 с.
- 2 Бакунов О.О. Систематизація класифікацій видів інновацій торговельного підприємства / О.О.Бакунов, М.С.Рошка // Торгівля і ринок України: зб. наук. пр. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2008. – Вип. 26, т. 2. – С. 86-92.
- 3 Блондо Є. Инновации в розничной торговле / Є.Блондо [Електронний ресурс] // Бизнес-журнал. – 2005. - №4 // Режим доступу: <http://offline.business-magazine.ru/2005/65/175009/page/2/>.
- 4 Бочаров В.В. Инвестиционный подход к управлению туристическим предприятием: Краткий курс. – СПб., 2002. – 160 с.
- 5 Быстрянец С., Кузнецова Г. Информационные технологии в рекламе туристского продукта // Конкуренция и рынок. – 2006. – № 2 (13). – С. 20–21.
- 6 Гладкова О.В. Інноваційно-інвестиційні процеси торговельних підприємств / О.В.Гладкова // Торгівля і ринок України. – 2008. – вип. 25. – С. 180-185.
- 7 Гости отелей сети Starwood смогут использовать iPhone в качестве ключа / ProHotelia гостиничный бизнес online [Електронний ресурс] — Режим доступу: [http://prohotelia.com.ua/2014/11/spg\\_keyless](http://prohotelia.com.ua/2014/11/spg_keyless).
- 8 Гросул В.А. Особливості формування функціональних стратегій у загальній стратегії розвитку торговельного підприємства / В.А.Гросул // Науковий вісник Державної академії статистики, обліку та аудиту. Київ, 2009. – №2. – С. 82-89.
- 9 Дідківська Л.І. Тенденції розвитку роздрібних торгівельних мереж та їх вплив на конкурентне середовище / Л.І.Дідківська // Актуальні проблеми економіки. – 2006. - № 8. – С. 119 – 125.
- 10 Должанський І.З. Диверсифікація товарної пропозиції торгового підприємства / Должанський І.З. // Проблемы повышения эффективности функционирования предприятий различных форм собственности: сб. науч. тр. - Т. 1 / НАН Украины. Ин-т экономики пром. - Донецк, 2009.-с. 86-99.
- 11 Должанський І.З. Розроблення системи стратегій управління конкурентним потенціалом торгівельної марки / І.З.Должанський // Вісник КНТЕУ - 2006.- №1 -С.79-85.
- 12 ДСТУ „Роздрібна, оптова торгівля. Основні поняття. Терміни і визначення” [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.uazakon.com/document/spart73/inx73450.htm>.

- 13 Крупський О.П. Концептуальні засади управління інноваційною діяльністю туристичних підприємств // Вісник Дніпропетровського університету. Сер.: Менеджмент інновацій. — 2015. — Вип. 4. — Т. 22. — С. 64—71.
- 14 Ордехівський М.В. Маркетингово-орієнтоване управління рекреаційними інноваційними підприємствами: монографія / М.В.Ордехівський. — Дрогобич:ДППУ, 2009 - 488 с.
- 15 Основные форматы розничной торговли [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://commercialproperty.ua/references/retail.php>.
- 16 Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс] - Режим доступу: // <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
- 17 Офіційний сайт Ліга-закон [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.liga.net/smi/show.html?id=129362>.
- 18 „Про інноваційну діяльність”. Закон України. Відомості Верховної Ради (ВВР), 2002, N 36, ст.266.
- 19 Рижкова Ю.О. Міжнародний досвід обстеження інновацій у сфері послуг / Ю.О.Рижкова // Проблеми науки. — 2008. - №11. — С.43-47.
- 20 Рошка М.С. Управління інноваційною діяльністю торговельного підприємства / М.С.Рошка // Вісник Хмельницького національного університету. — Хмельницький, 2009. - №4, т. 2. — С. 123-127.
- 21 Рошка М.С. Інноваційний розвиток торговельного підприємства: поняття та вибір напряму / М.С.Рошка, О.Ф.Веремейчик // Європейський вектор економічного розвитку: зб. наук. праць. — Дніпропетровський національний університет. — Дніпропетровськ, 2010. — Вип. 2. — С. 183-190.
- 22 Рошка М.С. Дослідження впливу інноваційної діяльності на підвищення конкурентоспроможності торговельного підприємства / М.С.Рошка // Торгівля і ринок України: зб. наук. пр. — Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. — Вип. 31, т. 1. — С. 50-58.
- 23 Рошка М.С. Методичний підхід до формування інноваційної стратегії торговельного підприємства / М.С.Рошка // Сталий розвиток економіки: Всеукраїнський науково-виробничий журнал. — Хмельницький національний університет, 2011. - №7.— С.152-158.
- 24 Щербань В.М. Товарна інноваційна політика: Навчальний посібник / В.М.Щербань, Л.Д.Козубенько. — К.: Кондор, 2006. — 400 с.

### **17. Інформаційні Інтернет-ресурси**

- 1 Інтернет-портал. URL: [www.management.com.ua](http://www.management.com.ua).
- 2 Навчальні матеріали онлайн. URL: [http://pidruchniki.com/1232101250418/marketing/tovarna\\_innovatsiyna\\_politika](http://pidruchniki.com/1232101250418/marketing/tovarna_innovatsiyna_politika).
- 3 Он-лайн бібліотека для студентів. URL: <https://www.twirpx.com/>.
- 4 Програма підтримки підприємництва „Будуй своє”. URL: <https://buduysvoe.com/>.
- 5 Сайт Верховної ради України. URL: <http://www.rada.com.ua>.



Робоча програма дисципліни „Управління інноваціями підприємств торгівлі та сфери послуг” перезатверджена без змін та доповнень (зі змінами та доповненнями) на 20\_\_-20\_\_ навчальний рік на засіданні кафедри менеджменту.

Розділ робочої програми навчальної дисципліни	Зміни і доповнення

Протокол від “\_\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_ року № \_\_\_  
 Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_  
 (підпис) (прізвище та ініціали)

Робочу програму схвалено навчально-методичною комісією факультету  
 Протокол від “\_\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_ року № \_\_\_  
 Голова навчально-методичної комісії \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_  
 (підпис) (прізвище та ініціали)

Робоча програма дисципліни „Управління інноваціями підприємств торгівлі та сфери послуг” перезатверджена без змін та доповнень (зі змінами та доповненнями) на 20\_\_-20\_\_ навчальний рік на засіданні кафедри менеджменту.

Розділ робочої програми навчальної дисципліни	Зміни і доповнення

Протокол від “\_\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_ року № \_\_\_  
 Завідувач кафедри \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_  
 (підпис) (прізвище та ініціали)

Робочу програму схвалено навчально-методичною комісією факультету  
 Протокол від “\_\_\_” \_\_\_\_\_ 20\_\_ року № \_\_\_  
 Голова навчально-методичної комісії \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_  
 (підпис) (прізвище та ініціали)

## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва дисципліни	<b>ВК 11.</b> Управління інноваціями підприємств торгівлі та сфери послуг
Загальна кількість кредитів та кількість годин для вивчення дисципліни	4 кредити / 120 год.
Вид підсумкового контролю	залік
Викладач (і)	Берташ Борис Миколайович
Профайл викладача (ів) на сайті кафедри, в соцмережі	<a href="https://cutt.ly/SQZxm1u">https://cutt.ly/SQZxm1u</a>
Е-mail викладача	boris.bertash@rshu.edu.ua
Посилання на освітній контент дисципліни в CMS Moodle (за наявності) або на іншому ресурсі	<a href="https://drive.google.com/drive/folders/1_mZ9ukHrhgTUvPcSaKhb-KOiazabs9bF?usp=sharing">https://drive.google.com/drive/folders/1_mZ9ukHrhgTUvPcSaKhb-KOiazabs9bF?usp=sharing</a>
Мова викладання	Українська
Консультації	За графіком, розміщеним за посиланням: <a href="https://cutt.ly/uQZCuAf">https://cutt.ly/uQZCuAf</a>

**ЦІЛІ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

**Мета:** оволодіння сучасним методичним інструментарієм, практичними навичками з ефективного управління інноваціями підприємствами торгівлі та сфери послуг.

**Завдання:**

- засвоєння теоретичних та практичних аспектів визначення необхідності впровадження інновацій підприємствами торгівлі та сфери послуг;
- ознайомлення здобувачів вищої освіти з новітньою теорією та сучасною практикою розробки і впровадження інновацій підприємствами торгівлі та сфери послуг;
- розвиток у здобувачів вищої освіти дослідницьких і організаторських здібностей та застосування методичних підходів для прогнозування ефективності впровадження інновацій підприємствами торгівлі та сфери послуг;
- формування умінь самостійного прийняття управлінських рішень щодо впровадження інновацій підприємствами торгівлі та сфери послуг.

В процесі опанування даної дисципліни здобувач вищої освіти набуває наступних **професійних компетенцій:**

**→загальних:**

- ЗК-3 – навички використання інформаційних та комунікаційних технологій;
- ЗК-6 – здатності генерувати нові ідеї (креативність);

**→спеціальних (фахових):**

- СК-1 – здатності обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій менеджменту, в тому числі у відповідності до визначених цілей та міжнародних стандартів;

- СК-7 – здатності розробляти проекти, управляти ними, виявляти ініціативу та підприємливість;
- СК-10 – здатності до управління організацією та її розвитком.

Основними **програмними результатами** навчання є:

- Р4 – обґрунтовувати та управляти проектами, генерувати підприємницькі ідеї;
- Р5 – планувати діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах;
- Р6 - мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень в непередбачуваних умовах, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність;
- Р8 - застосовувати спеціалізоване програмне забезпечення та інформаційні системи для вирішення задач управління організацією.

## **ПЕРЕДУМОВИ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ПРОГРАМНИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ ТА КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ**

*Ефективність засвоєння* змісту дисципліни „Управління інноваціями підприємств торгівлі та сфери послуг” значно підвищиться, якщо здобувач вищої освіти попередньо опанує матеріал таких дисциплін як менеджмент організацій та управління змінами.

*Мотивація* здобувачів вищої освіти здійснюється шляхом вирішення практичних кейсів, які демонструють необхідність вивчення дисципліни „Управління інноваціями підприємствами торгівлі та сфери послуг”.

*Спільна (групова) діяльність* забезпечується шляхом спільної роботи здобувачів вищої освіти над вирішенням ситуаційних завдань, пов’язаних із проблемними моментами управління інноваціями підприємствами торгівлі та сфери послуг.

*Самостійна діяльність здобувачів вищої освіти* забезпечується шляхом самостійного ознайомлення ними із чинним вітчизняним та міжнародним законодавством у сфері управління інноваціями підприємствами торгівлі та сфери послуг; самостійною підготовкою доповідей та презентацій, що висвітлюють проблемні моменти управління інноваціями підприємствами торгівлі та сфери послуг; проведенням наукових досліджень у сфері управління інноваціями підприємствами торгівлі та сфери послуг із подальшою підготовкою доповідей на науковій конференції.

## **ПЕРЕЛІК ТЕМ**

### *ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. Особливості інновацій в торгівлі та сфері послуг*

1.1. Вступ до курсу. Стратегія і тактика оновлення підприємств торгівлі та сфери послуг

1.2. Інноваційні процеси в торгівлі та сфері послуг

1.3. Вплив науково-технічного прогресу на розвиток торгівлі та сфери послуг

1.4. Електронна комерція: порівняльний аналіз з традиційною торгівлею

### *ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ №2. Товарна політика та політика надання послуг підприємствами торгівлі та сфери послуг*

2.1. Товарна політика та політика надання послуг підприємств торгівлі та сфери послуг як складова їх інноваційної політики

2.2. Управління інноваційним розвитком підприємств торгівлі та сфери послуг

2.3. Інноваційні політики розвитку підприємств торгівлі та сфери послуг  
**ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ №3. Маркетинг товарно-інноваційної політики підприємств торгівлі та сфери послуг**

3.1.Маркетингові принципи управління товарно-інноваційною політикою підприємств торгівлі та сфери послуг

3.2.Ціноутворення на інноваційні товари та послуги на підприємствах торгівлі та сфери послуг

3.3.Планування і прогноз результатів інноваційної діяльності підприємств торгівлі та сфери послуг

## РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА ТА ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

### Основна

- 1 Азарян О.М. Роздрібна торгівля: розвиток та інновації [Текст]: монографія / О.М.Азарян, Л.Г.Саркісян, О.Б.Казакова. – Д.: ДонНУЕТ, 2012. – 375 с.
- 2 Використання інноваційних технологій в галузі туризму: монографія / Зайцева В.М., Гурова Д.Д., Корнієнко О.М., Кукліна Т.С., Журавльова С.М. – Запоріжжя: Дике Поле, 2015. – 144 с.
- 3 Гросул В.А. Управління розвитком торговельно-виробничого підприємства: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій: монографія / В.А.Гросул. – Х: ХДУХТ, 2009 - 371 с.
- 4 Давидова О. Особливості застосування інновацій у розвитку туристичної галузі України // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. — 2015. — № 7 (172). — С. 65—69.
- 5 Доценко М.С. Інновації в туризмі України // Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції "Сучасні тенденції розвитку туризму". — Ч. II. — Миколаїв: ВП "МФ КНУКІМ", 2015. — 145 с. — С. 31—34.
- 6 Зікій Л.Н. Інноваційна політика туристичних підприємств / Л.Н.Зікій // Туристичний, готельний і ресторанний бізнес: інновації та тренди [Електронне видання]: тези. Міжнар. наук.\_практ. конф. (Київ, 7 квіт. 2016 р.) / Відп. ред. А.А.Мазаракі. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 362 с. — Укр., рос. та англ. мовами. — С. 35—36.
- 7 Ілляшенко С.М. Товарна інноваційна політика: Підручник / С.М.Ілляшенко, Ю.С.Шипуліна. – Суми: ВТД „Університетська книга”, 2007. – 281 с.
- 8 Інновації в туризмі. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://onli.info/2010/07/16/innovacii-v-turizme/>.
- 9 Инновации в гостиничном сервисе – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.strategplann.ru/estatiw/innovatsii-v-gostinichnom-servise.html>.
- 10 Кравченко А.В., Костючик С.В. Аналіз інноваційного розвитку вітчизняних туристичних підприємств на ринку України / „Молодий вчений” №10 (50) жовтень, 2017 р. С. 922-926.
- 11 Мізюк Б.М. Особливості запровадження інновацій у туристичній індустрії / Б.М.Мізюк, Б.Я.Полотай // Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. - 2016. - Вип.51. - С.45-49.
- 12 Омелянович Л.О. Вплив інвестиційно-інноваційних процесів на фінансовий саморозвиток торговельних процесів: монографія / Л.О.Омелянович, О.В. Гладкова. – Д.:ДонНУЕТ, 2012 – 194 с.

- 13 Полонська Л.А. Інноваційна політика торгівельних підприємств: теорія та методологія. – Д.: ДонНУЕТ, 2009. – 221 с.
- 14 Стадник В.В. Інноваційний менеджмент: навч. посіб. / В.В.Стадник, М.А.Йохна. – К.: Академвидав, 2006. – 464 с.
- 15 Технологии и тренинги продаж [Електронний ресурс] - Режим доступу: [http://101.com.ua/articles/tehnologii\\_i\\_trening\\_1359.html](http://101.com.ua/articles/tehnologii_i_trening_1359.html).
- 16 Чухрай Н. Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві: підручник / Н.Чухрай, Р.Патора. – К.: КОНДОР, 2006. – 398 с.

### Додаткова

1. Апопій В.В. Організація торгівлі: підручник; 2-ге вид., перероб. та доп./ за ред. В.В.Апопія. – К.: Центр навчальної літератури, 2008. – 632 с.
2. Бакунов О.О. Систематизація класифікацій видів інновацій торговельного підприємства / О.О.Бакунов, М.С.Рошка // Торгівля і ринок України: зб. наук. пр. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2008. – Вип. 26, т. 2. – С. 86-92.
3. Блондо Є. Інновации в розничной торговле / Є.Блондо [Електронний ресурс] // Бизнес-журнал. – 2005. - №4 // Режим доступу: <http://offline.business-magazine.ru/2005/65/175009/page/2/>.
4. Бочаров В.В. Инвестиционный подход к управлению туристическим предприятием: Краткий курс. – СПб., 2002. – 160 с.
5. Быстрянец С., Кузнецова Г. Информационные технологии в рекламе туристского продукта // Конкуренция и рынок. – 2006. – № 2 (13). – С. 20–21.
6. Гладкова О.В. Інноваційно-інвестиційні процеси торговельних підприємств / О.В.Гладкова // Торгівля і ринок України. – 2008. – вип. 25. – С. 180-185.
7. Гости отелей сети Starwood смогут использовать iPhone в качестве ключа / ProHotelia гостиничный бизнес online [Електронний ресурс] — Режим доступу: [http://prohotelia.com.ua/2014/11/spg\\_keyless](http://prohotelia.com.ua/2014/11/spg_keyless).
8. Гросул В.А. Особливості формування функціональних стратегій у загальній стратегії розвитку торговельного підприємства / В.А.Гросул // Науковий вісник Державної академії статистики, обліку та аудиту. Київ, 2009. – №2. – С. 82-89.
9. Дідківська Л.І. Тенденції розвитку роздрібних торгівельних мереж та їх вплив на конкурентне середовище / Л.І.Дідківська // Актуальні проблеми економіки. – 2006. - № 8. – С. 119 – 125.
10. Должанський І.З. Диверсифікація товарної пропозиції торгового підприємства / Должанський І.З. // Проблемы повышения эффективности функционирования предприятий различных форм собственности: сб. науч. тр. - Т. 1 / НАН Украины. Ин-т экономики пром. - Донецк, 2009.-с. 86-99.
11. Должанський І.З. Розроблення системи стратегій управління конкурентним потенціалом торгівельної марки / І.З.Должанський // Вісник КНТЕУ - 2006.- №1 -С.79-85.
12. ДСТУ „Роздрібна, оптова торгівля. Основні поняття. Терміни і визначення” [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.uazakon.com/document/spart73/inx73450.htm>.

13. Крупський О.П. Концептуальні засади управління інноваційною діяльністю туристичних підприємств // Вісник Дніпропетровського університету. Сер.: Менеджмент інновацій. — 2015. — Вип. 4. — Т. 22. — С. 64—71.
14. Ордехівський М.В. Маркетингово-орієнтоване управління рекреаційними інноваційними підприємствами: монографія / М.В.Ордехівський. — Дрогобич:ДППУ, 2009 - 488 с.
15. Основные форматы розничной торговли [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://commercialproperty.ua/references/retail.php>.
16. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс] - Режим доступу: // <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
17. Офіційний сайт Ліга-закон [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.liga.net/smi/show.html?id=129362>.
18. „Про інноваційну діяльність”. Закон України. Відомості Верховної Ради (ВВР), 2002, N 36, ст.266.
19. Рижкова Ю.О. Міжнародний досвід обстеження інновацій у сфері послуг / Ю.О.Рижкова // Проблеми науки. — 2008. - №11. — С.43-47.
20. Рошка М.С. Управління інноваційною діяльністю торговельного підприємства / М.С.Рошка // Вісник Хмельницького національного університету. — Хмельницький, 2009. - №4, т. 2. — С. 123-127.
21. Рошка М.С. Інноваційний розвиток торговельного підприємства: поняття та вибір напрямку / М.С.Рошка, О.Ф.Веремейчик // Європейський вектор економічного розвитку: зб. наук. праць. — Дніпропетровський національний університет. — Дніпропетровськ, 2010. — Вип. 2. — С. 183-190.
22. Рошка М.С. Дослідження впливу інноваційної діяльності на підвищення конкурентоспроможності торговельного підприємства / М.С.Рошка // Торгівля і ринок України: зб. наук. пр. — Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. — Вип. 31, т. 1. — С. 50-58.
23. Рошка М.С. Методичний підхід до формування інноваційної стратегії торговельного підприємства / М.С.Рошка // Сталий розвиток економіки: Всеукраїнський науково-виробничий журнал. — Хмельницький національний університет, 2011. - №7.— С.152-158.
24. Щербань В.М. Товарна інноваційна політика: Навчальний посібник / В.М.Щербань, Л.Д.Козубенько. — К.: Кондор, 2006. — 400 с.

#### **Посилання на сайти**

- 1 Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України. URL: <http://smida.gov.ua>.
- 2 Державна служба статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>.
- 3 Інтернет-портал. URL: [www.management.com.ua](http://www.management.com.ua).
- 4 Навчальні матеріали онлайн. URL: [http://pidruchniki.com/1232101250418/marketing/tovarna\\_innovatsiyna\\_politika](http://pidruchniki.com/1232101250418/marketing/tovarna_innovatsiyna_politika).
- 5 Он-лайн бібліотека для студентів. URL: <https://www.twirpx.com/>.
- 6 Програма підтримки підприємництва „Будуй своє”. URL: <https://buduysvoe.com/>.
- 7 Сайт Верховної ради України. URL: <http://www.rada.gov.ua>.

## ТЕХНІЧНЕ Й ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ /ОБЛАДНАННЯ

Ноутбук, персональний комп'ютер, мобільний пристрій (телефон, планшет) з підключенням до Інтернету для:

- комунікації та опитувань;
- виконання домашніх завдань;
- виконання завдань самостійної роботи;
- проходження тестування (поточний, модульний, підсумковий контроль).

### ВИДИ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ І ОЦІНЮВАННЯ

Код компетентності (згідно ОПП)	Назва компетентності	Код програмного результату навчання	Назва програмного результату навчання	Методи навчання	Методи оцінювання результатів навчання
ЗК-3	Навички використання інформаційних та комунікаційних технологій	P7	Організувати та здійснювати ефективні комунікації середині колективу, з представниками різних професійних груп та в міжнародному контексті	МН1, МН2, МН3, МН4, МН5, МН6	МО2, МО4, МО5, МО6, МО7, МО8, МО9, МО10
ЗК-6	Здатність генерувати нові ідеї (креативність)	P4	Обґрунтовувати та управляти проєктами, генерувати підприємницькі ідеї	МН1, МН2, МН3, МН4, МН5, МН6	МО2, МО4, МО5, МО6, МО7, МО8, МО9, МО10
		P5	Планувати діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах		
		P6	мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень в непередбачуваних умовах, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність		
СК1	Здатність обирати та використовувати концепції, методи та інструментарій менеджменту, в тому числі у відповідності до визначених цілей та міжнародних стандартів	P6	мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень в непередбачуваних умовах, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність	МН1, МН2, МН3, МН4, МН5, МН6	МО2, МО4, МО5, МО6, МО7, МО8, МО9, МО10
СК7	Здатність розробляти проєкти, управляти ними, виявляти ініціативу та підприємливість	P4	Обґрунтовувати та управляти проєктом, генерувати підприємницькі ідеї	МН1, МН2, МН3, МН4, МН5, МН6	МО2, МО4, МО5, МО6, МО7, МО8, МО9, МО10
		P5	Планувати діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах		
СК10	Здатність управляти організацією та її розвитком	P5	Планувати діяльність організації в стратегічному та тактичному розрізах	МН1, МН2, МН3, МН4, МН5, МН6	МО2, МО4, МО5, МО6, МО7, МО8, МО9, МО10
		P6	мати навички прийняття, обґрунтування та забезпечення реалізації управлінських рішень в		

Код компетентності (згідно ОПП)	Назва компетентності	Код програмного результату навчання	Назва програмного результату навчання	Методи навчання	Методи оцінювання результатів навчання
			непередбачуваних умовах, враховуючи вимоги чинного законодавства, етичні міркування та соціальну відповідальність		

### МЕТОДИ НАВЧАННЯ

Під час вивчення дисципліни „Управління інноваціями підприємствами торгівлі та сфери послуг” використовуються такі методи навчання:

МН1 – словесний метод (лекція, дискусія, виступи, співбесіда тощо);

МН2 – практичний метод (практичні заняття);

МН3 – наочний метод (метод ілюстрацій, метод демонстрацій, екскурсії на підприємства);

МН4 – робота з навчально-методичною літературою (тезування, анотування, складання доповіді);

МН5 – відеометод у поєднанні з новітніми інформаційними технологіями та комп’ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);

МН6 – самостійна робота (розв’язання завдань).

### МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Під час вивчення дисципліни „Управління інноваціями підприємствами торгівлі та сфери послуг” використовуються такі методи оцінювання:

МО2 – усне та письмове опитування

МО4 – тестування;

МО5 – командні проекти;

МО6 – реферати, есе;

МО7 – презентації результатів виконаних завдань та досліджень;

МО8 – презентації та виступи на наукових заходах;

МО9 – захист практичних робіт;

МО10 – залік.

### РОЗПОДІЛ БАЛІВ, ЯКІ ОТРИМУЮТЬ ЗДОБУВАЧІ ВИЩОЇ ОСВІТИ ПРИ ВИВЧЕННІ ДИСЦИПЛІНИ „УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЯМИ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ ТА СФЕРИ ПОСЛУГ”

Модуль 1 - поточне оцінювання										Сума
Змістовий модуль 1				Змістовий модуль 2			Змістовий модуль 3			
T1.1	T1.2	T1.3	T1.4	T2.1	T2.2	T2.3	T2.4	T2.5	T2.6	
7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	70
Модульний контроль - 10				Модульний контроль - 10			Модульний контроль - 10			30
Всього										100

### СИСТЕМА ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ У РІВНЕНСЬКОМУ ДЕРЖАВНОМУ ГУМАНІТАРНОМУ УНІВЕРСИТЕТІ

Еквівалент оцінки в балах для кожної окремої теми / виду діяльності може



бути різний, загальну суму балів за тему визначено в розподілі балів, які отримують здобувачі вищої освіти при вивченні дисципліни.

Результат освітньої діяльності здобувача вищої освіти оцінюється відповідно до Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти РДГУ за такими рівнями та критеріями:

Суми балів за 100-бальною шкалою	Оцінка в ЕКТС	Значення оцінки ЕКТС	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка за національною шкалою	
					Екзамен	залік
90-100	A	відмінно	здобувач вищої освіти виявляє особливі творчі здібності, вміє самостійно здобувати знання, без допомоги викладача знаходить і опрацьовує необхідну інформацію, вміє використовувати набуті знання і вміння для прийняття рішень у нестандартних ситуаціях, переконливо аргументує відповіді, самостійно розкриває власні здібності	Високий (творчий)	Відмінно	зараховано
82-89	B	дуже добре	здобувач вищої освіти вільно володіє теоретичним матеріалом, застосовує його на практиці, вільно розв'язує вправи і задачі у стандартних ситуаціях, самостійно виправляє допущені помилки, кількість яких незначна	Достатній (конструктивно-варіативний)	добре	
74-81	C	добре	здобувач вищої освіти вміє зіставляти, узагальнювати, систематизувати інформацію під керівництвом викладача, ага-лом самостійно застосовувати її на практиці; контролювати власну діяльність; виправляти помилки, з-поміж яких є суттєві, добирати аргументи для підтвердження думок			
64-73	D	задовільно	здобувач вищої освіти відтворює значну частину теоретичного матеріалу, виявляє знання і розуміння основних положень, за допомогою викладача може аналізувати навчальний матеріал, виправляти помилки, з-поміж яких є значна кількість суттєвих	Середній (репродуктивний)	задовільно	
60-63	E	достатньо	здобувач вищої освіти володіє навчальним матеріалом на рівні, вищому за початковий, значну частину його відтворює на репродуктивному рівні			
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання семестрового контролю	здобувач вищої освіти володіє матеріалом на рівні окремих фрагментів, що становлять незначну частину навчального матеріалу	Низький (рецептивно-продуктивний)	незадовільно	не зараховано
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	здобувач вищої освіти володіє матеріалом на рівні елементарного розпізнання і відтворення окремих фактів, елементів, об'єктів	Низький (рецептивно-продуктивний)	незадовільно	не зараховано

Підсумкова (загальна) оцінка з навчальної дисципліни „Управління інноваціями підприємствами торгівлі та сфери послуг” є сумою рейтингових оцінок (балів), одержаних за окремі оцінювані форми навчальної діяльності: поточне та підсумкове оцінювання рівня засвоєння теоретичного матеріалу під час аудиторних занять та самостійної роботи (модульний контроль); оцінка (бали) за виконання ситуаційних завдань; оцінка (бали) за практичну діяльність; оцінка (бали) за участь у наукових конференціях, олімпіадах, підготовку наукових публікацій тощо.

Залік з дисципліни „Управління інноваціями підприємствами торгівлі та сфери послуг” виставляється за результатами поточного модульного контролю. Здобувачам вищої освіти надається право підвищувати свій рейтинг лише після завершення вивчення навчальної дисципліни.

### **ПОЛІТИКА ДИСЦИПЛІНИ**

Під час організації освітнього процесу здобувачі вищої освіти, викладачі, методисти та адміністрація діють відповідно до: Положення про організацію освітнього процесу у РДГУ, Положення про академічну доброчесність, Положення про оцінювання знань і умінь здобувачів вищої освіти, Положення про практики, Положення про внутрішнє забезпечення якості освіти.

Кожен викладач ставить здобувачам вищої освіти систему вимог та правил поведінки здобувачів вищої освіти на заняттях, доводить до їх відома методичні рекомендації щодо виконання різних видів робіт. При цьому обов’язково враховуються присутність на заняттях та активність під час практичного заняття; недопустимість пропусків та запізень на заняття; користування мобільним телефоном, планшетом чи іншими мобільними пристроями під час заняття; несвоєчасне виконання поставленого завдання і т. ін.

### **ПОЛІТИКА ДОБРОЧЕСНОСТІ**

Здобувач вищої освіти, виконуючи самостійну або індивідуальну роботу, повинен дотримуватись політики доброчесності. У разі наявності плагіату в будь-яких видах робіт здобувача вищої освіти він отримує незадовільну оцінку і повинен повторно виконати завдання, які передбачені у силабусі.