

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
ПОДІЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Навчально-науковий інститут бізнесу і фінансів**

Кафедра економіки, підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

**МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
ДО ВИКОНАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ
З НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«ТОВАРНА ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА»**

для здобувачів денної та дистанційної (заочної) форм навчання
освітнього ступеня «Магістр» спеціальності
076 «Підприємництво та торгівля»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

Волощук К.Б., Волощук В.Р.

Методичні рекомендації до виконання курсової роботи з навчальної дисципліни «Товарна інноваційна політика» для студентів денної та дистанційної (заочної) форм навчання освітнього ступеня «магістр» за спеціальністю 076 «Підприємництво та торгівля». Укладачі: д-р екон. наук, професор Волощук К.Б. та д-р екон. наук, доцент Волощук В.Р.. Кам.-Под.: ЗВО «Подільський державний університет», 2024. 40 с. 1,7 д.а.

Рецензенти:

Вініченко Ігор Іванович - д-р екон. наук, проф., завідувач кафедри економіки (Дніпровський державний аграрно-економічний університет)

Рудик Володимир Касянович - д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування (ЗВО «Подільський державний університет»).

Затверджено на засіданні Методичної комісії Навчально-наукового інституту бізнесу і фінансів Закладу вищої освіти «Подільський державний університет» протокол № від “13” травня 2024 р.

*Рекомендовано до друку науково-методичною радою
Закладу вищої освіти «Подільський державний університет»:
протокол № від “28” травня 2024 р.*

Методичні рекомендації до виконання курсової роботи з навчальної дисципліни «Товарна інноваційна політика» для студентів денної та дистанційної (заочної) форм навчання для здобуття освітнього ступеня «магістр» за спеціальністю 076 «Підприємництво та торгівля». Розглянуто зміст примірного плану курсової роботи та детально описано методику її виконання. Представлено рекомендації до написання кожного розділу, рекомендації до оформлення зі зразками документів, відомості щодо контролю. Подано перелік тем курсових робіт, список рекомендованої літератури. Рекомендації орієнтовано на активізацію виконавчого етапу навчальної діяльності студентів.

© Волощук К.Б., Волощук В.Р., 2024

© ЗВО «Подільський державний університет», 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
1. ЕТАПИ ВИКОНАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ.....	7
2. ТЕМИ, СТРУКТУРА ТА ЗМІСТ КУРСОВОЇ РОБОТИ.....	10
3. МЕТОДИКА ВИКОНАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ.....	22
4. ВИМОГИ ДО НАПИСАННЯ ТА ОФОРМЛЕННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ.....	33
5. ЗАХИСТ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ.....	36
6. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ.....	39
7. ДОДАТКИ.....	42

ВСТУП

При вивченні дисциплін професійної підготовки важливе значення має виконання курсової роботи. Вона призначена для студентів другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» і завершує вивчення цих курсів.

Метою виконання курсової роботи є: закріпити та поглибити теоретичні знання, отримані при вивченні дисципліни; використовувати отримані теоретичні знання при вирішенні конкретних практичних завдань; формувати у студентів уміння і навички застосування методів та інструментарію для обґрунтування економічно ефективних управлінських рішень.

Основними *завданнями* написання курсової роботи є навчити студентів:

- самостійно здійснювати пошук нормативно-правової, наукової та навчально-методичної літератури, аналізувати її та робити власні висновки;
- на прикладі конкретного підприємства виконувати розрахунки ключових параметрів діяльності підприємства, виявляти закономірності його розвитку;
- аналізувати фінансовий стан підприємства, розробляти рішення щодо управління прибутком, формувати структуру капіталу;
- розробляти й удосконалювати методичний інструментарій діагностики;
- економічно обґрунтовувати доцільність управлінських рішень стратегічного й оперативного характеру;
- вміти формувати бізнес-процеси для підприємств;
- застосовувати методичний та прикладний інструментарій для їх представлення та моделювання;
- готувати доповідь та наочні матеріали, що передають основний зміст роботи і пропозиції автора з подальшим публічним їх захистом.

Виконання курсової роботи орієнтує студентів на: вивчення системних характеристик економічного управління підприємством; оволодіння найпоширеніших технологій економічного управління підприємством; набуття вмінь використовувати методи та інструменти фінансового менеджменту для управлінських рішень.

Студент повинен продемонструвати *вміння*:

- аналізувати наукову літературу, статистичні дані, а також джерела Інтернет-ресурсів;
- самостійно проводити аналіз досліджуваної проблеми, використовуючи різні методики;
- розробляти чіткі пропозиції та механізм вирішення досліджуваної проблеми;
- робити висновки та узагальнення.

Особливо важливим є вміння студента виокремити головні аспекти, чітко та систематизовано викласти матеріал, дотримуючись структури роботи.

Курсова робота забезпечує у студентів **Інтегральної** загальних (ЗК) та спеціальних (фахових) компетентностей, програмних **результатів вивчення дисципліни які** відповідають Стандарту вищої освіти для другого (магістерського) рівня галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»:

Вивчення дисципліни дає можливість набути знань, вмінь та навичок, які включають формування системних знань з теорії маркетингових товарних інновацій і практичних навичок управління товарною інноваційною політикою підприємства.

Згідно з вимогами освітньої програми здобувачі другого рівня вищої освіти мають здобути **компетентності**:

Інтегральна: Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми у галузі підприємництва, торгівлі та/або біржової діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій за невизначених умов і вимог.

Загальні:

Згідно з вимогами освітньої програми студенти мають здобути компетентності:

Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.

Спеціальні:

Здатність розробляти та реалізовувати стратегію розвитку підприємницьких, торговельних та/або біржових структур.

Здатність проводити оцінювання продукції, товарів і послуг в підприємницькій, торговельній та/або біржовій діяльності

Здатність до ефективного управління діяльністю суб'єктів господарювання в сфері підприємництва, торгівлі та/або біржової діяльності.

Здатність до вирішення проблемних питань і прийняття управлінських рішень у професійній діяльності.

Здатність до ініціювання та реалізації інноваційних проектів в підприємницькій, торговельній та/або біржовій діяльності.

Програмними результатами вивчення дисципліни «Товарна інноваційна політика» є:

Вміти розробляти та впроваджувати заходи для забезпечення якості виконуваних робіт і визначати їх ефективність.

Визначати та впроваджувати стратегічні плани розвитку суб'єктів господарювання у сфері підприємництва, торгівлі та/або біржової діяльності.

Оцінювати продукцію, товари, послуги, а також процеси, що відбуваються в підприємницьких, торговельних та/або біржових структурах, і робити відповідні висновки для прийняття управлінських рішень.

Розробляти і приймати рішення, спрямовані на забезпечення ефективності діяльності суб'єктів господарювання у сфері підприємницької, торговельної та/або біржової діяльності.

Впроваджувати інноваційні проекти з метою створення умов для ефективного функціонування та розвитку підприємницьких, торговельних та/або біржових структур.

1. ЕТАПИ ВИКОНАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Процес підготовки, виконання та захисту курсової роботи складається з наступних етапів:

- вибір теми;
- пошук та ознайомлення з літературою за обраною темою;
- складання плану курсової роботи та затвердження його керівником;
- вивчення відібраної літератури та матеріалів, їх систематизація та опрацювання;
- виконання і захист курсової роботи;

Вибір теми

Тематика курсових робіт є актуальною, має відповідну практичну спрямованість, відповідає сучасному розвитку економічної науки та практики, охоплює основні напрями, розділи та теми дисциплін.

Теми курсових для студентів освітнього ступеня «магістр» спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» відповідають сучасному розвитку економічної науки і господарської практики та напрямам наукових досліджень кафедри економіки підприємства. Значна увага у них приділяється дослідженню закономірностей формування і підтримки економічних процесів на підприємстві та інструментарію підготовки управлінських рішень.

Тематика курсових робіт формується і затверджується кафедрою економіки підприємства. Тема курсової роботи вибирається студентом. В окремих випадках, за узгодженням із керівником від кафедри, студент може запропонувати свою тему, що не входить у рекомендований кафедрою перелік.

Пошук та ознайомлення з літературою за обраною темою

Наступним етапом є підбір літературних джерел і нормативних актів, що відповідають темі курсової роботи та ознайомлення з їх змістом.

При цьому студентам слід звертатися до новіших видань, оскільки вони краще з сучасних позицій висвітлюють обрану тему.

Погоджуючи з викладачем-керівником список відібраної літератури,

потрібно проконсультуватись, які зміни і доповнення варто врахувати при її вивченні. Кафедра рекомендує приблизний список літератури, обов'язкової для ознайомлення при підготовці будь-якої теми.

Після ознайомлення з літературою студент повинен зорієнтуватися в основних питаннях теми, в послідовності їх розгляду і викладу.

Складання плану курсової роботи

План курсової роботи повинен бути ретельно продуманий. Насамперед потрібно намітити основні питання, що будуть розглядатися в окремих розділах, і дати їм відповідні назви. Потім необхідно уважно розглянути зміст кожного з розділів і продумати питання, що будуть в них досліджуватися, і також відобразити їх у плані.

Затвердження плану керівником

План представляється на узгодження викладачу-керівнику для уточнення змісту, питань та параграфів курсової роботи.

Виконання курсової роботи

Основними вимогами до виконання курсової роботи є: обґрунтування мети, завдань, об'єкту та предмету дослідження, опрацювання теоретичних основ теми, проведення системного аналізу досліджуваного об'єкту, виявлення проблем, шляхів та механізмів їх розв'язання, обґрунтування пропозицій щодо покращення управлінських механізмів у досліджуваній сфері.

При підготовці курсової роботи обов'язковим є використання ілюстративного, статистичного і табличного матеріалів, опрацювання достатньої кількості інформаційних джерел, що комплексно досліджують тему, оформлення роботи відповідно до встановлених вимог. При оформленні курсової роботи необхідно керуватися рекомендаціями, поданими нижче.

Захист курсової роботи

Захист курсової роботи має на меті виявити знання студента з досліджуваної ним теми. Студент повинен добре орієнтуватись в поданій до захисту роботі: правильно відповідати на поставлені питання як теоретичного,

так і практичного характеру, що стосуються обраної теми, а також суміжних, близьких за змістом тем; вміти розкрити джерела цифрових даних, методи розрахунків тощо.

При оцінюванні курсової роботи враховується:

- відповідність змісту курсової роботи обраній темі, його структура й логічність побудови;
- повнота висвітлення теми курсової роботи та послідовність її розкриття;
- дотримання вимог щодо оформлення та виконання курсової роботи;
- правильність проведених розрахунків;
- змістовність доповіді студента на захисті, лаконічність та чіткість її викладу.

У випадку отримання студентом «незадовільно», призначається повторний захист курсової роботи.

2. ТЕМИ, СТРУКТУРА ТА ЗМІСТ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Курсова робота повинна складатися з таких складових:

- титульна сторінка;
- завдання на курсову роботу;
- зміст;
- вступ;
- основна частина;
- висновки;
- список використаних джерел;
- додатки.

Титульну сторінку потрібно подати у друкованому вигляді і оформити за зразком, представленим у додатку А.

Завдання на курсову роботу видається науковим керівником. Зразок завдання представлений у додатку Б.

Зміст подають на початку курсової роботи з найменуванням та номерами початкових сторінок усіх розділів і параграфів тощо, а також вступу,

висновків та додатків.

У вступі (обсяг 1,5-2 сторінки) потрібно розкрити актуальність теми, обґрунтувати мету курсової роботи, завдання, об'єкт і предмет. Також доцільно коротко охарактеризувати зміст кожного з розділів роботи.

Основна частина курсової роботи (обсяг 45-55 сторінок) включає три розділи, кожен із яких починають з нової сторінки.

ТЕМАТИКА КУРСОВИХ РОБІТ

1. Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту (послуг)
2. Планування та організація створення нового продукту (послуг)
3. Сучасні методи та засоби генерування ідей інноваційних товарів (послуг)
4. Функціонально-вартісне обґрунтування інноваційних товарів (послуг)
5. Дизайн нового товару (послуг)
6. Управління якістю товарів (послуг)
7. Стратегічне управління товарним асортиментом
8. Товарна інноваційна політика підприємства
9. Виробничо-збутова інноваційна політика підприємства (бізнесу чи підприємництва)
10. Інноваційний розвиток підприємства (бізнесу чи підприємництва)
11. Ресурсне (інфраструктурне) забезпечення товарної інноваційної політики підприємства
12. Електронна торгівля підприємства (бізнесу чи підприємництва)
13. Системи економічного управління у бізнес-структурах.
14. Діджиталізація управління бізнесом.
15. Етика економічного управління бізнесом.
16. Формування управлінського інструментарію забезпечення бізнес-процесів.
17. Власний капітал підприємства та джерела його фінансування.
18. Формування фінансової структури підприємства.
19. Сучасні тенденції маркетингових досліджень в Україні.
20. Маркетинговий аналіз продовольчого ринку / у сфері послуг.

21. Оцінка ефективності управління інвестиційним портфелем компанії.
22. Фінансова стратегія як основа фінансового менеджменту.
23. Формування структури капіталу підприємства.
24. Діагностика фінансового стану суб'єктів торговельної діяльності.
25. Розробка та впровадження системи збалансованих показників як засобу економічного управління підприємством.
26. Оцінка вартості нематеріальних активів бізнес-структур.
27. Особливості патентування інтелектуальних продуктів у бізнесі.
28. Комерціалізація інтелектуальної власності.
29. Управління нематеріальними активами бізнес-структур.
30. Формуванні успішного бренду бізнесу.

ЗМІСТ КУРСОВОЇ РОБОТИ

ТЕМА 1. Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту (послуг)

Вступ

Розділ 1 Теоретичні і методичні основи оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту (послуг)

1.1 Основні поняття та зміст інноваційної діяльності. Роль служби маркетингу при розробці нового товару (послуг)

1.2 Критерії оцінювання ринкових перспектив інноваційного продукту (послуг)

Розділ 2 Сучасний стан інноваційної діяльності

2.1 Продуктова лінія та асортиментний набір товару (продукції,) чи послуг

2.2 Організаційне та інформаційне забезпечення інноваційного процесу

2.3 Економічний та функціонально-вартісний аналіз (бізнес-аналіз)

Розділ 3 Розробка концепції та оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту (послуг)

3.1 Формування інноваційної політики підприємства.

3.2 Розробка концепції нового товару, послуг. Дизайн і оформлення нового товару (послуг)

3.3 Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту (послуг)

Висновки

Список використаних літературних джерел

Додатки

ТЕМА 2. Планування та організація створення нового продукту (послуг)

Вступ

Розділ 1 Теоретичні і методичні основи планування та організації створення нового продукту (послуг)

1.1 Сутність планування, класифікаційні ознаки та організація створення нового продукту (послуг)

1.2 Критерії оцінювання ринкових перспектив інноваційного продукту (послуг)

Розділ 2 Сучасний стан планування та організація створення продукту (послуг)

2.1 Планування продукції та етапи розробки нового товару (послуг)

2.2 Продуктова лінія та асортиментний набір товару (продукції) чи послуг,

2.3 Економічний та функціонально-вартісний аналіз (бізнес-аналіз)

Розділ 3 Розробка концепції та оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту (послуг)

3.1 Формування інноваційної політики підприємства

3.2 Розробка концепції нового товару, послуг. Дизайн і оформлення нового товару (послуг)

3.3 Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту (послуг)

Висновки

Список використаних літературних джерел

Додатки

ТЕМА 3. Сучасні методи та засоби генерування ідей інноваційних товарів (послуг)

Вступ

Розділ 1 Теоретичні і методичні основи генерування ідей інноваційних товарів (послуг)

1.1. Загальна класифікація методів рішення інноваційних задач

1.2 Методи прогнозування та інверсії. Логічні та Евристичні методи. Системи автоматизованого проектування продукції (послуг)

Розділ 2 Сучасний стан виробництва та реалізації товарів (послуг)

2.1 Продуктова лінія та асортиментний набір товару (продукції) чи послуг

2.2 Організаційне та інформаційне забезпечення інноваційного процесу

2.3 Економічний та функціонально-вартісний аналіз (бізнес-аналіз)

Розділ 3 Розробка концепції та оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту (послуг)

3.1 Формування інноваційної політики підприємства

3.2 Розробка концепції нового товару (послуг). Дизайн і оформлення нового товару (послуг)

3.3 Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту (послуг)

Висновки

Список використаних літературних джерел

Додатки

ТЕМА 4. Функціонально-вартісне обґрунтування інноваційних товарів (послуг)

Вступ

Розділ 1 Теоретичні і методичні основи функціонально-вартісного обґрунтування інноваційних товарів (послуг)

1.1 Сутність, принципи і організація робіт по ФВА

1.2 Основні етапи проведення ФВА

Розділ 2 Сучасний стан інноваційної діяльності та функціонально-вартісне обґрунтування товару (послуг)

2.1 Продуктова лінія та асортиментний набір товару (продукції)

2.2 Організаційне та інформаційне забезпечення інноваційного процесу

2.3 Економічний та функціонально-вартісний аналіз (бізнес-аналіз)

Розділ 3 Розробка концепції та оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту (послуг)

3.1 Формування інноваційної політики підприємства

3.2 Розробка концепції нового товару (послуг). Дизайн і оформлення нового товару (послуг)

3.3 Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту(послуг)

Висновки

Список використаних літературних джерел

Додатки

ТЕМА 5. Дизайн нового товару (послуг)

Вступ

Розділ 1 Теоретичні і методичні основи дизайну і оформлення нового товару (послуг)

1.1 Поняття і роль дизайну в розробці товару (послуг)

1.2 Критерії оцінювання дизайну та ринкових перспектив інноваційного продукту

Розділ 2 Сучасний стан інноваційної діяльності та дизайну товару (послуг)

2.1 Продуктова лінія та асортиментний набір товару (продукції)

2.2 Організаційне та інформаційне забезпечення інноваційного процесу

2.3 Економічний та функціонально-вартісний аналіз (бізнес-аналіз)

Розділ 3 Розробка концепції та дизайн і оформлення нового товару, оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту (послуг)

3.1 Формування інноваційної політики підприємства

3.2 Розробка концепції нового товару, послуг. Дизайн і оформлення нового товару (послуг)

3.3 Оцінювання комерційних перспектив інноваційного продукту (послуг)

Висновки

Список використаних літературних джерел

Додатки

ТЕМА 6. Управління якістю товарів (послуг)

Вступ

Розділ 1 Теоретичні і методичні основи управління якістю товарів (послуг)

1.1 Поняття і роль управління якістю товарів і послуг товарів (послуг)

1.2 Критерії оцінювання управління якістю товарів (послуг), ресурсів та ринкових перспектив інноваційного продукту

Розділ 2 Сучасний стан управління якістю товарів (послуг)

2.1 Продуктова лінія та асортиментний набір товару (продукції)

2.2 Практичне застосування головних елементів системи управління якістю товарів (послуг)

2.3 Економічний та функціонально-вартісний аналіз (бізнес-аналіз) управління якістю товарів (послуг)

Розділ 3 Розробка концепції управління якістю та комерційних перспектив інноваційного товарів (послуг), ресурсів

3.1 Формування інноваційної політики підприємства

3.2 Розробка концепції управління якістю нового товару. Дизайн і оформлення нового товару (послуг)

3.3 Оцінювання управління якістю та комерційних перспектив інноваційних товарів (послуг)

Висновки

Список використаних літературних джерел

Додатки

ТЕМА 7. Стратегічне управління товарним асортиментом

Вступ

Розділ 1 Теоретичні і методичні основи стратегічного управління товарним асортиментом (послуг)

визначення номенклатури та асортименту продукції (послуг)

1.1 Поняття стратегічного управління товарним асортиментом (послуг), зміст і призначення асортиментної концепції

1.2 Критерії оцінювання стратегічного управління товарним асортиментом (послуг)

асортименту продукції та ринкових перспектив інноваційного продукту (послуг)

Розділ 2 Сучасний стан управління товарним асортиментом (послуг)

2.1 Продуктова лінія та асортиментний набір товару (продукції)

2.2 Практичне застосування головних елементів системи асортименту продукції, послуг

2.3 Економічний та функціонально-вартісний аналіз (бізнес-аналіз) асортименту продукції (послуг)

Розділ 3 Розробка концепції стратегічного управління товарним асортиментом (послуг)

3.1 Формування інноваційної політики підприємства

3.2 Розробка концепції стратегічного управління товарним асортиментом (послуг)

3.3 Оцінювання управління асортиментом нової продукції (послуг). Дизайн і оформлення нового товару, послуг

Висновки

Список використаних літературних джерел

ТЕМА 8. Товарна інноваційна політика підприємства

Вступ

Розділ 1 Теоретичні і методичні основи товарної інноваційної політики підприємства, її складові та види

1.1 Поняття і роль товарної інноваційної політики підприємства, її складові та види

1.2 Критерії оцінювання товарної інноваційної політики підприємства та ринкових перспектив інноваційного продукту

Розділ 2 Сучасний стан товарної інноваційної політики підприємства

2.1 Продуктова лінія та асортиментний набір товару (продукції)

2.2 Практичне застосування товарної інноваційної політики підприємства

2.3 Економічний та функціонально-вартісний аналіз (бізнес-аналіз) товарної політики підприємства

Розділ 3 Розробка концепції товарної інноваційної політики підприємства та комерційних перспектив інноваційних товарів, послуг

3.1 Формування товарної інноваційної політики підприємства

3.2 Розробка концепції управління якістю нового товару. Дизайн і оформлення нового товару

3.3 Оцінювання товарної інноваційної політики підприємства

Висновки

Список використаних літературних джерел

Додатки

ТЕМА 9. Виробничо-збутова інноваційна політика підприємства (бізнесу чи підприємництва)

Вступ

Розділ 1 Теоретичні і методичні основи виробничо-збутової інноваційної політики підприємства(бізнесу чи підприємництва), її складові та види

1.1 Поняття і роль інноваційної виробничо-збутової політики підприємства, її складові та види

1.2 Критерії оцінювання інноваційної виробничо-збутової політики підприємства та ринкових перспектив

Розділ 2 Сучасний стан інноваційної виробничо-збутової політики підприємства (бізнесу чи підприємництва)

2.1 Продуктова лінія та асортиментний набір товару (продукції)

2.2 Аналіз виробничо-збутової політики підприємства

2.3 Економічний та функціонально-вартісний аналіз (бізнес-аналіз) виробничо-збутової політики підприємства(бізнесу чи підприємництва)

Розділ 3 Розробка концепції інноваційної виробничо-збутової політики підприємства(бізнесу чи підприємництва) та комерційних перспектив інноваційних товарів, послуг

3.1 Формування товарної інноваційної виробничо-збутової політики підприємства(бізнесу чи підприємництва)

3.2 Розробка концепції управління якістю нового товару. Дизайн і оформлення нового товару, послуг

3.3 Оцінювання товарної інноваційної виробничо-збутової політики підприємства (бізнесу чи підприємництва)

Висновки

Список використаних літературних джерел

Додатки

ТЕМА 10. Інноваційний розвиток підприємства (бізнесу чи підприємництва)

Вступ

Розділ 1 Теоретичні і методичні основи інноваційної політики підприємства(бізнесу чи підприємництва) , її складові та види

- 1.1 Поняття і роль інноваційної політики підприємства, її складові та види
- 1.2 Критерії оцінювання інноваційної політики та ринкових перспектив підприємства (бізнесу чи підприємництва)
- Розділ 2 Сучасний стан інноваційної політики підприємства(бізнесу чи підприємництва)
- 2.1 Продуктова лінія та асортиментний набір товару (продукції)
- 2.2 Аналіз товарної інноваційної політики підприємства (бізнесу чи підприємництва)
- 2.3 Економічний та функціонально-вартісний аналіз (бізнес-аналіз) товарної політики підприємства(бізнесу чи підприємництва)
- Розділ 3 Розробка концепції товарної інноваційної політики підприємства(бізнесу чи підприємництва) та комерційних перспектив інноваційних товарів, послуг
- 3.1 Формування товарної інноваційної політики підприємства(бізнесу чи підприємництва)
- 3.2 Розробка концепції управління якістю нового товару. Дизайн і оформлення нового товару, послуг
- 3.3 Оцінювання товарної інноваційної політики підприємства (бізнесу чи підприємництва)
- Висновки
- Список використаних літературних джерел
- Додатки

ТЕМА 11. Ресурсне (інфраструктурне) забезпечення товарної інноваційної політики підприємства

Вступ

Розділ 1 Теоретичні і методичні основи ресурсного (інфраструктурного) забезпечення товарної інноваційної політики підприємства

- 1.1 Поняття і роль ресурсного (інфраструктурного) забезпечення товарної інноваційної політики підприємства
- 1.2 Критерії оцінювання ресурсного (інфраструктурного) забезпечення товарної інноваційної політики підприємства та ринкових перспектив інноваційного розвитку

Розділ 2 Сучасний стан ресурсного (інфраструктурного) забезпечення товарної інноваційної політики підприємства

- 2.1 Продуктова лінія та асортиментний набір товару (продукції)
- 2.2 Особливості ресурсного (інфраструктурного) забезпечення товарної інноваційної політики підприємства

2.3 Економічний та функціонально-вартісний аналіз (бізнес-аналіз) товарної політики підприємства

Розділ 3 Розробка концепції ресурсного (інфраструктурного) забезпечення товарної інноваційної політики підприємства

3.1 Формування ресурсного (інфраструктурного) забезпечення товарної інноваційної політики підприємства

3.2 Розробка концепції ресурсного (інфраструктурного) забезпечення товарної інноваційної політики підприємства.

3.3 Оцінювання ресурсного (інфраструктурного) забезпечення товарної інноваційної політики підприємства

Висновки

Список використаних літературних джерел

Додатки

ТЕМА 12. Електронна торгівля підприємства (бізнесу чи підприємництва)

Вступ

Розділ 1 Теоретичні і методичні основи електронної торгівлі підприємства(бізнесу чи підприємництва), її складові та види

1.1 Поняття і роль електронної торгівлі підприємства, її складові та види

1.2 Критерії оцінювання електронної торгівлі підприємства Розділ 2

Сучасний стан електронної торгівлі підприємства (бізнесу чи підприємництва)

2.1 Продуктова лінія та асортиментний набір товару (продукції)

2.2 Аналіз електронної торгівлі підприємства

2.3 Економічний та функціонально-вартісний аналіз (бізнес-аналіз)

Розділ 3 Розробка концепції електронної торгівлі (бізнесу чи підприємництва) та комерційних перспектив інноваційних товарів, послуг

3.1 Формування електронної торгівлі підприємства (бізнесу чи підприємництва)

3.2 Розробка концепції електронної торгівлі підприємства.

3.3 Оцінювання електронної торгівлі підприємства (бізнесу чи підприємництва)

Висновки

Список використаних літературних джерел

Додатки

3. МЕТОДИКА ВИКОНАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Перший розділ курсової роботи має включати два або три параграфи. *Другий розділ* - три параграфи. *Третій розділ* може поділятися залежно від особливостей інформації в ньому, тобто може містити 2 параграфи. Параграфи подають суцільним текстом, не починаючи з нової сторінки.

У першому (теоретичному) розділі розкривають сутність основних економічних категорій, принципи, класифікації, чинники тощо. Також подається огляд літературних джерел щодо розвитку наукової думки за обраною проблематикою. Сутність товарної політики підприємства – визначення і підтримування оптимальної структури продукції, що виробляється для досягнення поточних і довгострокових господарських та інших цілей підприємства. Основні поняття і зміст інноваційної діяльності. Класифікаційні ознаки і види інновацій. Значення продуктових і технологічних інновацій у маркетинговій діяльності.

Сутність інноваційного маркетингу. Інформаційне та організаційне забезпечення інноваційного процесу. Критерії оцінювання ринкових перспектив інноваційного продукту.

Маркетингове забезпечення інноваційної діяльності підприємства. Оцінювання та відбір перспективних ідей нових товарів. Розроблення концепції нових товарів.

Ситуаційний маркетинговий аналіз інноваційного продукту.

Основні принципи творчої діяльності при створенні інноваційного товару. Етапи творчої діяльності, їх інформаційне, методичне та технічне забезпечення.

Загальна класифікація методів вирішення інноваційних задач. Методи прогностики. Фактографічні методи. Статистичні методи.

Експертні методи. Індивідуальні експертні оцінки. Колективні експертні оцінки. «Дельфійський» метод.

Сутність логічних методів генерування ідей. Метод генерування з допомогою діаграми ідей. Метод генерування з допомогою матриці ідей. Метод мозкового штурму.

Евристичні методи. Методи аналогії: репродукції; пристосування; копіювання; прецеденту; конструктивної подібності; реінтеграції; псевдоморфізації; біомеханіки; біоархитектури; палеобіоніки.

Методи альтернативного пошуку. Методи інверсії.

Проблема ефективності господарської діяльності виникає на всіх рівнях функціонування та займає ключове місце в управлінні діяльністю суб'єктів господарювання. Ураховуючи сучасні особливості економічного розвитку (високий рівень невизначеності, наявність кризових явищ, нестабільність розвитку як економіки в цілому, так і кожного суб'єкта господарювання), першочергового значення набуває активізація дій із підвищення ефективності їх функціонування, зокрема у сфері торгівлі.

Ефективність діяльності підприємства розглядають на основі вартісно-орієнтованого підходу в управлінні ефективністю та визначають його як процес, який націлений на досягнення максимальної вартості підприємства, що повинен вирішувати наступні завдання :

- ✓ сформулювати стратегію розвитку підприємства, та встановити етапи її реалізації;
- ✓ оптимізувати структуру джерел фінансування підприємства та інвестувати кошти в активи у відповідності з основними правилами фінансування;
- ✓ забезпечити ліквідність активів підприємства та прагнути до скорочення терміну обертання оборотних коштів;
- ✓ гарантувати захист прав акціонерів, тобто впровадити ефективну систему прийняття рішень, та надати акціонерам (як великим, так і міноритарним) можливість контролювати роботу менеджменту;
- ✓ використовувати інноваційні технології, що забезпечать зростання обсягу виробництва та продуктивності праці і гарантуватимуть високу якість та екологічний контроль продукції;
- ✓ вдосконалювати корпоративну культуру на підприємстві та довести до кожного працівника необхідність зростання вартості підприємства;

- ✓ сприяти підвищенню ділової репутації та іміджу підприємства.

Таким чином, визначення ефективності господарської діяльності має важливе як наукове, так і практичне значення. З її допомогою можна не тільки оцінити ефективність роботи суб'єкта господарювання, проаналізувати сумарний ефект різних структурних підрозділів та напрямків діяльності, а й визначити стратегію розвитку, розробити прогноз та план дій на перспективу, встановити результати використання витрачених ресурсів: засобів виробництва, робочої сили, інформації.

До основних принципів здійснення управління ефективністю діяльності підприємства віднесемо такі:

1) вимір результатів роботи підприємства та його окремих підрозділів, що передбачає розробку показників ефективності та встановлення цілей для підвищення ефективності;

2) оцінка ефективності роботи підприємства, що передбачає визначення фактичної ефективності на підприємстві, її порівняння з цілями ефективності та виявлення резервів щодо її зростання;

3) провадження управлінських дій, що передбачає прийняття рішень, що сприяють підвищенню ефективності роботи, тобто за кожним з виявлених резервів виробляються рішення для наближення фактичного значення показника до цільового;

4) моніторинг ефективності, що передбачає контроль виконання рішень і збір інформації, необхідної для подальшого виміру ефективності діяльності підприємства.

Торгівля є найважливішою сферою формування та стабілізації споживчого ринку, координуючою ланкою в системі секторальних, регіональних та кластерних зв'язків, дієвим механізмом задоволення соціальних потреб і недопущення соціальної напруженості в суспільстві. Це підтверджується зростанням чисельності приватних підприємств, що займаються торговельною діяльністю, вагомим внеском торгівлі у

формування доданої вартості та бюджетних надходжень, створення нових робочих місць для працевлаштування населення.

Господарський кодекс України, який встановлює основні принципи побудови правових відносин у сфері торгівлі (купівлі-продажу), визначає господарсько-торговельну діяльність як діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання у сфері товарного обігу, спрямовану на реалізацію продукції виробничо-технічного призначення і виробів народного споживання, а також допоміжну діяльність, яка забезпечує їх реалізацію шляхом надання відповідних послуг. Залежно від ринку (внутрішнього чи зовнішнього), в межах якого здійснюється товарний обіг, господарсько-торговельна діяльність виступає як внутрішня торгівля або як зовнішня торгівля.

Отже, пропозицію товарів забезпечує торговельна діяльність, яка в Національному стандарті України «Роздрібна та оптова торгівля: терміни та визначення понять» трактується як ініціативна, систематична, виконувана на власний ризик для одержання прибутку діяльність юридичних і фізичних осіб щодо купівлі та продажу товарів кінцевим споживачам або посередницькі операції, або діяльність із надавання агентських, представницьких, комісійних та інших послуг у просуванні товарів від виробника до споживача .

В Україні відповідно до Класифікатора видів економічної діяльності торгівля належить до секції G, що має назву «Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів». Статистичні спостереження в торгівлі проводяться за розділами, визначеними у Класифікаторі: Оптова та роздрібна торгівля автотранспортними засобами та мотоциклами, їх ремонт;

Оптова торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами; Роздрібна торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами.

Господарсько-торговельна діяльність може здійснюватися суб'єктами господарювання в таких формах: матеріально-технічне постачання і збут; енергопостачання; заготівля; оптова торгівля; роздрібна торгівля і громадське

харчування; продаж і передача в оренду засобів виробництва; комерційне посередництво у здійсненні торговельної діяльності та інша допоміжна діяльність із забезпечення реалізації товарів (послуг) у сфері обігу.

Суб'єктом торговельної діяльності є зареєстрована в установленому порядку юридична або фізична особа, яка здійснює торговельну діяльність на постійній основі для одержання прибутку й укладає у процесі цієї діяльності договори від свого імені, на свій ризик і під свою майнову відповідальність. В Україні до них належать: реєстровий торговець, роздрібне торговельне підприємство, оптове торговельне підприємство, постачальник, продавець, комітент, комісіонер, консигнант, консигнатор, посередник у торгівлі, комівояжер, торговельний агент, торговельний представник, дилер, рекламне агентство.

Діяльність підприємства можна вважати ефективною за таких умов: значення результативних показників діяльності зростають при постійних витратах; значення результативних показників діяльності зростають, витрати зменшуються; темпи зростання результативних показників перевищують темпи зростання витрат. При цьому основними визначальними параметрами ефективної діяльності підприємства можна вважати такі: результативні показники діяльності, витрати діяльності, темпи зростання результативних показників та темпи зростання витрат.

Класифікаційні ознаки та види товарів і послуг. Класифікація споживчих товарів.

Маркетингове розуміння продукту і товару. Вимоги до продукту. Зміст і складові маркетингової підтримки товару.

Головні ринкові характеристики товару: асортимент, ціна, якість, імідж, популярність, конкурентоспроможність.

Асортимент. Формування асортименту.

Ціна, головне завдання ціноутворення. Чинники, що впливають на порядок ціноутворення. Оптимізація цінової політики підприємства. Розуміння якості товару виробником і споживачем.

Велика мобільність підприємств, зокрема в частині фізичного переміщення в безпечніші регіони, а також гнучкість і здатність адаптуватися під попит, що змінився, забезпечили цьому сектору змогу вижити. Необхідність повністю перебудовувати свою логістику в умовах війни, евакуювати співробітників, створювати нові запаси товарів, аби забезпечити українців найнеобхіднішим – все це позначилося на економічних показниках операторів ритейлу. Зокрема, на динаміці товарообороту, отриманого прибутку чи збитків. Лише здійснивши оцінку та узагальнивши аналітичну інформацію про стан торгівельної діяльності можливо досягнути комерційного успіху та постійно генерувати прибутковість.

Отже, ефективним слід вважати суб'єкт господарювання, який за мінімальний проміжок часу досягає максимальних результатів при мінімальному використанні ресурсів, використовує фактори внутрішнього та зовнішнього середовища з урахуванням розвитку інновацій.

У ринкових умовах господарювання економічна ефективність є об'єктивним критерієм і регулятором розвитку суб'єктів торговельної діяльності, а питання, пов'язані з нею, є одними з ключових.

Другий (аналітичний) розділ присвячений аналізу проблеми дослідження, оцінюванню фінансово-економічних показників суб'єкта підприємництва та детальному дослідженню обраної теми, виявленню позитивних сторін та існуючих недоліків порушених питань. Важливою є оцінка автором виявлених тенденцій у сфері дослідження та чинників впливу на них.

Визначення номенклатури та асортименту продукції. Широта, насиченість, глибина і гармонійність товарної номенклатури та асортименту. Переваги і недоліки широкого та глибокого асортименту товарів. Головні чинники, що породжують зміни в асортиментній політиці підприємств. Розширення, поглиблення, обмеження, впорядкування товарного асортименту.

Зміст і призначення асортиментної концепції. Етапи планування товарного асортименту. Стандартизація та диференціювання товару. Порядок вилучення з виробництва малоефективних товарів. Заходи оперативного управління асортиментом.

Товарна політика підприємства, її складові та види. Диверсифікація товарної політики, її класифікаційні ознаки та критерії ефективності.

Етапи розвитку системного управління якістю товарів і послуг. Призначення і зміст міжнародних стандартів серії ISO 9000. Основні напрями політики підприємства щодо якості продукції. Етапи петлі (спіралі) якості.

Міжнародні вимоги системи якості до: маркетингу; проектування та розроблення технічних умов; матеріально-технічного постачання; підготовки виробництва і процесу виготовлення продукції.

Сутність тотального менеджменту якості (TQM), його елементи та процеси.

Значення функціонально-вартісного аналізу в маркетинговій діяльності. Принцип функціонального підходу у вартісному аналізі. Головна мета функціонально-вартісного аналізу. Етапи функціонально-вартісного аналізу. Класифікація функцій виробу – об'єктів функціонально-вартісного аналізу.

Участь фахівців маркетингу у здійсненні функціонально-вартісного аналізу.

Типи задач функціонально-вартісного аналізу. Корируюча, інверсна та творча форми функціонально-вартісного аналізу, їх зв'язок з маркетинговою діяльністю.

Процедури розрахунків і прийняття рішень при здійсненні функціонально-вартісного аналізу.

У третьому (рекомендаційному) розділі студент, на основі власних досліджень, повинен обґрунтувати пропозиції, спрямовані на покращення результатів діяльності підприємства. Важливою складовою розділу є моделі, стратегії та механізми для вдосконалення досліджуваної теми курсової роботи.

Основні завдання планування продукту. Визначення та класифікаційні ознаки нової продукції. Продуктова лінія та асортиментний набір.

Складові сучасного інформаційного забезпечення створення наукомісткої та високотехнологічної продукції. Напрями аналізу зовнішнього, конкурентного, інституційного та правового середовища для експортної продукції. Досвід інформаційного забезпечення нової продукції у розвинутих країнах.

Етапи планування нового продукту. Генерування (розроблення) ідеї. Попередній аналіз можливостей виробництва і збуту.

Аналіз економічної доцільності випуску нової продукції.

Проектування товару. Конструктивно-технологічна подібність і наступність у проектуванні товару. Випробування дослідних зразків і доопрацювання виробів.

Розвиток виробництва та збуту товарів. Роль гнучких виробничих систем у виробництві конкурентоспроможних товарів.

Розподіл взаємодії між маркетинговою службою та функціональними підрозділами підприємства на окремих етапах створення інноваційного товару.

Розв'язуються такі проблеми: оптимізація асортименту продукції; прискорення темпів оновлення продукції; визначення оптимального співвідношення нових та «старих» товарів; вихід на ринок із принципово новими видами продукції; вибір часу виходу на ринок.

Важливою умовою запровадження оптимальної товарної інноваційної політики є дотримання певної процедури аналізу та прийняття остаточних рішень. Це досягається такими діями:

- чітке визначення та окреслення цілей виробництва, збуту та експорту на перспективу;
- наявність стратегії збутової діяльності підприємства;
- знання умов ринку та його вимог;

- аналіз власних дослідницьких, науково-технічних, виробничих, збутових можливостей та ресурсів нині та в майбутньому.

Слід зазначити, що у вирішенні завдань товарної інноваційної політики має переважати стратегічний підхід – тобто тривалий курс на виробництво та реалізацію продукції, яка забезпечує досягнення головної мети підприємницької діяльності.

Центральним моментом товарної політики є пошук оптимальної структури продуктового асортименту. При цьому необхідний професійний аналіз за такими критеріями. По-перше, залучення та збереження тих споживачів у вибраних сегментах ринку, які забезпечують стабільний стан на ринку в поточний момент та в довгостроковому аспекті. По-друге, оцінка різних варіантів із погляду максимізації прибутку. Використання незалежних консультантів для всебічного оцінювання таких варіантів дає змогу перебороти консерватизм власних працівників, котрий часто є суттєвою перешкодою для опрацювання можливих альтернатив.

Велику роль відіграє товарна інноваційна політика в збереженні і розвитку підприємства як завершеної і цілісної соціально-економічної системи. Стратегічну мету підприємства умовно можна розподілити на три важливі напрямки: відшкодування ресурсів; забезпечення самозбереження; створення умов для дальшого зростання. Найважливішими показниками досягнення цих цілей вважають: обсяги збуту; покриття змінних і постійних витрат; прибуток та зниження собівартості; збільшення обсягів виробництва; частку ринку; розподіл ринку та роботу з ним.

Диверсифікація – розширення програм виробництва через виготовлення нової продукції для нових ринків.

Три види стратегії диверсифікації товарної політики: горизонтальна (концентрична), вертикальна, латеральна (поздовжня).

Отже, основними характеристиками, які беруть до уваги для обґрунтування вибору стратегії диверсифікації чи стратегії концентрації виробничої діяльності, є такі: реагування обсягів продажу на невеликі

прирошення витрат на маркетинг; стабільність обсягів продажу та темпів їхнього зростання на кожному ринку; очікуваний час випередження конкурентів; час, потрібний для адаптації продукції та маркетингу до умов різних ринків; внутрішні та зовнішні обмеження, на які може натрапити фірма.

Процес диверсифікації досить часто спричиняється не тільки необхідністю оптимізації товарної політики фірми, але буває також одним із наслідків науково-технічного прогресу. Останнє найчастіше виявляється в такому:

- випуск принципово нових виробів, що заповнюють вільну ринкову «нішу»;
- заміна старої продукції на нову та найновішу (переважна тенденція);
- збільшення асортименту виробів та відокремлення нових асортиментних груп;
- технічне ускладнення самого виробу та його складових (комплектуючих) частин, що забезпечує старому виробу нові споживчі якості;
- якісні зміни рівня технології, необхідної для випуску продукції;
- більш жорсткі вимоги до вхідних матеріалів.

Диверсифікація відбиває процес виявлення нових потреб та реалізації нових можливостей, тобто ускладнює діяльність маркетологів, які змушені шукати адекватних інноваційних рішень для нових ситуацій.

Технічна естетика та ергономіка, їх роль у підвищенні конкурентоспроможності товару. Дизайн, його об'єкти та програми. Умови забезпечення естетичності виробу. Художня виразність. Раціональність форми. Цілісність композиції. Досконалість виробничого виконання. Умови раціонального художнього конструювання. Правило «золотого перетину». Ергономічні вимоги до товару. Фізіологічні показники. Психологічні вимоги. Антропометричні показники. Біомеханічні вимоги. Основні види художньо-конструкторських документів.

Наприкінці роботи студент повинен зробити загальні висновки (обсяг 2-3 сторінки), які мають стисло відображати суть усієї роботи. Тут викладають найважливіші наукові та практичні здобутки курсової роботи. У висновках

необхідно підвести підсумки своєї роботи по кожному розділу та по роботі в цілому, визначити значення досліджуваної теми для практичного використання у підприємництві, торгівлі чи в біржовій діяльності.

Далі наводять список використаних джерел та додатки. Список літератури повинен складатися з найменувань не менше 30-50 джерел.

У разі потреби для повноти сприйняття курсової роботи до додатків можна включити допоміжний матеріал:

- допоміжні та проміжні розрахунки, формули;
- громіздкі таблиці;
- документи фінансово-статистичної звітності підприємства;
- сертифікати, патенти, ліцензії та інші документи підприємства, які безпосередньо мають відношення до обраної проблематики;
- ілюстрації допоміжного характеру тощо.

Усі розділи курсової роботи від вступу до висновків повинні бути пов'язані між собою, доповнювати і поглиблювати один одного.

4. ВИМОГИ ДО НАПИСАННЯ ТА ОФОРМЛЕННЯ

5. КУРСОВОЇ РОБОТИ

При виконанні курсової роботи необхідно дотримуватись нормативно встановлених правил оформлення тексту, таблиць, формул, розрахунків, схем.

Матеріал у курсовій роботі повинен бути викладений чітко та логічно, насичений фактичними даними та розрахунками. Курсова робота виконується без скорочення слів, з використанням лише загальноприйнятої аббревіатури. Стиль викладу науковий.

Курсова робота виконується на аркушах паперу формату А4. Обсяг курсової роботи у друкованому вигляді - 45-50 сторінок, у рукописному – 55--60 сторінок. Кількість рядків на одній сторінці - 30-35.

Текст роботи повинен бути надрукований або написаний з обов'язковим дотриманням таких полів: ліве - 25 мм, праве - 10 мм, верхнє - 20 мм, нижнє - 20 мм.

Абзацний відступ має бути однаковим по всій роботі і дорівнювати п'яти знакам (приблизно 1,3-1,5 см).

При комп'ютерному наборі тексту слід використовувати шрифт Times New Roman, кегль 14, міжрядковий інтервал 1,5. Шрифт друку повинен бути чітким і чорного кольору.

Текст основної частини курсової роботи поділяють на розділи і параграфи.

Заголовки структурних частин курсової роботи «ЗМІСТ», «ВСТУП», «РОЗДІЛ», «ВИСНОВКИ», «СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ», «ДОДАТКИ» друкують великими літерами симетрично до тексту. Заголовки параграфів - маленькими літерами (крім першої великої) з абзацного відступу. Крапку в кінці назви розділу і підрозділу не ставлять. Якщо назва складається з двох або більше речень, їх розділяють крапкою.

Кожну структурну частину курсової роботи починають з нової сторінки.

До загального обсягу курсової роботи не входять додатки, список

використаних джерел, таблиці та рисунки, які повністю займають площу сторінки. Але всі сторінки зазначених елементів курсової роботи підлягають нумерації на загальних засадах.

Нумерацію сторінок, розділів, підрозділів, пунктів, підпунктів, рисунків, таблиць, формул подають арабськими цифрами без знака №. Номер сторінки ставлять у правому верхньому кутку сторінки без крапки в кінці. Титульна сторінка входить до загальної нумерації роботи, але номер на ній не ставиться.

Такі структурні частини курсової роботи як зміст, вступ, висновки, список використаних джерел, додатки не мають порядкового номера. Номер розділу ставлять після слова «РОЗДІЛ», після номера крапку не ставлять. Потім з нового рядка друкують заголовок розділу.

Підрозділи нумерують у межах кожного розділу. Номер підрозділу складається з номера розділу і порядкового номера підрозділу, між якими ставлять крапку. В кінці номера підрозділу повинна стояти крапка, наприклад: «2.3.» (третій підрозділ другого розділу). Потім у тому ж рядку йде заголовок підрозділу. Всі розрахунки і формули, що використовуються, повинні супроводжуватись необхідними поясненнями. Кожна таблиця, схема, діаграма, графік повинна мати назву, посилання на джерела їх використання, одиниці виміру величин і бути пронумерованою.

Додатки оформляють як продовження курсової роботи на наступних її сторінках, розміщуючи їх у порядку появи посилань у тексті курсової роботи. Кожен додаток починають з нової сторінки. Їм дають назви, зазначені вгорі малими літерами з першої великої симетрично стосовно тексту сторінки. Посередині рядка над заголовком малими літерами з першої великої друкується слово «Додаток » і велика літера, що позначає додаток.

Додатки слід позначати послідовно великими літерами української абетки, за винятком Ї, Є, І, Й, О, Ч, Г, Ь, наприклад, додаток А, додаток Б. Єдиний додаток позначається як додаток А.

Рисунки, таблиці і формули, розміщені в додатках, нумерують у межах

кожного додатка, наприклад: рис. Д.1.2 – другий рисунок першого розділу додатка Д; формула (А.1) - перша формула додатка А.

В тексті курсової роботи кожна цитата повинна мати посилання на джерело використання. Посилання на джерело роблять в тексті курсової роботи, зазначаючи у відповідних місцях у квадратних дужках цифру, яка відповідає порядковому номеру цього джерела у списку літератури, і відповідну сторінку. Наприклад: [7; 25], де 7 – порядковий номер цитованого джерела у загальному списку літератури, 25 – сторінка, на якій знаходиться використана інформація.

Допускається наводити посилання у виносках, при цьому його оформлення має відповідати бібліографічному опису за переліком посилань із зазначенням номера. Приклад: цитата в тексті: «...сьогодні зростає актуальність питань, пов'язаних з вибором та уніфікацією системи методів та показників оцінки економічної безпеки підприємства.. .»[15]. Посилання на рисунки та формули курсової роботи вказують порядковим номером рисунка чи формули - останній беруть у дужки, наприклад, рис. 1.2, у формулі (2.1). На всі таблиці курсової роботи повинні бути посилання в тексті, при цьому слово «таблиця» пишуть скорочено, наприклад: «...в табл. 1.2». При складанні списку використаних джерел необхідно дотримуватись нормативних бібліографічних вимог. Бібліографічні описи в переліку посилань подають у алфавітному порядку. Порядкові номери описів у переліку є посиланнями в тексті (номерні посилання). Закінчену роботу необхідно зброшурувати і здати на кафедру для реєстрації в терміни, передбачені графіком.

ЗАХИСТ ТА КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ КУРСОВОЇ РОБОТИ

Завершена курсова робота, яка відповідає вимогам щодо оформлення, здається науковому керівнику для остаточної перевірки та написання рецензії. Курсова робота з рецензією наукового керівника представляється на кафедру

не пізніше, ніж за два дні до затвердженої дати публічного захисту. Захист курсової роботи відбувається на відкритому засіданні комісії, яка формується з викладачів кафедри.

Підготовка до захисту здобувача передбачає погодження з його науковим керівником складеної ним короткої доповідь щодо змісту курсової роботи та підготовлених наочних ілюстративних матеріалів. Тривалість виступу - 7-10 хвилин. Доповідь повинна охоплювати: обґрунтування актуальності теми, мету і завдання роботи, основні результати проведеного дослідження, а також елементи наукової новизни. Важливим є обґрунтування рекомендацій, запропонованих у роботі, з оцінкою їх ефективності. Наочні матеріали мають послідовно ілюструвати доповідь здобувача і забезпечувати повноту висвітлення всіх положень, які підлягають захисту. Здобувач доповідає комісії про проведене дослідження, оцінює отримані результати, ілюструючи наочні матеріали. Під час захисту курсової роботи члени комісії та присутні на захисті викладачі можуть задавати здобувачеві запитання щодо змісту роботи. Відповіді здобувача мають бути конкретними, аргументованими і короткими. За результатами захисту курсової роботи комісія приймає рішення щодо оцінки захисту і роботи (враховуючи рецензію керівника, зміст доповіді, відповіді на запитання). Результат оцінювання заноситься у відомість відповідно до шкали оцінювання: національна та ECTS (додається нижче)

Науковий керівник після перевірки роботи повинен скласти на неї рецензію із зазначенням суми балів, з якою здобувач допускається до захисту курсової роботи перед комісією кафедри економіки підприємства. Не допускається до захисту робота, якщо вона представлена науковому керівникові на перевірку або на будь-який наступний етап проходження з порушенням термінів, встановлених регламентом, написана на тему, яка не затверджена засіданням кафедри, виконана із суттєвими запозиченнями інформаційного матеріалу, оформлення роботи не відповідає вимогам, зміст роботи не розкрито.

Відповідність рейтингової оцінки в балах оцінці за національною шкалою та шкалою ECTS

Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою		Оцінка за шкалою ECTS	
	Екзамен	Залік	Оцінка	Пояснення
90-100	Відмінно	Зараховано	A	Відмінно (відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок)
82 – 89	Добре		B	Дуже добре (вище середнього рівня з кількома помилками)
75 – 81			C	Добре (в загальному вірне виконання з певною кількістю суттєвих помилок)
67 – 74	Задовільно		D	Задовільно (непогано, але зі значною кількістю недоліків)
60 – 66			E	Достатньо (виконання задовольняє мінімальним критеріям)
35 – 59	Незадовільно	Не зараховано	FX	Незадовільно (з можливістю повторного складання)
1 – 34			F	Незадовільно (з обов’язковим повторним курсом)

Критерії, за якими оцінюється виконання та захист курсової роботи:

Усний виступ та виконання письмового завдання	Критерії оцінювання
5 (90-100)	Здобувач вищої освіти повністю оволодів програмою навчальної дисципліни, засвоїв компетентності та програмні результати навчання, дає послідовні чіткі і логічно побудовані відповіді на основні та додаткові питання, вільно використовує набуті теоретичні знання при аналізі практичного матеріалу, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Вміє застосовувати матеріал для винесення власних суджень.
4(75-89)	Здобувач вищої освіти достатньо повно оволодів програмою навчальної дисципліни, засвоїв компетентності та програмні

	результати навчання, проте у відповідях (усних та письмових) допускає не суттєві неточності, з незначними помилками демонструє розуміння певних теорій і фактів, оперує понятійним апаратом з незначними помилками. Добирає аргументи на підтвердження своєї позиції.
3(60-74)	Здобувач вищої освіти не в повному обсязі оволодів програмою навчальної дисципліни, компетентностями та програмними результатами навчання, викладає основний зміст навчального матеріалу під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки.
2(35-59)	Здобувач вищої освіти не володіє програмою навчальної дисципліни, компетентностями та програмними результатами навчання. Фрагментарно, поверхнево (без аргументації та обґрунтування) викладає навчальний матеріал під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності.
1(1-34)	Здобувач вищої освіти демонструє неприйнятний рівень опанування програмою навчальної дисципліни.

РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ

1. Андрєєва Н.М. Товарна інноваційна політика: навч. посібник. Одеса. 2015. 279с.
2. Васюткіна Н.В. Маркетинг: Навчальний посібник: друге видання, доповнене і виправлене. К.: Вид-во Європ.ун-ту. 2011. 248 с.
3. Ілляшенко С.М. , Шипуліна Ю. С. Особливості управління товарною інноваційною політикою промислового підприємства в умовах четвертої промислової революції. Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством : матеріали 5-ї Всеукр. наук.-практ. конф., 14-15 квітня 2022 р. / оргком.: Л. Дорогань-Писаренко [та ін.] ; Полтав. держ. аграрний ун-т. Полтава, 2022. С. 470-472.
4. Конспект лекцій з дисципліни «Економіка інновацій» для підготовки здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня всіх технічних спец. Укл.: д.е.н., проф. О. Плахотнік. Кам'янське. ДДТУ. 2022. 62 с.

5. Ладунка І.С., Рибалка Т.М. Особливості економічного управління підприємством. Економіка і суспільство. 2017. № 13.
6. Морохова В.О., Смолич Д.В. Товарна інноваційна політика [Текст] : навч. посіб. Луцьк : Вежа-Друк, 2017. 248 с.
7. Майк Ротер, Джон Шук Вміння бачити бізнес-процеси: створення цінності та зменшення втрат; перекл. з англ. Катерина Гуменюк. Київ: Пабулум, 2017. 132 с.
8. Ноздріна Л.В., Ящук В.І., Пототай О.І. Управління проектами: підручник К: центр навчальної літератури. 2020. 432с.
9. Петренко Н.О. Управління проектами: навч. посіб. К.: «Центр учбової літератури», 2015. 244 с.
10. Примак В. Управління проектами: навчальний посіб. К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2017. 464 с. URL: <https://www.twirpx.com/file/2190503/>
11. Рузакова О.В. Аналіз сучасних методик оцінювання фінансового стану підприємства. Вісник ХНУ: Економічні науки. №2. 2022. С.7-13.
12. Семикіна М.В., Петіна О.М. Інтелектуальний бізнес: Навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей денної та заочної форми навчання. За ред. М. В. Семикіної. Кіровоград: КНТУ, 2015. 141 с.
13. Товарна інноваційна політика промислового підприємства: розрахункова робота [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 075 «Маркетинг», спеціалізації «Промисловий маркетинг» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: Солнцев С.О., Н.С. Кубишина—. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 87
14. Управління проектами: процеси планування проектних дій: підручник /І.В.Чумаченко, В.В. Морозов, Н.В. Доценко, А.М. Чередниченко. К.: Крок, 2014. 673с.
15. Урба С.І., Сенишин О.С. Цифрова трансформація бізнесу в Україні: нові можливості та перспективи. Формування ринкової економіки в Україні: науковий збірник. Вип. 46. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2021. С. 33-45.

16. Федішин І.Б. Електронний бізнес та електронна комерція (опорний конспект лекцій для магістрів). Тернопіль, ТНТУ імені І. Пулюя, 2016. 155 с.
17. Червона О.Ю. Тенденції розвитку електронної комерції. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки. Вип. 39. Херсон, 2020. С.65-68.
18. Gurjar N. A Forward Looking Approach to Project Management. Tools, Trends, and the Impact of Disruptive Technologies. Springer Singapore, 2017. 414 p.
19. ISO. The ISO 9000:2000 guidance modules - Guidance on the Terminology used in ISO 9001:2000 URL: <http://www.iso.org/>.
20. Lehmann Oliver F. Situational Project Management. The Dynamics of Success and Failure. Templates. Auerbach Publications, 2016. 298 p.

Офіційні сайти державних органів влади та університету:

1. Офіційний сайт Світової організації торгівлі. URL: <http://wto.in.ua>
2. Офіційний сайт Верховної Ради України. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua>
3. Офіційний сайт Кабінету міністрів України. URL: <http://www.min.gov.ua>
4. Офіційний сайт Національного банку України. URL: <http://www.bank.gov.ua>
5. Міністерство освіти та науки України. URL: <http://www.mon.gov.ua>
6. Міністерство економіки України. URL: <http://www.me.gov.ua/>
7. Офіційний сайт Держслужби статистики України. URL: <http://www.stat.gov.ua>
8. Офіційний сайт ПДУ. URL: <https://www.pdatu.edu.ua/>

ДОДАТКИ

Додаток А

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ЗВО «ПОДІЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»

(повне найменування вищого навчального закладу)

Кафедра економіки, підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

(повна назва кафедри)

КУРСОВА РОБОТА

з дисципліни «Товарна інноваційна політика»

(назва дисципліни)

на тему: _____

Студента (ки) курсу, групи

спеціальність 076 «Підприємництво та торгівля»

(прізвище та ініціали)

Керівник:

(посада, вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

Оцінка за національною шкалою

Кількість балів:

Оцінка ЕКТС

Члени комісії:

_____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)
_____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)
_____	_____
(підпис)	(прізвище та ініціали)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗВО «ПОДІЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»

Кафедра економіки, підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

Дисципліна Товарна інноваційна політика

Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

ЗАВДАННЯ
на курсову роботу

Студента (ки) _____

(прізвище та ініціали)

Курс _____ Група _____

1. Тема роботи

2. Термін здачі студентом закінченої роботи

3. Вихідні дані до роботи _____

Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які підлягають розробці)

4.

Перелік графічного (ілюстративного) матеріалу, якщо передбачено _____

5. Дата видачі завдання

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

[illegible]

Студент_____

(підпис)

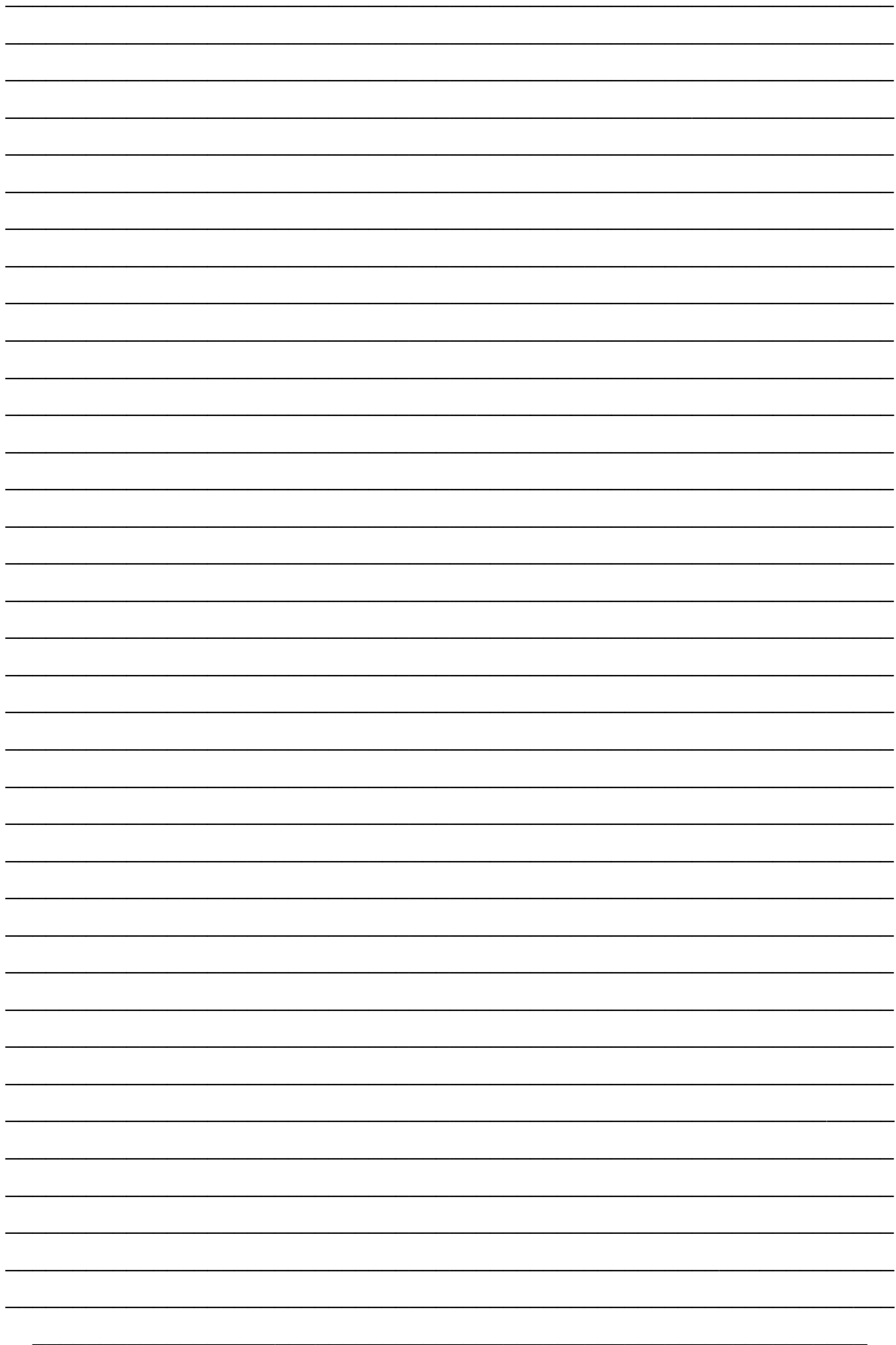
(прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник _____

(підпис)

(вчений ступінь, посада, прізвище, ім'я, по батькові)

This image shows a full page of blank white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page, providing a template for writing or drawing. There are no margins, text, or other markings present.



Навчальне видання

Волощук К.Б., доцент Волощук В.Р.

Методичні рекомендації до виконання курсової роботи з навчальної дисципліни «Товарна інноваційна політика» для студентів денної та дистанційної (заочної) форм навчання освітнього ступеня «магістр» за спеціальністю 076 «Підприємництво та торгівля».

Редактор: Волощук К.Б.

Підписано до друку _____. 2024 р.

Формат 60х90/16 Ризографія. Авт. арк. 1,6.

Обл.-вид. арк. _____ Наклад _____ прим. Зам. _____.

Підготовлено до друку та видруковано
у Закладі вищої освіти «Подільський державний університет»
32300, Кам'янець-Подільський, вул. Шевченка, 12

