

Білоцерківський національний аграрний університет
Економічний факультет
Кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

	<p>СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ІННОВАЦІЙНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО»</p> <p>Галузь знань – 07 Управління та адміністрування (D Бізнес, адміністрування та право) Спеціальність – 075 Маркетинг (D5 Маркетинг) Освітня програма – Маркетинг</p>
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)
Компонент освітньої програми:	вибірковий
Кількість кредитів ECTS/загальна кількість годин	4 кредити /120 годин
Семестр	8
Форма контролю	залік
Мова викладання	українська
<p>Профайл викладача</p> 	<p>Шевченко Алла Олексіївна Посада: доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності Вчене звання: доцент Науковий ступінь: кандидат економічних наук Робоче місце: навчальний корпус №4 (пл. Соборна, 8/1), 115 ауд. (кафедра підприємництва, торгівлі та біржової діяльності). E-mail: aktuariy2@gmail.com Зв'язок з викладачем: 0501853744</p>
Опис дисципліни	<p>Інноваційне підприємництво займає одне з базових місць в схемі вивчення специфіки підприємницької діяльності, понять та категорій інноваційних процесів, прийняття рішень щодо впровадження інновацій в умовах сучасних викликів. Дисципліна відноситься до циклу професійної та практичної підготовки, знайомить студентів з особливостями управління інноваційними процесами та оцінювання вартості прав на об'єкти інтелектуальної власності. Питання, які розглядаються у дисципліні мають важливе значення для майбутніх спеціалістів в галузі маркетингу, оскільки дозволяють планувати інноваційну політику підприємства та проявляти креативність.</p>
Передумови для вивчення дисципліни	<p>Вибіркова навчальна дисципліна «Інноваційне підприємництво» базується на знаннях таких дисциплін як: «Вища математика», «Економічна теорія», «Мікро- та макроекономіка», «Маркетинг», «Інфраструктура товарного ринку».</p>
Мета вивчення дисципліни	<p>Метою вивчення дисципліни «Інноваційна діяльність» є формування у студентів системи спеціальних знань з економіки і організації</p>

	інноваційного підприємництва та його управління, формування практичних навичок раціональної організації та економічного обґрунтування напрямків інноваційної діяльності підприємства з урахуванням сучасних тенденцій інноваційного розвитку економіки.
Формат дисципліни	Для денної форми навчання дисципліна викладається в очному форматі, із застосуванням мультимедійних засобів. За необхідності (індивідуальні графіки, дистанційна тощо) можуть бути використані платформи Moodle, ZOOM. Формат проведення дисципліни є змішаним: поєднання як традиційних форм навчання з елементами дистанційного навчання.
Компетентності відповідно до Стандарту вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг (D5 Маркетинг)	<p>ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.</p> <p>ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.</p> <p>ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.</p> <p>ЗК9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.</p> <p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
Очікувані результати навчання	<p>Р3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>Р8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>Р12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>Р14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.</p>
Структура курсу	<p><i>Змістовий модуль 1. Базові засади інноваційного підприємництва</i></p> <p>Тема 1.1. Сутність інновацій та інноваційного підприємництва</p> <p>Тема 1.2. Сутнісна характеристика інноваційної діяльності та інноваційних процесів. Інноваційне підприємництво в умовах сучасних викликів</p> <p>Тема 1.3. Креативність у інноваційному підприємстві</p> <p>Тема 1.4. Інноваційна політика підприємства: реінжиніринг бізнес-процесів</p> <p>Тема 1.5. Інноваційний маркетинг</p>

	<p>Тема 1.6. Сучасні організаційні форми реалізації інновацій</p> <p><i>Змістовий модуль 2. Управління інноваційними процесами та оцінка їх ефективності</i></p> <p>Тема 2.1. Фінансування інноваційних процесів. Бюджетно-податкові інструменти стимулювання інноваційного розвитку підприємництва в умовах цифровізації національної економіки.</p> <p>Тема 2.2. Система управління інноваційними процесами</p> <p>Тема 2.3. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємства</p> <p>Тема 2.4. Державне регулювання інноваційної діяльності</p> <p>Тема 2.5. Оцінювання вартості прав на об'єкти інтелектуальної власності</p>
<p>Методи навчання</p>	<p>Під час лекційних годин використовується: розповідь – оповідна, описова форма розкриття навчального матеріалу; пояснення – для розкриття сутності певного явища, закону, процесу; бесіда – для усвідомлення за допомогою діалогу нових явищ, понять; ілюстрація – для розкриття явищ і процесів через їх символічне зображення (малюнки, схеми, графіки, слайдові презентації у програмі Microsoft Office PowerPoint).</p> <p>Під час практичних заняття використовуються: робота в малих групах, вільна дискусія, ділові ігри.</p> <p>При написанні індивідуально-дослідної роботи, а також при виконанні самостійної роботи використовується дослідницький метод.</p>
<p>Політика</p>	<p>Політика щодо академічної доброчесності: очікується, що письмові роботи студентів будуть їх оригінальними дослідженнями чи міркуваннями. Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі студента (списування, відсутність посилань на використані джерела, фабрикація, фальсифікація, обман) є підставою для її незарахування викладачем.</p> <p>Політика щодо відвідування занять: очікується, що студенти відвідуватимуть усі лекції і практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. Відпрацювання пропущених занять згідно графіку консультацій викладача. За об'єктивних причин навчання може відбуватись в он-лайн режимі.</p> <p>Політика щодо дедлайнів і перескладання: студенти мають дотримуватись термінів виконання усіх видів робіт.</p> <p>Політика щодо виконання завдань: позитивно оцінюється відповідальність, старанність, креативність.</p> <p>Політика оцінювання: засоби та критерії оцінювання прописані в робочій програмі дисципліни, розміщеної на платформі Е-навчання Білоцерківського НАУ (Moodle).</p>
<p>Рекомендовані джерела інформації</p>	<p>Основна література</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Назаренко І. Л. Інтелектуальний бізнес: Конспект лекцій. Харків: УкрДУЗТ, 2023. Ч. 3. 63 с. 2. Інноваційний маркетинг: навч. посібник. [Електронний ресурс] / В.В.Барабанова, Г.А. Богатирьова. Кривий Ріг : Вид.ДонНУЕТ, 2022. 145 с. 3. Інтелектуальна власність та патентознавство: підручник / Н. О.

Білоусова, Н. В. Гаврушкевич, М. А. Данильченко та ін.: за ред. проф. П. М. Цибульова та доц. А. С. Ромашко. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2021. 374 с.

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

5. Інтелектуальна власність в галузі комп'ютерингу [Текст] : підручник / О. Б. Вовк [та ін.] ; за наук. ред. В. В. Пасічника. Львів: Новий Світ-2000, 2021. 317 с.

Додаткова література

1. Поврозник П. П. Бюджетно-податкові інструменти стимулювання інноваційного розвитку підприємництва в умовах цифровізації національної економіки. Наукові записки Національного університету «Острозька академія», серія «Економіка», № 30 (58). вересень. 2023 р.

2. Зось-Кіор М. В., Сафронська М., Шевченко А. О., Дунін М. Є. Управління безпековою складовою маркетингових процесів інноваційно орієнтованих підприємств сфери послуг в умовах активізації зовнішньоекономічної діяльності, діджиталізації та реалізації інфраструктурних проектів. *Ефективна економіка*. 2023. № 9.

3. Комерціалізація інновацій в умовах Індустрії 4.0 : монографія / за заг. ред. канд. екон. наук, доц. Л. Ю. Сагер. Суми : Сумський державний університет, 2023. – 385 с.