СИЛАБУС ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ В ПРОДОВОЛЬЧИХ СИСТЕМАХ

спеціальність	**D5 Маркетинг**	**обов'язковість дисципліни**	**обов'язкова циклу професійного спрямування**
освітня програма	**МАРКЕТИНГ**	**факультет**	**управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю**
освітній рівень	**другий (магістерський) рівень**	**кафедра**	**маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом**

ВИКЛАДАЧ

Жегус Олена Валентинівна



Вища освіта – магістр з менеджменту
Науковий ступінь – доктор економічних наук
Вчене звання – професор
Досвід роботи – 26 років
Показники професійної активності з тематики курсу:

- **наявність 5 публікацій у періодичних наукових виданнях**
- **укладач 3 друкованих навчально-методичних праць**
- **5 апробаційних праць**
- **відповідальний виконавець НДР**
- **членкиня ГО «УАМ», ментор та спікер в бізнес-спільнотах RISE, Bis.Co, Board**

телефон	**+380995634020**	**електронна пошта**	**o.zhehus@btu.kharkiv.ua**	**дистанційна підтримка**	**Moodle Zoom**

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ОСВІТНЮ КОМПОНЕНТУ (ДИСЦИПЛІНУ)

Мета	**формування у здобувачів вищої освіти системи знань, маркетингового мислення та практичних навичок щодо виявлення ринкових можливостей, розроблення, обґрунтування, тестування, позиціювання, комерціалізації інновацій у продовольчих системах на засадах людиноцентричності, економічної ефективності, безпечності, доступності, сталості та резильєнтності і розробки стратегії виведення їх на ринок.**
Формат	**лекції, практичні заняття, самостійна робота, індивідуальне завдання, командна робота, дискусії**
Деталізація результатів навчання і форм їх контролю	• **засвоєння здобувачами вищої освіти понятійно-категоріального апарата та методології маркетингу інновацій і теорії продовольчих систем (СК1; Р2, Р9) / відповіді на питання, результати виконання ситуаційного завдання;** • **формування здатності виявляти незадоволені потреби, проблеми, зміни та ринкові можливості для створення продовольчих інновацій (СК1, СК4, СК10; Р9, Р15, Р16) / відповіді на питання, результати виконання ситуаційного завдання;** • **опанування методів генерування, відбору і тестування інноваційних ідей, розроблення ціннісної пропозиції, концепції продукту, прототипу та мінімально життєздатного продукту (СК1, СК4, СК10; Р2, Р9, Р10, Р16) / відповіді на питання, результати виконання ситуаційного завдання;** • **розвиток здатності оцінювати ринкову перспективність і конкурентоспроможність продовольчих інновацій (СК1, СК10; Р9, Р10, Р15, Р16) / відповіді на питання, результати виконання ситуаційного завдання;** • **засвоєння інструментів позиціювання і комерціалізації інновацій на споживчих, промислових та інституційних продовольчих ринках (СК1, СК10; Р4, Р9, Р14, Р16) / відповіді на питання, результати виконання ситуаційного завдання;** • **формування здатності розробляти маркетингову концепцію просування інноваційного продукту в продовольчих системах (СК4, СК10; Р4, Р6, Р10, Р16) / відповіді на питання, результати виконання ситуаційного завдання;** • **набуття навичок розроблення маркетингових рішень щодо продукту, бренду, упаковки, маркування, ціни, каналів розподілу та маркетингових комунікацій (СК1, СК4, СК10; Р9, Р10, Р14, Р16) / результати виконання індивідуального завдання, відповіді на питання, результати виконання ситуаційного завдання;** • **формування здатності управляти маркетингом інновацій у продовольчих системах (СК1, СК10; Р4, Р6, Р7, Р12, Р16) / презентація та захист результатів виконання індивідуального завдання.**
Обсяг і форми контролю	**5 кредитів ECTS (150 годин): 22 годин лекції, 22 годин практичні, самостійна робота – 106 годин;** **підсумковий контроль – іспит.**
Вимоги викладача	**вчасне виконання практичних завдань, активність на заняттях, командна робота, участь в дискусіях, підготовка тез доповіді за тематикою дисципліни**
Умови зарахування	**згідно з навчальним планом**

ВІДПОВІДНІСТЬ СТАНДАРТУ ОСВІТИ І ОСВІТНІЙ ПРОГРАМІ			
Компетентності	**ІК: Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.** **СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.** **СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.** **СК10. Здатність розробляти та обґрунтовувати маркетингові рішення у ланцюгах продовольчих систем з урахуванням цілей сталого розвитку.**	**Програмні результати навчання**	**Р2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.** **Р4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.** **Р6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.** **Р7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.** **Р9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.** **Р10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.** **Р12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.** **Р14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.** **Р15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.** **Р16. Розробляти й обґрунтовувати маркетингові рішення у ланцюгах продовольчих систем (від агровиробництва до кінцевого споживача) в контексті сталого розвитку.**

СТРУКТУРА ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ (ДИСЦИПЛІНИ)					
Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙ В ПРОДОВОЛЬЧИХ СИСТЕМАХ					
Лекція 1	**Сутність та роль маркетингу інновацій в продовольчих системах**	**Семінарське заняття (СЗ 1)**	**Усні відповіді за теоретичним матеріалом, обговорення проблемних питань у вигляді дискусії**	**Самостійна робота**	**Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу. Виконання завдання для самостійної роботи. Підбір та обґрунтування теми індивідуального завдання**
		Практичне заняття (ПЗ 1)	**Аналіз кейсів маркетингу інновацій: обрати світовий або український бренд та визначити проблему або можливість в їх сфері діяльності, необхідний вид інновації,**		
Лекція 2	**Система маркетингу інновацій в продовольчих системах**	**Семінарське заняття (СЗ 2)**	**Усні відповіді за теоретичним матеріалом, обговорення проблемних питань у вигляді дискусії**		
		Практичне заняття (ПЗ 2)	**Побудувати карту системи маркетингу інновацій для обраного підприємства: визначити суб'єкта, ресурси, етапи, інформаційні потоки, точки прийняття рішень і зворотного зв'язку; зазначити ймовірні системні розриви та запропонувати способи їх усунення.**		
Лекція 3	**Маркетингова аналітика у процесі розробки та виведення інновацій на ринок в продовольчих системах**	**Семінарське заняття (СЗ 3)**	**Усні відповіді за теоретичним матеріалом, обговорення проблемних питань у вигляді дискусії**	**Самостійна робота**	**Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу.** **Виконання завдання для самостійної роботи.** **Виконання 1 аналітичного етапу індивідуального завдання**
		Практичне заняття (ПЗ 3)	**Здійснити аналітичну перевірку ринкової можливості для інновації: сформулювати проблему споживача і гіпотезу цінності, проаналізувати тренди, попит, конкурентні альтернативи та бар'єри прийняття; розробити план тестування ключових гіпотез.**		
Лекція 4	**Організація та процес маркетингу інновацій в продовольчих системах**	**Семінарське заняття (СЗ 4)**	**Усні відповіді за теоретичним матеріалом, обговорення проблемних питань у вигляді дискусії**		
		Практичне заняття (ПЗ 4)	**Здійснити брейнштормінг для пошуку ідеї інноваційного продукту, запропонувати 2-3 варіанти з описанням ідеї, проблемами та ризиками, які можуть виникнути, обгрунтувати вибір однієї ідеї та розробити план для її реалізації**		
Лекція 5	**Стратегії маркетингу інновацій в**	**Семінарське заняття (СЗ 5)**	**Усні відповіді за теоретичним матеріалом, обговорення проблемних питань у вигляді дискусії**		

	продовольчих системах				
Лекція 5	**Стратегії маркетингу інновацій в продовольчих системах**	**Практичне заняття (ПЗ 5)**	**Розробити стратегічні альтернативи маркетингу інновацій для обраного бізнес-кейсу: сформувати щонайменше три варіанти, оцінити їх за цінністю для споживача, ринковою перспективністю, ресурсною готовністю, ризиком і швидкістю реалізації; обґрунтувати вибір стратегії.**		
Розділ 2. ПРИКЛАДНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ МАРКЕТИНГУ ІННОВАЦІЙ В ПРОДОВОЛЬЧИХ СИСТЕМАХ					
Лекція 6	**Розробка маркетингової концепції просування інноваційного продукту в продовольчих системах**	**Семінарське заняття (СЗ 6)**	**Усні відповіді за теоретичним матеріалом, обговорення проблемних питань у вигляді дискусії**	**Самостійна робота**	**Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу.** **Виконання завдання для самостійної роботи. Виконання 2 етапу індивідуального завдання – розроблення інноваційного продукту та маркетингової концепції його просування**
		Практичне заняття (ПЗ 6)	**Розбір кейсу та розроблення маркетингової концепції виведення і просування інноваційного продукту**		
Лекція 7	**Товарна інноваційна політика в продовольчих системах**	**Семінарське заняття (СЗ 7)**	**Усні відповіді за теоретичним матеріалом, обговорення проблемних питань у вигляді дискусії**		
		Практичне заняття (ПЗ 7)	**Розбір кейсу та визначення індексу ринкової перспективності інноваційного продукту.**		
Лекція 8	**Ціноутворення на інноваційні продукти в продовольчих системах**	**Семінарське заняття (СЗ 8)**	**Усні відповіді за теоретичним матеріалом, обговорення проблемних питань у вигляді дискусії**		
		Практичне заняття (ПЗ 8)	**Розроблення моделі ціноутворення та стратегії монетизації інноваційного рішення**		
Лекція 9	**Політика розподілу інновацій в продовольчих системах**	**Семінарське заняття (СЗ 9)**	**Усні відповіді за теоретичним матеріалом, обговорення проблемних питань у вигляді дискусії**	**Самостійна робота**	**Опрацювання теоретичних основ прослуханого лекційного матеріалу.** **Виконання завдання для самостійної роботи. Виконання 3 креативного етапу індивідуального завдання – розробка маркетингових активностей щодо просування інноваційного продукту та плану їх реалізації**
		Практичне заняття (ПЗ 9)	**Проєктування системи розподілу інноваційного продукту**		
Лекція 10	**Комплекс маркетингових комунікацій для просування інноваційних продуктів в продовольчих системах**	**Семінарське заняття (СЗ 10)**	**Усні відповіді за теоретичним матеріалом, обговорення проблемних питань у вигляді дискусії**		
		Практичне заняття (ПЗ 10)	**Розроблення комплексу маркетингових комунікацій для запуску рекламної кампанії і виведення інноваційного продукту на ринок**		
Лекція 11	**Управління маркетингом інновацій в**	**Семінарське заняття (СЗ 11)**	**Усні відповіді за теоретичним матеріалом, обговорення проблемних питань у вигляді дискусії**		

	продовольчих системах	**Практичне заняття (ПЗ 11)**	**Розробити систему критеріїв оцінювання результатів упровадження продовольчої інновації та шкалу для обґрунтування управлінського рішення щодо її коригування або масштабування**		

ОСНОВНА ЛІТЕРАТУРА ТА МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

1. Жегус О.В Маркетингове управління в забезпеченні резильєнтності бізнесу в умовах BANI-світу. Бізнес Інформ. 2024. №4. С. 348–359. DOI: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-4-348-359
2. Жегус О.В., Пілюгіна І.С., Пилипенко В.І. Маркетингове забезпечення комерціалізації інноваційних харчових продуктів/ Комерціалізація інновацій : монографія / за ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка, д.е.н., доц. О. А. Біловодської. Суми : Триторія, 2020. С. 214- 232
3. Савицька Н.Л., Жегус О.В, Афанасьєва О.П., Морозов І. Маркетинг харчових продуктів: тренди та виклики: Повноцінне харчування: тренди енергоефективного виробництва, зберігання та маркетингу: колективна монографія / за ред. проф. В. В. Євлаш, проф. В. О. Потапова, проф. Н. Л. Савицької, доц. Л. Ф. Товма. Х. : НАНГУ, 2020. С. 486-516.
4. Жегус О.В., Упатова О.І. Лях А.Б. Маркетинг інновацій харчових продуктів функціонального призначення/ Маркетингове тестування ринкових перспектив товарних інновацій: монографія за ред. за заг. ред. канд. екон. наук Є. І. Нагорного. Суми: Триторія, 2020. 354 с. (С. 321-336)
5. Жегус О.В., Давиденко В.В. Матричний підхід до формування стратегії інноваційного розвитку аграрного підприємства в умовах циркулярної економіки. Проблеми системного підходу в економіці. 2025. Випуск 5 (102). С.13-21. DOI: https://doi.org/10.32782/2520-2200/2025-5-2
6. Жегус О.В. Управління ринковою перспективністю продукту в маркетинговій стратегії підприємства. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг : зб. наук. пр. / [редкол. : В. А. Гросул (відпов. ред.) та ін.]. Харків : ДБТУ, 2026. Вип. 1 (39). С. 206-218. https://economic.strategy.journal.btu.kharkiv.ua/esptssd/uk/

Методичне забезпечення

1. Маркетинг інновацій в продовольчих системах: конспект лекцій для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання / уклад. О.В. Жегус. [Електронне видання]. Харків : ДБТУ, 2025.
2. Маркетинг інновацій в продовольчих системах: збірник завдань для проведення семінарських та практичних занять для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання / уклад. О.В. Жегус. [Електронне видання]. Харків : ДБТУ, 2025.
3. Маркетинг інновацій в продовольчих системах: методичні рекомендації для самостійної та індивідуальної роботи для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання / уклад. О.В. Жегус. [Електронне видання]. Харків : ДБТУ, 2025.

	article/view/286/307		

СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ (https:// biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/09/pol-org-op-25rv1.pdf)

СИСТЕМА		БАЛИ	ДІЯЛЬНІСТЬ, ЩО ОЦІНЮЄТЬСЯ
Підсумкове оцінювання	100 бальна ECTS (стандартна)	до 60	усереднена оцінка за виконання завдань поточного контролю, участь у науковій роботі, інші активності
		до 40	підсумковий контроль (екзамен)
Поточне оцінювання	60 бальна сумарна	0…30	Поточне оцінювання та тестування за розділами
		0…10	Виконання практичних завдань
		0…20	Індивідуальна робота

НОРМИ АКАДЕМІЧНОЇ ЕТИКИ ТА ДОБРОЧЕСНОСТІ

Всі учасники освітнього процесу (в тому числі здобувачі освіти) повинні дотримуватися Кодексу академічної доброчесності Державного біотехнологічного університету (https://library.btu.kharkov.ua/images/docs/KODEKS%20akademicnoi%20dobrocesnosti.pdf) та вимог, які прописані у Положення про академічну доброчесність та етику академічних взаємовідносин (https: https://biotechuniv.edu.ua/wp-content/uploads/2025/10/norm-b-acad-pol1v.pdf) виявляти дисциплінованість, вихованість, поважати гідність один одного, проявляти доброзичливість, чесність, відповідальність.