

Київський університет імені Бориса Грінченка

Факультет економіки та управління

Кафедра міжнародної економіки

«ЗАТВЕРДЖУЮ»  
Проректор з науково-методичної та  
навчальної роботи

  
О.Б. Жильцов  
«    »    2023 р.

## РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

каталог вибіркових дисциплін

КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

для студентів

освітнього рівня першого (бакалаврського)



Київ – 2023

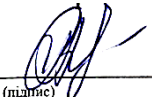
**Розробники:**

*Євтушевська Ольга Володимирівна*, кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки Київського університету імені Бориса Грінченка.

**Викладачі:**


*Євтушевська Ольга Володимирівна*, кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки Київського університету імені Бориса Грінченка

**Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри міжнародної економіки**  
Протокол від 1 вересня 2023 р. № 11.

Завідувач кафедри  А.В. Шлапак  
(підпис)

**Робочу програму перевірено**

1.09.2023 р.

Заступник директора/декана  О.О. Казак

**Пролонговано:**

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), «\_\_»\_\_ 20\_\_ р., протокол №  
\_\_\_\_\_  
(підпис) (ПІБ)

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), «\_\_»\_\_ 20\_\_ р., протокол №  
\_\_\_\_\_  
(підпис) (ПІБ)

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), «\_\_»\_\_ 20\_\_ р., протокол №  
\_\_\_\_\_  
(підпис) (ПІБ)

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), «\_\_»\_\_ 20\_\_ р., протокол №  
\_\_\_\_\_  
(підпис) (ПІБ)

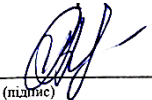
**Розробники:**

*Євтушевська Ольга Володимирівна*, кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки Київського університету імені Бориса Грінченка.

**Викладачі:**


*Євтушевська Ольга Володимирівна*, кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки Київського університету імені Бориса Грінченка

**Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри міжнародної економіки**  
Протокол від 1 вересня 2023 р. № 11.

Завідувач кафедри  А.В. Шлапак  
(підпис)

**Робочу програму перевірено**

1.09.2023 р.

Заступник директора/декана  О.О. Казак

**Пролонговано:**

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), «\_\_»\_\_ 20\_\_ р., протокол №  
\_\_\_\_\_  
(підпис) (ПІБ)

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), «\_\_»\_\_ 20\_\_ р., протокол №  
\_\_\_\_\_  
(підпис) (ПІБ)

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), «\_\_»\_\_ 20\_\_ р., протокол №  
\_\_\_\_\_  
(підпис) (ПІБ)

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_), «\_\_»\_\_ 20\_\_ р., протокол №  
\_\_\_\_\_  
(підпис) (ПІБ)

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання
	денна
<i>Вид дисципліни</i>	Вибіркова дисципліна циклу професійної підготовки.
<i>Мова викладання, навчання та оцінювання</i>	українська
<i>Загальний обсяг кредитів / годин</i>	4/120
<i>Курс</i>	2
<i>Семестр</i>	3
<i>Кількість змістових модулів з розподілом:</i>	4
<i>Обсяг кредитів</i>	4
<i>Обсяг годин, в тому числі:</i>	120
<i>Аудиторні</i>	56 (28л/28с)
<i>Модульний контроль</i>	8
<i>Самостійна робота</i>	56
<i>Форма семестрового контролю</i>	залік

## 2. Мета та завдання навчальної дисципліни

**Мета:** формування знань про комерціалізацію результатів підприємницької діяльності для прийняття обґрунтованих економічних рішень у професійній діяльності.

**Завдання:** вивчення особливостей комерціалізації різних видів продукції, дослідження діяльності конкурентів, розробка маркетингової стратегії діяльності компанії, дослідження комерціалізації продукції через онлайн та телевізійні канали, аналіз особливості комерціалізації інноваційних розробок, вивчення різних видів маркетингу, дослідження специфіки різних видів реклами продукції.

## 3. Результати навчання за дисципліною

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

**знати:** етапи комерціалізації результатів підприємницької діяльності, види конкурентних стратегій, основні види маркетингу, основні канали розподілу продукції, особливості комерціалізації інноваційних розробок;

**вміти:** розрізняти доброчесні та недоброчесні методи комерціалізації продукції, оцінювати ефективність рекламної стратегії, визначати основні методи ціноутворення, обирати правильні канали розподілу для різних видів товарів, оцінювати ефективність просування продукції на ринку.

**володіти наступними компетенціями:**

Загальні компетентності (ЗК)
<b>ЗК4.</b> Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях
<b>ЗК9.</b> Здатність до адаптації та дій у новій ситуації
<b>ЗК8.</b> Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел
Спеціальні (фахові, предметні) компетентності (СК)
<b>СК2.</b> Здатність здійснювати професійну діяльність у відповідності з чинними нормативними та правовими актами.
<b>СК8.</b> Здатність аналізувати та розв'язувати завдання у сфері економічних і соціально-трудових відносин
<b>СК11.</b> Здатність обґрунтовувати економічні рішення на основі розуміння закономірностей економічних систем і процесів та із застосуванням сучасного методичного інструментарію.
<b>СК12.</b> Здатність самостійно виявляти проблеми економічного характеру при аналізі конкретних ситуацій, пропонувати способи їх вирішення.
<b>СКУ15.</b> Здатність обґрунтовувати економічні рішення і критерії оцінювання ефективності проєктів муніципального значення.
Нормативний зміст підготовки здобувачів вищої освіти, сформульований у термінах результатів навчання
<b>РН4.</b> Розуміти принципи економічної науки, особливості функціонування економічних систем
<b>РН9.</b> Усвідомлювати основні особливості сучасної світової та національної економіки, інституційної структури, напрямів соціальної, економічної та зовнішньоекономічної політики держави
<b>РН15.</b> Демонструвати базові навички креативного та критичного мислення у дослідженнях та професійному спілкуванні.
<b>РН18.</b> Використовувати нормативні та правові акти, що регламентують професійну діяльність.
<b>РН22.</b> Демонструвати гнучкість та адаптивність у нових ситуаціях, у роботі з новими

об'єктами, та у невизначених умовах
<b>РН24.</b> Демонструвати здатність діяти соціально відповідально та свідомо на основі етичних принципів, цінувати та поважати культурне різноманіття, індивідуальні відмінності людей.
<b>РНУ28.</b> Вміти здійснювати техніко-економічне обґрунтування впровадження інноваційних та інвестиційних проектів, а також розробки стартап-проектів, орієнтованих на підвищення ефективності функціонування муніципальної економіки.

#### 4. Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Розподіл год. між видами роб.					
	денна форма					
	Усього	у тому числі				
л.		сем.	м.к.	інд.	с.р.	
<b>Змістовий модуль 1. Теоретичні основи навчальної дисципліни</b>						
<b>Тема 1.</b> Предмет, зміст і задачі навчальної дисципліни “Комерціалізація результатів підприємницької діяльності”.	10	2	2	-	-	6
<b>Тема 2.</b> Комерціалізація товарів і послуг	12	2	2	-	-	8
<b>Модульна контрольна робота</b>	2					
<b>Разом за змістовим модулем 1</b>	<b>24</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>14</b>
<b>Змістовий модуль 2. Етапи комерціалізації продукції</b>						
<b>Тема 3.</b> Вивчення поведінки конкурентів	10	2	2	-	-	6
<b>Тема 4.</b> Пошук каналів розподілу продукції	10	2	2	-	-	4
<b>Тема 5.</b> Розробка маркетингової стратегії	12	6	4	-	-	4
<b>Модульна контрольна робота</b>	2					
<b>Разом за змістовим модулем 2</b>	<b>34</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>14</b>
<b>Змістовий модуль 3. Форми комерціалізації продукції</b>						
<b>Тема 6.</b> Комерціалізація товарів в онлайн та телевізійній торгівлі	14	4	4	-	-	6
<b>Тема 7.</b> Інструменти комерціалізації продукції	12	2	4	-	-	6
<b>Тема 8.</b> Добросесні та недобросесні форми комерціалізації	10	4	4	-	-	2
<b>Модульна контрольна робота</b>	2					
<b>Разом за змістовим модулем 3</b>	<b>38</b>	<b>10</b>	<b>12</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>14</b>
<b>Змістовий модуль 4. Комерціалізація інновацій</b>						
<b>Тема 9.</b> Комерціалізація інноваційних розробок	10	2	2	-	-	6
<b>Тема 10.</b> Попит на товари-новинки	12	2	2	-	-	8
<b>Модульна контрольна робота</b>	2					
<b>Разом за змістовим модулем 4</b>	<b>24</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>14</b>
<b>Усього годин</b>	<b>120</b>	<b>28</b>	<b>28</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>56</b>

#### 5. Програма навчальної дисципліни

##### Змістовий модуль 1.

**Тема 1.** Предмет, зміст і задачі навчальної дисципліни “Комерціалізація результатів підприємницької діяльності”.

Характер, зміст і предмет навчальної дисципліни “Комерціалізація результатів підприємницької діяльності”. Умови і передумови виникнення дисципліни. Структура і логіка побудови навчальної дисципліни. Зв'язок навчальної дисципліни “Комерціалізація результатів підприємницької

діяльності ” з іншими науками. Поняття і суть процесу комерціалізації результатів підприємницької діяльності.

**Тема 2.** Комерціалізація товарів і послуг  
Особливості комерціалізації товарів у сучасних умовах.  
Комерціалізація послуг, специфіка та перешкоди.

### **Змістовий модуль 2.**

**Тема 3.** Вивчення поведінки конкурентів  
Типи конкурентів. Основні види конкурентних стратегій. Етична та неетична конкуренція. Конкуренція за канали розподілу. Концепції «червоного» та «блакитного» океанів. Ринкові ніші. Формування конкурентної переваги. Позичування продукції.

**Тема 4.** Пошук каналів розподілу продукції  
Види каналів розподілу продукції. Оптові та роздрібні канали. Онлайн та офлайн канали. Переваги та недоліки різних видів каналів розподілу товарів. Критерії вибору каналів дистрибуції.

**Тема 5.** Розробка маркетингової стратегії  
Сутність маркетингової стратегії. Етапи та цілі стратегії. Види маркетингових стратегій. Основні складники стратегії маркетингової діяльності.

### **Змістовий модуль 3.**

**Тема 6.** Комерціалізація товарів в онлайн та телевізійній торгівлі  
Комерціалізація продукції через онлайн канали. Переваги та недоліки електронної комерції. Комерціалізація товарів через телевізійні канали. Переваги та недоліки телевізійної торгівлі.

**Тема 7.** Інструменти комерціалізації продукції  
Основні інструменти комерціалізації продукції. Сторітелінг як інструмент комерціалізації. Продакт плейсмент. Розробка логотипу компанії та дизайну продукції. Ціноутворення.

**Тема 8.** Доброчесні та недоброчесні форми комерціалізації  
Доброчесні методи комерціалізації продукції. Неетичні методи просування продукції на ринку. Вплив недоброчесних форм комерціалізації на поведінку споживачів.

### **Змістовий модуль 4.**

**Тема 9.** Комерціалізація інноваційних розробок  
Етапи комерціалізації інноваційних розробок. Джерела фінансування інноваційних і науково-технічних розробок. Реклама інновацій. Особливості комерціалізації інноваційних розробок.

**Тема 10.** Попит на товари-новинки

Типи споживачів залежно від ставлення до товарів-новинок. Чинники попиту на інноваційну продукцію. Інноваційний промисловий дизайн.

### Контроль навчальних досягнень

#### Система оцінювання навчальних досягнень студентів

№ з/п	Вид діяльності студента	Макс. кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3		Модуль 4	
			Кількість одиниць	Максимальна кількість	Кількість одиниць	Максимальна кількість	Кількість одиниць	Максимальна кількість	Кількість одиниць	Максимальна кількість
1	Відвідування лекцій	1	3	3	4	4	4	4	3	3
2	Відвідування семінарських (практичних) занять	1	3	3	4	4	4	4	3	3
3	Виконання завдань для самостійної роботи	5	3	15	4	20	4	20	3	15
4	Робота на практичних (семінарських) заняттях	10	3	30	4	40	4	40	3	30
5	Виконання модульної контрольної роботи	25	1	25	1	25	1	25	1	25
Разом				76		93		93		76
Залік			-							
Максимальна кількість балів:			338							
Розрахунок коефіцієнта:			$338 / 100 = 3,38$							

#### Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	Бали
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. Теоретичні основи навчальної дисципліни</b>			
1	Сутність процесу комерціалізації продукції	2	5
2	Приклади успішних конкурентних стратегій	2	5
3	Приклади застосування сарафанного радіо	2	5
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 2. Етапи комерціалізації продукції</b>			
4	Реклама продукції	4	5
5	Приклади вдалого використання каналів розподілу	4	5
6	Основні види маркетингу	4	5
7	Оптові та роздрібні канали розподілу продукції	4	5
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 3. Форми комерціалізації продукції</b>			
8	Діяльність онлайн-магазинів	4	5
9	Приклади вдалих і невдалих логотипів компаній	4	5
10	Приклади недоброчесної комерціалізації продукції	4	5
11	Телевізійна торгівля	4	5
<b>ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 4. Комерціалізація інновацій</b>			
12	Приклади успішних вітчизняних інноваційних розробок	8	5
13	Приклади невдалих інновацій	6	5
14	Приклади вітчизняних стартапів	4	5
<b>Разом</b>		56	70

#### Форми проведення модульного контролю та критерії оцінювання

Поточний контроль за результатами виконання контрольних (модульних) робіт передбачає оцінювання теоретичних знань та практичних умінь і навичок, які студент набув після завершення вивчення навчального матеріалу змістового модуля з дисципліни. Виконання модульних контрольних робіт здійснюється в аудиторії.



Модульний контроль проводиться у формі контрольної роботи за кожним модулем. Контрольні (модульні) роботи включають тестування, відповіді на теоретичні питання, розв'язання практичних завдань та ситуацій.

Сума балів, накопичених студентом за виконання модульних контрольних робіт свідчить про ступінь оволодіння ним програмою навчальної дисципліни на конкретному етапі її вивчення.

Критерії оцінювання модульного контролю з дисципліни наступні:

*20-25 балів* – у повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самостійно та аргументовано його викладає під час відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань, тестових та практичних завдань.

*15-20 балів* – достатньо повно володіє навчальним матеріалом, але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки.

*10-15 балів* – в цілому володіє навчальним матеріалом та викладає його основний зміст, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки.

*1-10 балів* – не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом, фрагментарно (без аргументації та обґрунтування) його викладає, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності.

*0 балів* – не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань.

### **Форми проведення та критерії оцінювання модульного контролю**

<b>Модулі</b>	<b>Теми дисципліни</b>	<b>Форма контролю</b>	<b>Максимальна сума балів</b>
I	Теми 1, 2 згідно з тематичним планом дисципліни	контрольна робота	25 балів
II	Теми 3,4,5 згідно з тематичним планом дисципліни	контрольна робота	25 балів
III	Теми 6,7,8 згідно з тематичним планом дисципліни	контрольна робота	25 балів
IV	Теми 9,10 згідно з тематичним планом дисципліни	контрольна робота	25 балів

### **Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання**

Семестровий контроль – це підсумкове оцінювання результатів навчання студента за семестр, що здійснюється в університеті у формі заліку. Підсумковий семестровий контроль проводиться за результатами поточного контролю та оцінюється від 0 до 100 балів, що переводиться у національну шкалу та шкалу ECTS для отримання рейтингової оцінки знань студента.

**Шкала відповідності оцінок.**

90 – 100	A
82-89	B
75-81	C
69-74	D
60-68	E
35-59	FX
1-34	F

## 7. Навчально-методична карта дисципліни (модуля)

Разом: 120 год., із них: лекції – 28 год., семінарські заняття – 28 год., модульний контроль – 8 год., самостійна робота – 56 год

Модулі (назви, бали)	1. Змістовий модуль 1 (76 балів)		2. Змістовий модуль 2. (93 бали)			3. Змістовий модуль 3. (93 бали)			4. Змістовий модуль 4. (76 балів)	
Теми	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.
Лекції (теми, бали)	<b>Тема 1.</b> Предмет, зміст і задачі навчальної дисципліни «Комерціалізація результатів підприємницької діяльності» (1бал)	<b>Тема 2.</b> Комерціалізація товарів і послуг (1бал)	<b>Тема 3.</b> Вивчення поведінки конкурентів (1бал)	<b>Тема 4.</b> Пошук каналів розподілу продукції (1бал)	<b>Тема 5.</b> Розробка маркетингової стратегії (3бал)	<b>Тема 6.</b> Комерціалізація товарів в онлайн та телевізійній торгівлі (2бал)	<b>Тема 7.</b> Інструменти комерціалізації продукції (1бал)	<b>Тема 8.</b> Доброчесні та недоброчесні форми комерціалізації (2бал)	<b>Тема 9.</b> Комерціалізація інноваційних розробок (1бал)	<b>Тема 10.</b> Попит на товари-новинки (1бал)
Практичні заняття (теми, бали)	<b>Тема 1.</b> Предмет, зміст і задачі навчальної дисципліни «Комерціалізація результатів підприємницької діяльності» (11 бал.)	<b>Тема 2.</b> Комерціалізація товарів і послуг (11 бал.)	<b>Тема 3.</b> Вивчення поведінки конкурентів (11 бал.)	<b>Тема 4.</b> Пошук каналів розподілу продукції (11 бал.)	<b>Тема 5.</b> Розробка маркетингової стратегії (22 бал.)	<b>Тема 6.</b> (Комерціалізація товарів в онлайн та телевізійній торгівлі 22 бал.)	<b>Тема 7.</b> Інструменти комерціалізації продукції ( 22 бал.)	<b>Тема 8.</b> Доброчесні та недоброчесні форми комерціалізації (22 бал.)	<b>Тема 9.</b> Комерціалізація інноваційних розробок (11 бал.)	<b>Тема 10.</b> Попит на товари новинки (11 бал.)
Самостійна робота 5*14=70 балів										
Поточний контроль Модульна контрольна робота 1,2,3,4*25=100 балів										
Сума за семестр 338, коефіцієнт переведення у 100-бальну шкалу 3,38										
Загалом 100										

## 8. Рекомендовані джерела

### Основна (базова)

1. Гаєвська Л. М. Підприємницька діяльність : підручник / Л. М. Гаєвська, О. І. Марченко ; Державна фіскальна служба України, Університет ДФС України – Ірпінь, 2019. 500 с.
3. Основи підприємництва: Підручник / [ Біляк Т.О., Бірюченко С.Ю., Бужимська К.О., та ін.]; під заг. ред. Н.В. Валінкевич. Житомир : ЖДТУ, 2019. – 492 с.
4. Підприємництво [Текст] : підручник / С. В. Панченко, В. Л. Дикань, О. В. Шраменко [та ін.]. – Харків : УкрДУЗТ, 2018. Ч. 1. Теоретичні основи організації підприємницької діяльності. – 241 с.
5. Підприємництво [Текст] : підручник / С. В. Панченко, В. Л. Дикань, О. В. Шраменко [та ін.]. Харків : УкрДУЗТ, 2018. Ч. 2. Реалізація підприємницької діяльності у сучасних ринкових умовах. 228 с.
6. Педько А. Основи підприємництва та бізнес-культури. К. 2019. 168 с.
7. Карпенко А.В., Ю.С. Кононенко Стратегічне значення комерціалізації для інноваційного розвитку національної економіки. Економіка та організація управління. 2017. № 1(25). С. 190 – 200.
8. Фоміна Є.В. Комерціалізація наукових розробок як основний елемент інноваційної економіки Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. 2017. № 6. С. 124 – 128.

### 9. Додаткові ресурси

9. Беляк Є.В., Євтушевська О.В. Сторітелінг у процесі комерціалізації результатів підприємницької діяльності. Економіка та держава. 2022. № 1. С. 75 – 78.
10. Пермінова С.О. Комерціалізація інновацій: конспект лекцій. К. 2020. 127 с. URL [https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/40739/1/Komerts\\_innov.pdf](https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/40739/1/Komerts_innov.pdf)
11. Чугрій Н.А. Комерціалізація інтелектуальної власності як необхідна передумова інноваційного розвитку підприємства Причорноморські економічні студії. 2017. № 17. С. 137 – 141.
12. Закон України “Про основи державної політики у сфері науки і науково-технічної діяльності” від 13.12.91 р. №1977 – XII // Відомості Верховної Ради України. 1992. №12, ст.165.
13. Закон України “Про інноваційну діяльність” від 04.07.2002 № 40-IV // Урядовий кур’єр. 2002. № 143. С. 5-12.