



Силабус курсу МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА

Ступінь вищої освіти – бакалавр
Освітньо-професійна програма “Маркетинг”

Рік навчання: IV, Семестр: VII

Кількість кредитів: 5 Мова викладання: українська

Керівник курсу

ПІП

к.е.н., доц. Дудар Володимир Тарасович

Контактна інформація

volodddar@yahoo.com, +380679604886

Опис дисципліни

Дисципліна “Маркетингова товарна політика” спрямована на формування у студентів комплексу знань і умінь з формування і ефективного управління товарною політикою сучасного підприємства в руслі концепції маркетингу. Основне завдання курсу навчання студентів теоретико-методологічним і методичним основам планування асортименту продукції, принципам і методам оптимізації товарної політики, підходам до розробки нової продукції, освоєння методів визначення якості і конкурентоспроможності продукції, підходів до розробки упаковки і марочної політики.

Структура курсу

Години (лек. / сем.)	Тема	Результати навчання	Завдання
2 / 2	1. Сутність і завдання товарної політики підприємства	Розуміти сутність і роль товарної політики в діяльності підприємства. Вміти пояснити основне завдання товарної політики в сучасній економіці. Вміти розробляти програму товарної політики організації.	Тести, питання
4 / 4	2. Товари і послуги як об'єкти товарної політики	Вміти визначати місце товару в маркетинговій діяльності підприємства. Виділяти характерні відмінності між товарами та послугами. Розуміти поняття номенклатура й асортимент продукції, а також їх показники.	Кейси, ситуаційні завдання, тести
4 / 4	3. Якість продукції та методи її оцінювання	Опанувати основні поняття і показники якості продукції, вміти використовувати основні методи її оцінювання. Засвоїти головне призначення і зміст стандартів серії ISO, а також розуміння процесу управління якістю.	Ситуаційна завдання, задачі, тести

2 / 2	4. Конкуреноспроможність товару та її показники	Вміти визначати конкуреноспроможність товару, за допомогою низки показників, а також рейтинг товару. Вміти аналізувати цінові і нецінові критерії конкуреноспроможності.	Задачі, ситуаційні вправи
4 / 4	5. Маркетингові дослідження товарного ринку	Засвоїти методику проведення маркетингових досліджень ринку. Вміти організувати процес маркетингового дослідження щодо підприємств конкурентів, а також споживчих ринків.	Ситуаційні завдання
2 / 2	6. Цільовий ринок товару і методика його вибору	Вміти обирати цільовий ринок для підприємства через його сегментацію. Навчитися правильно обирати позицію товару з метою його як найкращої ідентифікації для цільової аудиторії.	Тести, питання, ситуаційні завдання
4 / 4	7. Планування і розробка нового продукту	Вміти поетапно планувати розробку нової продукції. Оцінка можливостей створення нового продукту.	Кейси, ситуаційні завдання, тести
4 / 4	8. Призначення та види ідентифікування продукції	Вміти правильно обирати корпоративну символіку підприємства: ім'я товарної марки, кольорову гамму торгового знака. Обирати правильну стратегію просування торгової марки.	Ситуаційні завдання, тести
2 / 2	9. Упаковка в системі планування продукту	Вміти правильно визначати структуру товарного маркування. Розробляти упаковку для підвищення комунікації зі споживачами.	Ситуаційні завдання, тести
2 / 2	10. Сервіс у системі товарної політики	Засвоїти особливості сервісного обслуговування в діяльності господарюючого суб'єкта.	Ситуаційні завдання, тести

Літературні джерела

1. Біловодська О. А. Маркетингова товарна політика: практикум [Текст]: навч. посіб. / О.А. Біловодська, В.В. Журило. – К.: ЦУЛ, 2023. – 236 с.
2. Бочарова О.В. НАССР і системи управління безпечністю харчової продукції Одеса 2. 2019. с .376
3. Давидова О.Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві: підручник / О.Ю. Давидова. – Х.: Вид-во Іванченка І.С., 2020. – 488 с.
4. Ілляшенко С.М. Маркетингова товарна політика: Підручник. – Суми: ВТД – Університетська книга, 2023. – 234 с.
5. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С. Товарна інноваційна політика: Підручник. – Суми: ВТД – Університетська книга, 2023. – 281 с.
6. Крикавський Є., Дейнега І., Дейнега О., Косар Н. Маркетингова товарна політика: підручник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2022. 376 с.
7. Лялюк А.М. Маркетингова товарна політика: конспект лекцій. – Луцьк: Вид-во КП ІА «Волиньенергософт», 2022. – 104 с.
8. Маркетингова товарна політика: практикум / уклад.: А.В. Шевченко, О.С. Борисенко, Ю.В. Фісун,

- О.М. Крапко. – К.: НАУ, 2022. – 68 с.
9. Окландер М. Маркетингова товарна політика: навч. посібн. – К.: Центр навчальної літератури, 2020. – 248 с.
10. Пелеха Ю.І., Пелеха О.Ю. Маркетинг інформаційних продуктів і послуг Навч. посібник. – К.: Видавництво Ліра-К. 2013. – 480 с.
11. Райко Д.В., Шипуліна Ю.С. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. / Д. В. Райко, Ю. С. Шипуліна. – Суми : Триторія, 2022. – 158 с.
12. Товарознавство: практикум / уклад.: Ю.В. Фісун, О.С. Борисенко, А.В. Шевченко, О.М. Крапко. – К.: НАУ, 2022. – 48 с.

Політика оцінювання

- **Політика щодо дедлайнів та перескладання:** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-20 балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
- **Політика щодо академічної доброчесності:** Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування (наприклад, програма Kahoot).
- **Політика щодо відвідування:** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбутись в он-лайн формі за погодженням із керівником курсу.

Оцінювання

Остаточна оцінка за курс розраховується наступним чином:

Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3	Модуль 4	Модуль 5
10%	10%	10%	10%	5%	15%	40%
Поточне оцінювання	Модульний контроль 1	Поточне оцінювання	Модульний контроль 2	Тренінги	Самостійна робота	Екзамен
Визначається як середнє арифметичне оцінок, отриманих під час практичних занять 1-7 (кожен здобувач оцінується не рідше як раз на два заняття). Пропуски відпрацьовуються у час консультацій, інакше оцінка =0 та враховується при визначенні середнього арифметичного оцінки.	Середнє арифметичне за оцінками завдань в MOODLE за темами 1-6. у позааудиторний час.	Визначається як середнє арифметичне оцінок, отриманих під час практичних занять 8-15 (кожен здобувач оцінується не рідше як раз на два заняття). Пропуски відпрацьовуються у час консультацій, інакше оцінка =0 та враховується при визначенні середнього арифметичного оцінки.	Середнє арифметичне за оцінками завдань в MOODLE за темами 6-10. у позааудиторний час.	Оцінка, отримана під час тренінгу за виконання завдання тренінгу.	Виконання самостійної роботи з курсу	1) Тестові завдання. (10 тестів по 3 бали) – тах 30 балів. 2) Задача – тах 30 балів. 3) Виконання ситуаційного завдання – тах 40 балів.

Шкала оцінювання студентів:

ECTS	Бали	Зміст
A	90-100	відмінно
B	85-89	добре
C	75-84	добре
D	65-74	задовільно
E	60-64	достатньо
FX	35-59	незадовільно з можливістю повторного складання
F	1-34	незадовільно з обов'язковим повторним курсом