

## Маркетингова товарна політика

### **Заплановані результати навчання:**

**Мета вивчення навчальної дисципліни:** формування у студентів знань з розробки і реалізації маркетингової товарної політики, набуття практичних навичок із планування та розробки товарів.

**Основні завдання навчальної дисципліни:** вивчення теоретичних основ маркетингової товарної політики, значення товару, формування його ціни, якості та конкурентоспроможності, визначення цільового ринку, особливостей планування і розробки нового товару, дослідження його життєвого циклу, стратегії використання товарних марок та упаковки.

### **Компетентності:**

*загальні:*

ЗК 11. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

*фахові (спеціальні):*

СК 16. Уміння розробляти елементи продуктової, цінової, збутової, кредитної, інвестиційної та зовнішньоекономічної політики суб'єктів господарювання.

### **Програмні результати навчання:**

ПРН 26. Набути навички розробки продуктової, цінової, збутової, кредитної, інвестиційної та зовнішньоекономічної політики підприємства.

### **Програма навчальної дисципліни**

Тема 1. Товари та послуги в маркетинговій діяльності.

Тема 2. Ціна та якість товару.

Тема 3. Конкурентоспроможність товару та її показники.

Тема 4. Ринок товарів і послуг.

Тема 5. Формування попиту на ринку окремого товару.

Тема 6. Цільовий ринок товару і методика його вибору.

Тема 7. Товарна політика підприємства.

Тема 8. Життєвий цикл товару на ринку.

Тема 9. Планування нового продукту та розробка товарів.

Тема 10. Товарні марки та упаковка.

### **Трудомісткість:**

Загальна кількість годин 120 год.

Кількість кредитів 4,0.

Форма семестрового контролю – залік.