

Маркетингова товарна політика

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни: формування у студентів знань з формування 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 12. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

фахові:

СК 6. Здатність діяти соціально відповідально і свідомо.

Програмні результати навчання:

РН 04. Демонструвати навички виявлення проблеми та обґрунтування управлінських рішень.

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