МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА

Мета: надання здобувачам вищої освіти сучасної системи поглядів та спеціальних знань у галузі маркетингу, набуття практичних навичок щодо планування та розробки товарів, з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства.

Завдання: формування у здобувачів вищої освіти цілісної системи знань про теоретичні та методологічні основи маркетингової товарної політики, значення товару в маркетинговій діяльності його ціни, якості та конкурентоспроможності; набуття практичних навичок і вмінь із планування і розробки нового товару й дослідження його життєвого циклу.

Предмет дисципліни: є методи і процеси формування товарної політики підприємства, планування і розробки нових товарів, упаковки і торгової марки.

Інформаційний обсяг 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.