

МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни: 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.

Основні завдання навчальної дисципліни: 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.

Компетентності:

загальні:

ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК 9. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.

фахові (спеціальні):

ФК 3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

ФК 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

ФК 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.

ФК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

ФК 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання:

ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення

ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

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 150 год

Кількість кредитів 5,0

Форма семестрового контролю екзамен