

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:

- здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях, виявляти, ставити та вирішувати завдання у сфері професійної діяльності;
- здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел;
- здатність ініціювати заходи щодо збереження навколишнього природного середовища та здійснення безпечної діяльності.

фахові (спеціальні):

- здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо формування товарного портфелю підприємства;
- здатність застосовувати інноваційні підходи для розвитку діяльності підприємств;
- здатність визначати та оцінювати характеристики товарів і послуг в підприємницькій діяльності.

Програмні результати навчання:

- організовувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері діяльності підприємства;
- володіти методами та інструментарієм для обґрунтування управлінських рішень щодо створення й функціонування підприємств;
- знати та вміти формувати асортимент товарів для здійснення підприємницької діяльності.

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.

Трудовісність:

Загальна кількість годин 150 год.

Кількість кредитів 5,0.

Форма семестрового контролю залік.