

МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни: формування у студентів системи поглядів та спеціальних знань з формування і реалізації маркетингової товарної політики, набуття практичних навичок із планування та розробки товарів, з урахуванням потреб споживачів цільового ринку.

Основні завдання навчальної дисципліни: вивчення теоретичних та методологічних основ маркетингової товарної політики, значення товару в маркетинговій діяльності, 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 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

фахові (спеціальні):

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

ФК 9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.

ФК 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання:

ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

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

ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

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