



## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА»



Галузь знань		07 «Управління і адміністрування»		Освітній рівень		бакалавр		Мова викладання	
Спеціальність		075 «Маркетинг»		Семестр		6		українська	
Освітньо-професійна програма		«Маркетинг»		Тип дисципліни		обов'язкова			
Факультет		Економіки і менеджменту		Кафедра		Менеджмент			
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:						
	6	180	Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка	Вид контролю	
			36	-	36	-	108	Екзамен	

### ВИКЛАДАЧІ

**Бурцева Олена Єгорівна, [burtseva74elena@gmail.com](mailto:burtseva74elena@gmail.com)**



Кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту ДДМА.

Досвід роботи - більше 17 років.

Автор понад 20 наукових та навчально-методичних праць.

Провідний лектор з дисциплін: «Промисловий маркетинг», «Маркетинговий аудит», «Маркетинговий менеджмент», «Медіапланування», «Цифровий маркетинг».

### АНОТАЦІЯ КУРСУ

#### Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	«Економіка підприємства», «Маркетинг», «Маркетинг промислового підприємства», «Маркетингові дослідження».
Освітні компоненти для яких є базовою	Кваліфікаційна робота ОКР бакалавр

**Компетенції відповідно до освітньо-професійної програми**

**Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)**

**Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетенції**

**ЗК3.** Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.  
**ЗК4.** Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.  
**ЗК 5.** Визначеність і наполегливість щодо поставлених завдань і взятих обов'язків.  
**ЗК6.** Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.  
**ЗК7.** Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.  
**ЗК12.** Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).  
**ЗК13.** Здатність працювати в міжнародному контексті.

**СК 1.** Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.  
**СК3.** Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.  
**СК4.** Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.  
**СК5.** Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.  
**СК6.** Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.  
**СК8.** Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.  
**СК9.** Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.  
**СК10.** Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.  
**СК11.** Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

**Результати навчання відповідно до освітньо-професійної (програмні результати навчання – ПРН)**

**ПРН 3.** Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.  
**ПРН 8** Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.  
**ПРН 9** Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.  
**ПРН 14** Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.  
**ПРН 19** Реалізовувати функції маркетингу в умовах промислового виробництва та B2B-ринку

## ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

<b>Анотація</b>	Навчальна дисципліна «Маркетингова товарна політика» задля теоретичної і практичної підготовки здобувачів освіти щодо здійснення маркетингової товарної політики підприємства, зокрема вивчення цілей та сутності маркетингової товарної політики, вироблення навиків у встановленні вимог до якості та конкурентоспроможності товару, уміння приймати маркетингові рішення на різних етапах життєвого циклу товару, володіння навиками планування нового продукту і розроблення товару, уміти ідентифікувати продукцію, знати основи технології брендингу.
<b>Мета</b>	формування у здобувачів освіти наукового світогляду і глибоких знань з теорії маркетингової товарної політики, набуття умінь і навичок конкретної маркетингової товарної політики підприємства
<b>Формат</b>	Лекції (очний, дистанційний формат), практичні заняття (очний, дистанційний формат), консультації (очний, дистанційний формат), самостійна робота студента, індивідуальні завдання, підсумковий контроль –іспит (очний, дистанційний формат)
<b>«Правила гри»</b>	<p><b>Політика щодо дефлайнів та перескладання:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали.</li><li>✓ Починаючи з другого заняття, на якому студент був відсутній без поважних причин, він зобов'язаний його відпрацювати у встановленому порядку</li><li>✓ Порядок ліквідації заборгованостей пропущених занять погоджується між викладачем та студентом і може бути виконана у вигляді усної відповіді, підготовки короткого повідомлення на практичному занятті чи розгорнутого реферату на певну тему.</li></ul> <p><b>Політика академічної доброчесності:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Списування (копіювання тексту) під час виконання письмових контрольних робіт та екзаменів заборонені.</li><li>✓ Користування мобільними пристроями допускається лише з дозволу викладача під час онлайн-тестування та підготовки практичних завдань.</li><li>✓ Самостійні роботи у вигляді рефератів, доповідей, презентацій повинні мати коректні текстові посилання на використані інформаційні джерела.</li><li>✓ Презентації та виступи мають бути авторськими, оригінальними.</li></ul>

## СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ

СТРУКТУРА ДИСЦИПЛІНИ					
<b>Лекція 1</b>	Сутність, зміст і завдання товарної політики підприємства	<b>Практичне заняття 1</b>	Цілі та сутність товарної політики	Самостійна робота	Товарна стратегія відомих брендів.
<b>Лекція 2</b>	Товари та послуги в маркетинговій діяльності	<b>Практичне заняття 2</b>	Товар та послуги як категорії маркетингу. Класифікація товарів та послуг.		На прикладі самостійно обраного товару чи послуги опишіть три різних рівні товару: за задумом, у реальному виконанні, з підкріпленням.
<b>Лекція 3,4</b>	Ціна в системі ринкових характеристик товару	<b>Практичне заняття 3,4</b>	Політика ціноутворення: сутність, зміст та види. Методи ціноутворення.		Проаналізувати види цін за наступними ознаками: за характером обороту, за ступенем коригування, за способом фіксації цін.
<b>Лекція 5</b>	Якість продукції та методи її оцінювання	<b>Практичне заняття 5,6</b>	Зміст та значення якості товару, її показники. Оцінювання якості продукції. Управління якістю продукції. Модульна контрольна робота 1		Індекс дефектності виробу його розрахунок.
<b>Лекція 6,7</b>	Конкурентоспроможність товару та її показники.	<b>Практичне заняття 7</b>	Зміст та значення конкурентоспроможності товару. Порядок оцінювання конкурентоспроможності товару.		Імідж товару та чинники що його визначають.
<b>Лекція 8</b>	Ринок товарів і послуг	<b>Практичне заняття 8</b>	Зміст ринку з точки зору маркетингу. Інфраструктура ринку товарів та послуг. Тенденції розвитку ринку товарів та послуг.		Кон'юнктура ринку та його місткість
<b>Лекція 9</b>	Формування попиту на ринку окремого товару	<b>Практичне заняття 9</b>	Економічні теорії споживчої поведінки		Оцінка поточного та майбутнього попиту на товар
<b>Лекція 10,11</b>	Маркетингові дослідження товарного ринку	<b>Практичне заняття 10, 11</b>	Сутність, структура та основні об'єкти маркетингових досліджень. Етапи і методи маркетингових досліджень. Формування звітності за результатами маркетингових досліджень. Модульна контрольна робота 2		Інформація у маркетингу та її джерела
<b>Лекція 12</b>	Цільовий ринок товару і методика його вибору	<b>Практичне заняття 12</b>	Призначення та зміст сегментування ринку. Методика вибору цільового ринку. Види маркетингу на цільовому ринку		Визначте та охарактеризуйте ринковий сегмент будь-якого виробу, властивості і технічні характеристики якого Вам добре відомі.
<b>Лекція 13, 14</b>	Організація управління продуктом.	<b>Практичне заняття 13, 14</b>	Асортиментна політика підприємства. Визначення ефективності асортиментної політики.		Товарна лінія підприємства, її аналіз
<b>Лекція 15</b>	Життєвий цикл товару	<b>Практичне заняття 15</b>	Концепція та етапи життєвого циклу товару. Управління життєвим циклом товару. Стратегія маркетингу на різних етапах життєвого циклу товару.		Різновиди кривих життєвого циклу товару (на прикладі конкретних товарів)
<b>Лекція 16</b>	Планування нового продукту і розроблення товару	<b>Практичне заняття 16</b>	Планування нового продукту і розроблення товару. Передумови створення і освоєння нових. Планування та створення нових товарів.		Запропонуйте ідею нового товару чи послуги та розробіть заходи щодо виходу з ними на ринок на основі процедури планування та створення нового продукту, розглянутої в цьому розділі
<b>Лекція 17</b>	Призначення та види ідентифікування продукції	<b>Практичне заняття 17</b>	Товарна марка, знак та бренд як способи ідентифікування продукції. Штрихове кодування інформації.		
<b>Лекція 18</b>	Упаковка в системі планування продукту	<b>Практичне заняття 18</b>	Зміст і значення упаковки продукції, вимоги до упаковки продукції. Процес розробки упаковки продукції.		Розробіть нову упаковку для самостійно обраного товару яка б відповідала всім вимогам які ставляться до упаковки і виконувала всі необхідні функції.

## МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран;  
Інформаційний ресурс - SMIDA (Stock market infrastructure development agency of Ukraine) <https://smida.gov.ua/db>  
Система дистанційного навчання і контролю Moodle – <http://moodle-new.dgma.donetsk.ua/course/view.php?id=2090>



## ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

Основна література

1. Ілляшенко С.М. Маркетингова товарна політика: Підручник. – Суми: ВТД –Університетська книга, 2023. – 234 с.
2. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С. Товарна інноваційна політика: Підручник. –Суми: ВТД – Університетська книга, 2023. – 281 с.
3. Крикавський Є., Дейнега І., Дейнега О., Косар Н. Маркетингова товарна політика: підручник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2022. 376 с
4. Окландер М, Кірносова М. Маркетингова товарна політика: навч. посібн. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 200 с



Додаткові джерела

1. Павлов К.В., Лялюк А.М., Павлова О.М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Рекомендовано до друку, Гриф ВНУ імені Лесі Українки, рішення Вченої Ради Луцьк : СПД Галяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф» 2022. 408 с.
  2. Лялюк А.М. Маркетингова товарна політика: конспект лекцій. Луцьк: Вид-во КП ІА «Волиньенергософт», 2022. 104 с
  3. Лялюк А. М. Маркетингова товарна політика: методичні вказівки. Луцьк: Вид-во КП ІА «Волиньенергософт», 2023.- 28 с
- Web-ресурси
1. Офіційний сайт Національної бібліотеки ім. Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу [www.nbuv.gov.ua](http://www.nbuv.gov.ua)
  2. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)
  3. Офіційний сайт Української асоціації маркетингу [Електронний ресурс]. – Режим доступу [www.uam.kneu.kiev.ua/](http://www.uam.kneu.kiev.ua/)
  4. Офіційний сайт Української асоціації прямого продажу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.udsa.org.ua](http://www.udsa.org.ua)

### СИСТЕМА ОЦІНКИ

Накопичування балів з навчальної дисципліни		Сума балів	ECST	Оцінка	Рівень компетентності
Форми та методи контролю	Рейтингова оцінка, бали	90 - 100	A	<b>відмінно</b>	<b>Високий</b> Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.
Усне опитування	5	81 - 89	B	<b>добре</b>	<b>Достатній</b> Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни
Участь в груповій роботі	3				
Індивідуальне завдання (кейс)	5				
Модульна контрольна робота №1	10	75 - 80	C		<b>Достатній</b> Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.
Індивідуальне завдання	10	65 - 74	D	<b>задовільно</b>	<b>Середній</b> Забезпечує достатньо надійний рівень відтворення основних положень дисципліни
Колоквіум за модулем №1	15				
Участь в груповій роботі	2				
Індивідуальне завдання	10	55 - 64	E		<b>Середній</b> Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни
Реферат	10	30 - 54	FX	<b>незадовільно</b>	<b>Низький</b> Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни
Усне опитування	5				
Модульна контрольна робота №2	10				
Колоквіум за модулем № 2	15	0 - 29	F		<b>Незадовільний</b> Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни

### ГРАФІК ОСВІТЬОГО ПРОЦЕСУ ТА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАТЬ З ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ДЕННОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ

Види навчальної роботи	Розподіл між навчальними тижнями																		Сума балів	ЕКЗАМЕН
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18		
Методи контролю	ВК	ГР	УО	ІЗ	МКР1		К 1	ІЗ		ГР		Р	УО	ІЗ	МКР2		ІЗ	К 2	100	
Всього балів на тиждень		3	5	5	10		15	10		2		10	5		10		10	15		
Модулі.	●-----●M1-----●-----●M2																			

ВК – вхідний контроль; УО – усне опитування; ГР – групова робота; ІЗ – індивідуальне завдання; МКР – модульна контрольна робота; К – колоквіум, Р - реферат

**Силабус за змістом повністю відповідає робочій програмі навчальної дисципліни**

**Опитування з приводу оцінювання якості викладання дисципліни « МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА »**

можна знайти за посиланням: <https://docs.google.com/forms/d/1w47lvM8lqjEPGVggXP6dn4VA0C7nHwpqINW41XUa4SQ/edit>

Результати опитування можна знайти за посиланням: <http://moodle-new.dgma.donetsk.ua/course/view.php?id=2090>




Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри

Менеджмент


Протокол № 1 від 29.08.2023

Завідувач кафедри:

 /Фоміченко І.П./


ЗАТВЕРДЖУЮ:

Декан факультету:


 /Мироненко С.В./  
023 р.



Розробники:

 /Бурцева О.Є./

Гарант освітньої програми:

 /Бурцева О.Є./