



СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА»

Компонента освітньої програми – обов'язкова (4 кредити)

Освітньо-професійна програма	Маркетинг
Спеціальність	075 Маркетинг
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Мова навчання	українська
Профайл викладача	Романюк Надія Василівна, кандидат економічних наук, асистент кафедри маркетингу, інновацій та регіонального розвитку http://mmix.cv.ua/staff/romanyuk-nadiya-vasylivna
Контактний тел.	+38 0372509465
E-mail:	n.romanyuk@chnu.edu.ua
Сторінка курсу в Moodle	https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=1958
Консультації	вівторок з 10.00 до 13.00

АНОТАЦІЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

«Маркетингова товарна політика» обов'язкова дисципліна, передбачає певний курс дій суб'єкта господарювання або наявність у нього заздалегідь обміркованих принципів поведінки щодо формування асортименту та управління ним, підтримання конкурентоспроможності своїх товарів, визначення для них оптимальних ніш (сегментів) ринку, розробки упаковки, маркування, здійснення продажу й післяпродажного обслуговування товарів. Усе це відбувається в умовах жорсткої конкуренції, якої зазнає більшість товаровиробників, постачальників і роздрібних фірм України.

Кожне виробниче або торговельне підприємство має здійснювати свою товарну політику на основі принципів маркетингу, орієнтуючись на вимоги та попит споживачів. У цьому й полягає суть маркетингової товарної політики.

Метою навчальної дисципліни полягає у формуванні у здобувачів знання й навички щодо здійснення маркетингової товарної політики, вибору ефективних стратегій на товарному ринку в умовах конкурентного середовища й чинного законодавства України і набуття практичних навичок застосування отриманих знань при вирішенні конкретних маркетингових завдань.

НАВЧАЛЬНИЙ КОНТЕНТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

Тема 1 Сутність, зміст і завдання маркетингової товарної політики
Тема 2 Товари і послуги у маркетинговій діяльності
Тема 3 Ціна в системі ринкових характеристик товару
Тема 4 Якість продукції та методи її оцінювання
Тема 5 Конкурентоспроможність товару та її показники
Тема 6 Життєвий цикл товару
Тема 7 Ринок товарів і послуг
Тема 8 Цільовий ринок товару і методика його вибору
Тема 9 Маркетингові дослідження товару та товарного ринку
Тема 10 Планування нового продукту і розробка товару
Тема 11 Управління розробкою нового продукту
Тема 12 Поняття асортименту та асортиментна політика
Тема 13 Інформація про товарні знаки
Тема 14 Упаковка, маркування та брендінг в системі управління продуктом

ОСВІТНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ФОРМИ ТА МЕТОДИ НАВЧАННЯ

- МН1 – словесні методи (лекція, дискусія, бесіда, консультація тощо).
МН2 – бізнес-кейси (індивідуальні або командні) .
МН3 – ділові гри;
МН4 – проектні завдання (індивідуальні та командні проекти);
МН5 – методи візуалізації результатів (презентації результатів виконаних завдань, ілюстрації, відеоматеріали, інфографіка тощо).
МН6 – робота з інформаційними ресурсами: з навчально-методичною, науковою, нормативною літературою та інтернет-ресурсами.
МН7 – самостійна робота над індивідуальним завданням.
МН 8 – підготовка тез/доповіді на конференцію.
МН9 – тренінги, коучі, майстер-класи від запрошених стейкхолдерів.
МН10 – реферативні та пошукові дослідження.

ФОРМИ Й МЕТОДИ КОНТРОЛЮ ТА ОЦІНЮВАННЯ

Поточний контроль. Формами поточного контролю є:

- МО1 – презентація самостійних робіт за індивідуальними завданнями.
МО2 – захист бізнес-кейсів, результатів досліджень.
МО3 – аналітичні звіти, реферати.
МО4 – презентації результатів виконання завдань.
МО5 – презентація творчих завдань.
МО7 – командні результати проектних завдань.
МО8 – презентація власного підготовленого кейсу, які складені на основі стратегій розвитку інноваційних компаній / регіонів, маркетингу інновацій.

Здобувачі виконують індивідуальне навчально-дослідницьке завдання, яке виконується в процесі вивчення програмного матеріалу навчального курсу. ІНДЗ виконується за власною ініціативою, бажанням здобувача освіти, крім обов'язкових видів контролю. Здобувачі освіти самостійно обирають тему ІНДЗ з тематичного переліку. Виконання ІНДЗ дає можливість отримати додаткові бали з метою

поліпшення результатів поточного контролю або отримання оцінки за підсумковим контролем автоматично.

Підсумковий контроль – іспит у тестовій формі

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ

Оцінювання програмних результатів навчання здобувачів освіти здійснюється за шкалою європейської кредитно-трансферної системи (ECTS).

ПОЛІТИКА ЩОДО АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

Дотримання політики щодо академічної доброчесності учасниками освітнього процесу при вивченні навчальної дисципліни регламентовано такими документами:

- «Етичний кодекс Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича». URL: https://www.chnu.edu.ua/media/jxdfs0zb/etychnyi-kodeks-chernivets_koho-natsionalnoho-universytetu.pdf ;
- «Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату у Чернівецькому національному університету імені Юрія Федьковича». URL: https://www.chnu.edu.ua/media/n5nbzwb/polozhennia-chnu-pro-plahi_at-2023_plusdodatky-31102023.pdf

ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ

1. Академічні ресурси: Репозиторій академічних статей, таких як Google Scholar або ResearchGate, для пошуку актуальних наукових досліджень та публікацій з маркетингової товарної політики.
2. Актуальна економічна статистика й аналітика економіки України. URL : <http://www.zet.in.ua>
3. Закон України «Про захист економічної конкуренції». Офіційний веб-портал «Верховна Рада України». Сайт «Законодавство України». URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws>
4. Закон України «Про стандартизацію» від 17.05.2001 № 2408-III. Офіційний веб-портал «Верховна Рада України». Сайт «Законодавство України». URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2408-14>
5. Кулицький С. Сучасний стан української економіки та оцінки перспектив її розвитку у 2017 році. URL:: http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=2595:shchochekae-na-ukrajinsku-ekonomiku-u-2017-rotsi&catid=8&Itemid=350
6. Матеріали Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=9d84e0b9-b901-475e-9b94-7e590ffa71ed&tag=Informatsiino-analitichniMateriali4>
7. Офіційний сайт GFK Ukraine. URL: <http://www.gfk.com/uk-ua/rishennja/press-release/ci-dec-2016/>
8. Офіційний сайт компанії GT Partners Ukraine. URL: <http://gtpartners.com.ua/service/marketing-research>
9. Офіційний сайт Програми екологічного маркування в Україні. URL: <http://ecolabel.org.ua>
10. Постанова Кабінету міністрів України від 12.12.94 р. №821 «Про Асоціацію Товарної Нумерації України ЄАН-Україна». Офіційний веб-портал «Верховна Рада України». Сайт «Законодавство України». URL <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/821-94-%D0%BF>
11. Українська асоціація якості. Офіційний сайт URL: <http://uaq.org.ua/www.inta.org/> -
12. Офіційний сайт Міжнародної асоціації товарних знаків..
13. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
14. Офіційний сайт Міжнародної асоціації товарних знаків. www.inta.org

*Детальна інформація щодо вивчення курсу
«МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА»
висвітлена у робочій програмі навчальної дисципліни
<https://moodle.chnu.edu.ua/course/view.php?id=1958>*