



Донецький державний
університет управління

НАЗВА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Маркетингова товарна політика

КАФЕДРА

маркетингу

РОЗРОБНИК

Єременко Олена Миколаївна

к.е.н., доцент

yeremenko.o@inbox.dsum.edu.ua

ОБСЯГ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

3

кредити ЄКТС
(90 годин)

28

годин контактна робота з викладачем
(14 годин лекцій;
14 годин семінарських занять)

62

години - самостійна робота

РІВЕНЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ

перший

бакалавр

МОВА ВИКЛАДАННЯ

українська

ФОРМА КОНТРОЛЮ

залік

СТАТУС ДИСЦИПЛІНИ

нормативна для спеціальності 075 «Маркетинг»;

ПЕРЕДУМОВИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

вивчення дисципліни базується на успішному опануванні знань, в першу чергу, таких дисциплін, як «Маркетинг», «Економіка підприємства», «Макроекономіка», «Товарознавство», «Поведінка споживача», «Маркетингове ціноутворення» та інших дисциплін, що безпосередньо формують компетенції фахівця відповідної спеціальності, цілеспрямованої роботи над вивченням спеціальної літератури.

МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

формування умінь та навичок щодо розробки успішної товарної політики, загально-професійної і фахової підготовки за основними напрямками діяльності, динамізму і гнучкості виробництва, зорієнтованого на задоволення конкретних потреб покупців, шляхів і резервів, необхідних для прийняття маркетингових рішень та розробки відповідних пропозицій.

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Модуль 1. Теоретичні основи маркетингової товарної політики

- Тема 1.** Сутність, зміст і завдання товарної політики підприємства
- Тема 2.** Значення ціни у системі ринкових характеристик товару
- Тема 3.** Управління якістю продукції
- Тема 4.** Конкурентоспроможність і конкурентна перевага товару

Модуль 2. Ринок товарів і послуг. Формування попиту

- Тема 5.** Сутність і головні поняття ринку товарів і послуг
- Тема 6.** Методика вибору цільового ринку товарів
- Тема 7.** Життєвий цикл товару на ринку

Модуль 3. Інновації в маркетинговій товарній політиці

- Тема 8.** Планування і організація розробки нових товарів
- Тема 9.** Значення товарних марок та упаковки при плануванні продукту
- Тема 10.** Ринкове тестування нового товару

ОЧІКУВАНІ РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

- застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища;
- виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним;
- відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та



Донецький державний університет управління

- управлінської ініціативи;
- виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення;
 - застосовувати технології маркетингу для забезпечення ефективності діяльності організації.

МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ НАВЧАННЯ

- традиційні та проблемні лекції;
- семінарські заняття;
- колективного групового навчання, технологій ситуативного моделювання, технологій опрацювання дискусійних питань в т.ч. індивідуального

РЕГЛАМЕНТ ОЦІНЮВАННЯ

Шкала оцінювання з навчальної дисципліни: 100 балів.

Розподіл рейтингових балів за видами навчальної роботи:

- Виконання завдань на практичних заняттях – ~ 50 балів.
- Складання кожного письмового модульного контролю – всього 18 балів;
- Виконання творчо-пошукового завдання – ~ 24 балів
- Виконання індивідуальних завдань – ~ 8 балів

Умови ліквідації заборгованостей з поточної роботи:

перескладання підсумкового модульного контролю студентами, які отримали рейтинговий бал за модульний цикл, що відповідає незадовільній оцінці, проводиться не пізніше двох тижнів після атестаційного. Позитивні оцінки з модульного циклу в цілому та його складових не підвищуються.

За рішенням викладача або кафедри нараховуються заохочувальні бали за наступні види робіт:

- за систематичну продуктивну активність під час проведення аудиторних занять;
- за виконання завдань підвищеної складності (конкретне значення визначає викладач);
- за участь у конференціях, олімпіадах, іншій науковій, методичній роботі тощо.

Підсумкове семестрове оцінювання навчальної роботи студента:

Шкала оцінювання ЄКТС	Визначення	Чотирибальна національна шкала оцінювання	Рейтингова бальна шкала оцінювання
A	Відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	Відмінно	$90 \leq RD \leq 100$
B	Вище середнього рівня з кількома помилками	Добре	$82 \leq RD < 89$
C	Загалом правильна робота з певною кількістю помилок		$74 \leq RD < 81$
D	Непогано, але зі значною кількістю недоліків	Задовільно	$64 \leq RD < 73$
E	Виконання задовольняє мінімальні критерії		$60 \leq RD < 63$
FX	Можливе повторне складання	Незадовільно	$35 \leq RD < 59$
F	Необхідний повторний курс з навчальної дисципліни		$RD < 34$



Донецький державний університет управління

ІНФОРМАЦІЙНЕ ТА НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Основна література:

1. Ковальчук С.В., Карпенко В.Л., Фесенко Т.С. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник. Львів: Новий Світ-2000. 2017. 174 с.
2. Мізіна О.В. Маркетингова товарна політика: конспект лекцій з нормативної навчальної дисципліни циклу професійної та практичної підготовки бакалаврів. Покровськ. ДонНТУ, 2016. 92 с.
3. Окландер М. А., Кірносова М. В. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. К.: «Центр учбової літератури», 2017. 200 с.

Англомовні видання:

1. Philip Kotler. Kotler On Marketing: How To Create, Win, and Dominate Markets. London. 2010. 643 p.
2. Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard, James F. Engel. Consumer Behavior. 10th edition. Thomson south-western. 2007. 943 p.
3. Philip Kotler, Veronika Wong, John Saunders. Principles of Marketing. London. 2007. 1199 p.
4. Kotler, Philip. Kevin Lane Keller. Marketing Management, 12th ed. Pearson Prentice Hall. 2009. 814 p.
5. William D. Perreault, Joseph P. Cannon, E. Jerome McCarthy. Basic Marketing: A Marketing Strategy Planning Approach. McGraw-Hill Irwin. 2013. 832 p.

Інтернет джерела:

1. Громова О.В., Скуридина Е.В. Дизайн упаковки - искусство или наука? URL: http://www.upakjour.com.ua_3'2011.
2. Про захист економічної конкуренції: Закон України Офіційний веб-портал «Верховна Рада України». Сайт «Законодавство України». URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws>.
3. Про впровадження штрихового кодування товарів: наказ Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 01.02.2005. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0466-05>.
4. Українська асоціація якості. Офіційний сайт. URL: <http://www.uaq.org.ua>.