

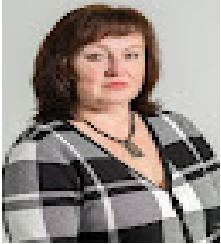


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЦЕНТРАЛЬНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ
ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



Кафедра економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики

Маркетингова товарна політика

<p>Викладач</p> 	<p>Лілія Коваль, кандидат економічних наук., доцент. кафедри економічної теорії, маркетингу та економічної кібернетики kovalla@kntu.kr.ua +38(050) 656 55 05</p>
<p>Обсяг та ознаки дисципліни</p>	<p>Нормативна дисципліна. Форма контролю: екзамен. Загальна кількість кредитів – 5, годин – 150, у т.ч. лекції – 28 годин, практичні заняття – 28 годин, самостійна робота – 64 годин. Формат: очний (offline / face to face) / дистанційний (online). Мова викладання: українська. Рік викладання – 2022.</p>

Мета дисципліни є формування у студентів комплексу знань і умінь з формування і ефективного управління товарною політикою сучасного підприємства у руслі концепції маркетингу.

Завданням вивчення дисципліни є навчання студентів теоретико-методологічним і методичним основам планування асортименту продукції у маркетингу, принципам і методам оптимізації товарної політики, підходам до розробки нової продукції. Вивчення класифікаційних ознак виробів і послуг споживчого і виробничо-технічного призначення, освоєння методів визначення якості і конкурентоспроможності товару, підходів до розробки упаковки і марочної політики.

В результаті вивчення дисципліни студент повинен **знати:**

сутність товару в його маркетинговому розумінні та його властивості;

основні принципи управління товарним асортиментом;

комплексні підходи щодо забезпечення якості продукції;

процес планування та організацію створення нового товару;

сучасні методи і засоби генерування ідей

вміти: застосовувати отримані знання в своїй практичній діяльності;

впроваджувати цільові маркетингові інноваційні заходи на місцях своєї постійної роботи;

користуватись рекомендованою літературою;

мислити перспективно і комплексно з елементами творчого пошуку щодо нових товарів і технологій.

Програма навчальної дисципліни

Тема 1. Товари та послуги в маркетинговій діяльності

Сутність і роль маркетингу в сучасній економіці. Класифікація товарів та послуг. Номенклатура й асортимент продукції.

Тема 2. Ціна та якість товару

Значення ціни в системі ринкових характеристик товару. Політика і методи ціноутворення. Розгорнуте визначення якості товару. Оцінювання якості продукції. Управління якістю продукції.

Тема 3. Конкурентоспроможність товару та її показники

Рейтинг товару і порядок його визначення. Маркетингове розуміння конкурентоспроможності товару. Оцінювання конкурентоспроможності товару. Міжнародні критерії оцінювання конкурентоспроможності товару. Імідж товару.

Тема 4. Ринок товарів послуг

Сучасна ринкова економіка та її структура. Механізм функціонування ринку. Потреби, попит і пропонування на ринку товарів та послуг.

Тема 5. Формування попиту на ринку окремого товару

Мікроекономічні теорії. Психологічні та соціологічні теорії.

Тема 6. Цільовий ринок товару методика його вибору

Основні об'єкти маркетингових досліджень. Призначення та зміст сегментування ринку. Методика вибору цільового ринку

Тема 7. Товарна політика підприємств

Зміст товарної політики підприємств маркетингової орієнтації. Визначення місця товару на ринку. Диверсифікація товарної політики. Управління продуктом.

Рекомендована література

1. Дайновський Ю.А. Маркетингова товарна політика. Дистанційний курс [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://virt.lac.lviv.ua/course/view.php?id=844>
2. Дайновський Ю.А. Маркетингова товарна політика. Методичні вказівки та завдання до практичних занять і самостійної роботи студентів для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня всіх спеціальностей і освітньо-професійних програм. – Львів : Видавництво ЛТЕУ, 2019. – 32 с.
3. Дайновський Ю.А. Застосування прийомів товарної політики для пошуку інноваційних рішень // Товарна інноваційна політика : навчальний посібник. – Львів : „Новий світ - 2000”, 2016. – С. 155-214.
4. Дайновський Ю.А. Завдання для контрольних робіт студентів 4 курсу факультету заочної освіти і для самостійної роботи студентів 4 курсу стаціонарної форми навчання спеціальності «Маркетинг» з дисципліни «Маркетингова товарна політика». - Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2014. – 15 с.
5. Дайновський Ю.А. Маркетингова товарна політика. Тести для студентів IV курсу спеціальності “Маркетинг” Львів: Електронна бібліотека Львівського торговельно-економічного університету, 2018.
7. Дайновський Ю.А. Прийоми маркетингової товарної політики / Дайновський Ю.А. // План маркетингу торговельного підприємства / Іванова Л.О., Дайновський Ю.А., Прохоренко К.М. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2010. – 116 с. – С. 57-65.