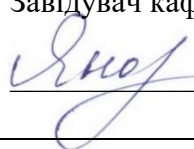





ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ТЕХНОЛОГІЙ
ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ, ТЕХНОЛОГІЙ ТА ПРАВА
ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ І ТЕХНОЛОГІЙ
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, МАРКЕТИНГУ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
Маркетингова товарна політика

Затверджено:
Протокол засідання кафедри економіки,
маркетингу та бізнес-адміністрування
№ 1 від 29 серпня 2022 р.
Завідувач кафедри ЕМБА

 В.П. Яновська

Викладач	Накалюжна Аліна Олегівна Старший викладач	
Посилання профіль викладача на сайті ДУІТ	Накалюжна Аліна Олегівна - ДУІТ	
E-mail	alina27073101@ukr.net	
Факультет, Кафедра	Факультет Управління і технологій Кафедра економіки, маркетингу та бізнес-адміністрування м. Київ, вул. Івана Огієнка, 19, каб. 904 телефон: +38095-837-60-12	
Консультації	Кожен понеділок та четвер з 12 до 14 м. Київ, вул. Івана Огієнка, 19, каб. 904 або за ZOOM посилання	
Офіційна назва освітньої програми	Економіка	
Рівень вищої освіти	перший (бакалаврський)	
Галузь знань,	05 «Соціальні та поведінкові науки»	

спеціальність	051 «Економіка»
Статус дисципліни (обов'язкова, вибіркова)	Цикл дисциплін професійної підготовки, вибіркова
Курс/ Семестр викладання	3/6
Обсяг дисципліни	4 кредити ECTS / 120 загальна кількість годин
Види та кількість аудиторних занять	Лекції – 20 годин/ 8 годин Практичні заняття – 24 години/ 4 години
Локація та матеріально- технічне забезпечення	Аудиторія згідно з розкладом. Мультимедійний проектор, мережа Інтернет.
Мова викладання	Українська
Мета вивчення дисципліни	Метою викладання навчальної дисципліни «Маркетингова товарна політика» є набуття теоретичних знань та практичних навичок проведення ефективної маркетингової товарної політики задля результативного управління підприємством, проведення досліджень ринку, аналізу і використанню цих досліджень для оптимізації стратегії управління підприємством, проектування послуг, підвищення ефективності управління плануванням і розробленням продукту, товарної марки.
Інтегральна компетентність	ІК. Здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в економічній сфері, які характеризуються комплексністю та невизначеністю умов, що передбачає застосування теорій та методів економічної науки.
Спеціальні (фахові) компетентності	СК1. Здатність виявляти знання та розуміння проблем предметної області, основ функціонування сучасної економіки на мікро-, мезо-, макро- та міжнародному рівнях. СК2. Здатність здійснювати професійну діяльність у відповідності з чинними нормативними та правовими актами. СК11. Здатність обґрунтовувати економічні рішення на основі розуміння закономірностей економічних систем і процесів та із застосуванням сучасного методичного інструментарію. СК12. Здатність самостійно виявляти проблеми економічного характеру при аналізі конкретних ситуацій, пропонувати способи їх

	вирішення.
Програмні результати навчання	<p>RH4. Розуміти принципи економічної науки, особливості функціонування економічних систем.</p> <p>RH5. Застосовувати аналітичний та методичний інструментарій для обґрунтування пропозицій та прийняття управлінських рішень різними економічними агентами (індивідуумами, домогосподарствами, підприємствами та органами державної влади).</p> <p>RH9. Усвідомлювати основні особливості сучасної світової та національної економіки, інституційної структури, напрямів соціальної, економічної та зовнішньоекономічної політики держави.</p> <p>RH12. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань та змістовно інтерпретувати отримані результати.</p>

ЧОМУ ВАЖЛИВИЙ КУРС

Основними завданнями вивчення дисципліни «Маркетингова товарна політика» є формування новітнього економічного мислення, що базується на принципах сучасної концепції управління, аналізу сучасному стану ринку, перспективного бачення розвитку пріоритетних напрямів національної економіки, виявлення існуючих потреб споживачів послуг, їх задоволення, а також забезпечення виконання місій підприємства на ринку. Під час вивчення курсу студенти зможуть вивчити:

- основні поняття товарної політики підприємства;
- основні підходи до класифікації ринків;
- принципи сегментації ринків;
- концепцію життєвого циклу товарів.

Студенти зможуть:

- - визначати рівень еластичності попиту на ринку (за ціною, за доходом);
- - розраховувати рівень конкурентоспроможності;
- - визначати обсяги ринку.

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ЗА ТЕМАМИ

Змістовий модуль 1 «Управління товаром на ринку».

Тема 1. Сутність, зміст і завдання товарної політики підприємства.

Місце товару в політиці управління підприємством. Визначення маркетингової товарної політики. Маркетингове розуміння товару.

Тема 2. Ринок товарів і послуг.

Основні підходи до класифікації ринків. Класифікація ринків: споживчі та ділові ринки. Класифікація товарів на діловому ринку. Класифікація товарів на споживчому ринку.

Класифікація споживання домогосподарств в офіційній статистиці. Класифікація індивідуального споживання ООН. Основні показники ринку.

Тема 3. Товари і послуги в маркетинговій діяльності.

Відміна матеріального товару від послуги. Рівні товару за Теодором Левітом. Ієрархія товару за Ф.Котлером. Товар мікс компанії. Основні параметри товару мікс.

Тема 4. Організація управління продуктом.

Оцінка рівня ефективності окремих продуктів. Прийняття рішення про продовження випуску продукту. Управління товарними лініями. Скорочення, розширення та модернізація товарної лінії. Витягування товарних ліній. Управління торговими марками.

ТЕМА 5. Формування попиту на ринку окремого товару.

Стимульований і не стимульований попит. Визначення оптимального обсягу випуску продукції на основі ринкових і виробничих функцій. Фактори, що визначають рівень попиту на ринку. Еластичність попиту від доходу. Еластичність попиту від ціни.

ТЕМА 6. Маркетингові дослідження товарного ринку.

Цілі дослідження товарного ринку. Методи визначення обсягу ринку. Визначення ринкової частки компанії. Визначення структури ринку за різними змінними. Визначення динаміки ринку. Оцінка рівня монополізації ринку.

Змістовий модуль 2 « Ідентифікування та конкурентоспроможність товару» .

ТЕМА 7. Конкурентоспроможність товару та її показники.

Маркетинговий критерій конкурентноздатності товару. Методичні підходи при визначенні рівня конкурентоспроможності. Методики розрахунку рівня конкурентоспроможності. Визначення значущості різних характеристик товару. Оцінка значення характеристик співставлюваних товарів. Спільний аналіз.

ТЕМА 8. Призначення і види ідентифікування продукції.

Мета диференціації та ідентифікування продукції. Змінні диференціювання. Позиціонування товару. Помилки при позиціонуванні та репозиціонуванні товару.

ТЕМА 9. Цільовий ринок товару і методика його вибору.

Основні принципи сегментації ринку. Змінні сегментування. Введення в психографіку. Оцінка обсягів і опис сегментів. Вибір цільових сегментів і рішення питань про метод просування продукту.

ТЕМА 10. Життєвий цикл товару.

Концепція життєвого циклу товару. Класичний цикл і його етапи. Варіанти життєвого циклу товару. Життєві цикли групи товарів і торгових марок. Етапи еволюції товарних ринків.

ТЕМА 11. Планування нового продукту і розроблення товару.

Місце інноваційних товарів в загальній системі інновацій. Рівні товарних інновацій. Форми організації розробки нового продукту на підприємстві. Етапи організації розробки нового товару

Практичні заняття курсу передбачають проведення практичних занять, розв'язання задач, виступи та презентації з тематики дисципліни.

ОЦІНЮВАННЯ

Форми поточного та підсумкового контролю	Поточний контроль – 80 балів Підсумковий контроль – (іспит) – 20 балів
КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАВЧАННЯ	
Підсумкові бали з навчальної дисципліни визначаються як сума балів, отриманих здобувачем протягом семестру та балів, набраних на підсумковому контролі (іспит).	
Підсумкові бали = навчальної дисципліни	Загальна кількість балів (перед підсумковим контролем) + Кількість балів за підсумковим контролем

Відвідування лекцій:

За відвідування кожної лекції нараховується 1 бал. Максимальна сума становить 10 балів.

Практичні заняття:

Оцінюються за виконанням аналітичних досліджень, розрахункових та інших завдань та активністю здобувачів вищої освіти на заняттях, їх відповідями, доповідями та ступенем залученості у дискусії (до 12 балів за практичну роботу в цілому, 6 бали за практичне заняття). Максимальна сума становить 60 балів.

Самостійна робота

Написання та захист на практичному занятті реферату (тематика погоджується із викладачем курсу) у вигляді доповіді та/або презентації оцінюються до 10 балів.

Додаткові бали до поточного контролю здобувач освіти може отримати, пройшовши навчальний курс у вигляді неформальної освіти з отриманням сертифікату в межах предмету вивчення дисципліни та пройшовши процедуру визнання згідно [Положення про визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті здобувачами вищої освіти ДУІТ](#).

ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ: НАЦІОНАЛЬНА ТА ECTS			
Оцінка в балах	Оцінка за національною шкалою	Оцінка за шкалою ECTS	
		Оцінка	Пояснення
90-100	Відмінно («зараховано»)	A	«Відмінно» - теоретичний зміст курсу освоєний цілком, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом сформовані, всі навчальні завдання, які передбачені програмою навчання виконанні в повному обсязі, відмінна робота без помилок або з однією незначною помилкою.
82-89	Добре («зараховано»)	B	«Дуже добре» - теоретичний зміст курсу освоєний цілком, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, всі навчальні завдання, які передбачені програмою навчання виконанні, якість виконання більшості з них

			оцінено числом балів, близьким до максимального, робота з двома – трьома незначними помилками
75-81		C	«Добре» - теоретичний зміст курсу освоєний цілком, практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, всі навчальні завдання, які передбачені програмою навчання виконанні, якість виконання жодного з них не оцінено мінімальним числом балів, деякі види завдань виконані з помилками, робота з декількома незначними помилками, або з однією – двома значними помилками
64-74	Задовільно («зараховано»)	D	«Задовільно» - теоретичний зміст курсу освоєний не повністю, але прогалини не носять істотного характеру, необхідні практичні навички роботи з освоєним матеріалом в основному сформовані, більшість передбачених програмою навчання навчальних завдань виконано, деякі з виконаних завдань, містять помилки, робота з трьома значними помилками
60-63		E	«Достатньо» - теоретичний зміст курсу освоєний частково, деякі практичні навички роботи не сформовані, частина передбачених програмою навчання навчальних завдань не виконані, або якість виконання деяких з них оцінено числом балів, близьким до мінімального, робота, що задовольняє мінімум критеріїв оцінки
35-59	Незадовільно («не зараховано»)	FX	«Умовно незадовільно» теоретичний зміст курсу освоєний частково, необхідні практичні навички роботи не сформовані, більшість передбачених програм навчання, навчальних завдань не виконано, або якість їхнього виконання оцінено числом балів, близьким до мінімального; при додатковій самостійній роботі над матеріалом курсу можливе підвищення якості виконання навчальних завдань (з можливістю повторного складання), робота що потребує доробки
1-34		F	«Безумовно незадовільно» теоретичний зміст курсу не освоєно, необхідні практичні навички роботи не сформовані, всі виконані навчальні завдання містять грубі помилки, додаткова самостійна робота над матеріалом курсу не приведе до значимого підвищення якості виконання навчальних завдань, робота, що потребує повної переробки

ІНФОРМАЦІЙНО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Методичне забезпечення:

1. Робоча програма навчальної дисципліни.
2. Силабус навчальної дисципліни.
3. Конспект лекцій.
4. Посилання на Google Classroom «Маркетингова товарна політика».
5. [Електронні ресурси бібліотеки ДУІТ](#).

Список рекомендованої літератури

1. Маркетинг послуг: навчальний посібник / Л.О.Іванова, Б. Б.Семак, О. М. Вовчанська. – Львів: Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2018. – 508 с.
2. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник / М.А. Окландер, М.В. Кірнсова. – Київ: «Видавництво «Центр учбової літератури», 2014. – 208 с.

3. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник / О.М. Ярим-Агаєв. – Київ: ДУІТ, 2019. – 183 с.
4. Маркетинг послуг: Підручник / Л.В. Ткаченко. – Київ: Центр навчальної літератури, 2003. – 192 с.

Додаткова інформація

Детальнішу інформацію щодо методів навчання, форм оцінювання, самостійної роботи та повного списку літератури наведено у Робочій програмі навчальної дисципліни

Щодо академічної доброчесності

Дотримання академічної доброчесності засновується на ряді положень та принципів академічної доброчесності, що регламентують діяльність здобувачів вищої освіти та викладачів ДУІТ:

[Кодекс академічної доброчесності Державного університету інфраструктури та технологій](#)

[Положення про систему забезпечення академічної доброчесності у Державному університеті та технологій](#)

[Положення про Комісію з академічної доброчесності у ДУІТ та Комісію з етики та управління конфліктами у сфері академічної доброчесності у ДУІТ](#)

Порушення [Кодексу академічної доброчесності ДУІТ](#) є серйозним порушенням, навіть якщо воно є ненавмисним.

Списування під час контрольних заходів заборонені.

Усі письмові роботи, виконані в електронному вигляді (реферати), перевіряються на наявність плагіату згідно з [Положенням про порядок перевірки навчальних, кваліфікаційних, науково-методичних наукових та інших робіт на наявність ознак академічного плагіату у ДУІТ](#). У випадках виявлення порушення – реагування відповідно до [Кодексу академічної доброчесності ДУІТ](#).

Щодо відвідування

Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання, за яке нараховуються бали. За об'єктивних причин (хвороба, міжнародне стажування, індивідуальний графік) навчання може відбуватися в онлайн (або змішаній) формі за погодженням із деканом факультету.

Неформальна освіта

Можливість зарахування результатів неформальної освіти регламентується «[Положенням про визнання результатів навчання, отриманих у неформальній освіті здобувачами вищої освіти ДУІТ](#)».