

Навчальна дисципліна: «Маркетингова товарна політика»

Статус: нормативна

Курс: 4

Семестр: 7

Попередні умови для вивчення: навчальні дисципліни – “Макроекономіка“, “Мікроекономіка», «Маркетинг», «Поведінка споживачів»

Опис дисципліни

Мета: формування теоретичних знань та практичних навичок маркетингового планування продукту, оптимізації товарної політики та розроблення товарів і послуг ринкової новизни.

Завдання: вивчення теорії маркетингової товарної політики організацій, набуття умінь і навичок визначення конкурентоспроможності та місця товару на ринку, підвищення ефективності управління плануванням і розробленням продукту, упаковки, товарної марки.

Предмет: закономірності й методи визначення, створення і підтримування конкурентоспроможного товарного пропонування.

Змістові модулі:

Модуль 1. Сутність та завдання товарної політики. Керування та планування якістю та конкурентоспроможністю.

Модуль 2. Керування та планування ЖЦТ

Модуль 3. Керування та планування товарним асортиментом, номенклатурою.

Форми та методи навчання: лекції, ситуації, case-study, розрахунково-аналітичні завдання, реферати.

Форми організації контролю знань, система оцінювання:

іспит – 7 семестр,

Іспит: 60 % – модульний контроль (3),

40 % – підсумковий контроль: екзаменаційна робота в письмовій формі (3 ак. години)

Оцінювання відбувається за чотирьохбальною шкалою та шкалою ECTS.

Критерії оцінки знань наведені в робочій програмі

Мова викладання: українська, російська.

Список рекомендованої літератури:

Основна

1. Балабанова, Людмила Веніамінівна. Маркетингова товарна політика в системі менеджменту підприємств [Текст] : монографія / Л.В. Балабанова, О.А. Бриндіна ; Донец. держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М.І.Туган-Барановського. - Донецьк : ДонДУЕТ, 2006. - 230 с.
2. Болотна О.В. Методичні вказівки і контрольне завдання для студентів денної та заочної форм навчання з дисципліни "Маркетингова товарна політика". – Х.: ХНУ, 2011. [Електронний варіант]
3. Ілляшенко, Сергій Михайлович. Маркетингова товарна політика [Текст] : підруч. [для вищ. навч. закл.] / С.М.Ілляшенко. - Суми : Університетська книга, 2005. - 231 с
4. Маркетингова товарна політика [Текст] : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / Євген Крикавський [та ін.] ; Нац. ун-т "Львів. політехніка", Рівнен. ін-т слов'янознавства Київ. славист. ун-ту. - Рівне : Зень, 2007. - 267 с.

Додаткова

5. Балабанова, Людмила Вениаміновна. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга [Текст] : монографія / Л.В. Балабанова, А.В. Кривенко. - Донецк : ДонГУЭТ, 2004. - 141, [5] с. Маркетинг: Підручник / В. Руделіус та ін.: Ред.-упор. О.І. Сидоренко, Л. С. Макарова. 4-те вид. – К.: Навчально-методичний центр “Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні”, 2009. – 648 с.
6. Заблоцька, Інна Володимирівна. Товарна політика підприємства: механізм формування [Текст] : монографія / Заблоцька І.В. ; Східноукр. нац. ун-т ім. В.Даля. - Луганськ : СХУ, 2006. - 238 с.
7. Маркетинг [Текст] : підручник [для студ. вищ. навч. закл.] / В. Руделіус, О. М. Азарян, Н. О. Бабенко та ін. ; ред.-упоряд. : О. І. Сидоренко, Л. С. Макарова]. - 2-е вид., укр. - К. : Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні, 2008. - 646 с.