



**СИЛАБУС
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА»**

Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність	075 «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма	Маркетингова товарна політика
Рівень освіти	Фахова передвища освіта
Освітньо-професійний ступінь	Фаховий молодший бакалавр
Назва циклової комісії	Циклова комісія з економіки та маркетингової діяльності
Тип дисципліни	Обов'язкова
Семестр	4
Мова викладання	Українська
Керівник курсу	Луньова Тетяна Сергіївна , кандидат економічних наук, старший викладач циклової комісії з економіки та маркетингової діяльності, викладач вищої категорії
Профайл керівника курсу	http://cba.nasoa.edu.ua/spivrobotniki/lunova-tetyana-sergiyivna/
Контактна інформація керівника курсу (e-mail), сторінка курсу в Moodle	E-mail: TSLunova@nasoa.edu.ua Сторінка курсу на платформі: https://dist.nasoa.edu.ua/course/view.php?id=600
Передумови для вивчення навчальної дисципліни	Наявність систематичних та ґрунтовних знань з компонентів професійної підготовки освітньої програми, зокрема «Маркетинг», «Маркетингове ціноутворення»

ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:			
			Лекцій	Практичних занять	Самостійна підготовка	Вид підсумкового контролю
	4	120	26	30	64	Екзамен

Опис дисципліни	<p>Навчальна дисципліна «Маркетингова товарна політика» є обов'язковою компонентою навчального плану.</p> <p>Мета дисципліни – формування теоретичних знань та практичних навичок маркетингового планування продукту, оптимізації товарної політики та розроблення товарів і послуг ринкової новизни.</p> <p>Завданнями вивчення навчальної дисципліни є 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.</p> <p>Формат проведення дисципліни: лекції, практичні заняття, самостійна робота. Здобувачі освіти мають змогу отримати індивідуальні консультації.</p>
------------------------	--

<p>Результати навчання</p>	<p>Здобувач освіти повинен знати:</p> <ul style="list-style-type: none"> - цілі та сутність маркетингової товарної політики; - основні принципи теорії та практики формування товарної політики підприємства; - сутність товарів та послуг як категорій маркетингу; - підходи до політики ціноутворення; - сутність та роль конкурентоспроможності товару, її показники; - концепцію життєвого циклу товару; - сутність, види та рівні нових товарів; - призначення товарної марки, знаку та бренду як способів ідентифікування продукції тощо. <p>Здобувач освіти повинен вміти:</p> <ul style="list-style-type: none"> - самостійно визначати конкурентоспроможність та місце товару на ринку; - розробляти заходи з підвищення ефективності управління плануванням і розробленням продукту, упаковки, товарної марки, оцінювати якість продукції; - проводити маркетингові дослідження, вибирати цільовий ринок; - визначати ефективність товарно-асортиментної політики.
<p>Професійні компетентності</p>	<p>ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.</p> <p>ЗК. 4 Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.</p> <p>СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК 3. Брати участь у плануванні маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>СК 8. Здатність використовувати інструментарій маркетингу у професійній діяльності.</p>
<p>Програмні результати навчання</p>	<p>РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.</p> <p>РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язування практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>РН 7. Визначати показники результативності маркетингової діяльності ринкових суб'єктів та їх взаємозв'язки.</p> <p>РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі.</p> <p>РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів.</p>
<p>Програма навчальної дисципліни</p>	<p>Змістовий модуль 1. Теоретичні підходи до формування товарної політики підприємства.</p> <p>Тема 1. Маркетингова товарна політика: сутність та цілі.</p> <p>Тема 2. Ціна та якість товару.</p> <p>Тема 3. Конкурентоспроможність товару та її показники.</p> <p>Тема 4. Ринок товарів та послуг.</p> <p>Тема 5. Формування попиту на ринку окремого товару.</p> <p>Змістовий модуль 2. Управління формуванням і розробленням продукту.</p> <p>Тема 6. Цільовий ринок товару і методика його вибору.</p>

	<p>Тема 7. Товарна політика підприємств.</p> <p>Тема 8. Життєвий цикл товару на ринку.</p> <p>Тема 9. Планування нової продукції і розроблення товару.</p> <p>Тема 10. Товарні марки та упаковка.</p>
Методи навчання	<p>У процесі викладання дисципліни використовується кредитно-трансферна система організації навчального процесу, що відповідає вимогам ЄКТС.</p> <p>Для досягнення навчальних завдань, загального розвитку особистості, зокрема: словесні: обговорення та аналіз лекційного матеріалу; конспектування; практичні: проведення практичних робіт та вправ із застосуванням виробничо-практичних методів; використання навчальних та контролюючих тестів; вирішення проблемних ситуаційних завдань; методи навчання за характером логіки пізнання: аналітичний; індуктивний та дедуктивний методи навчання; активні методи навчання: мозкова атака, диспути, розгляд та аналіз проблемних ситуацій, самооцінка знань, імітаційні методи навчання, використання навчальних та контролюючих тестів. Методи контролю і самоконтролю (усний, письмовий, тестування тощо).</p>
Матеріально-технічне забезпечення навчальної дисципліни	<p>Комп'ютери з програмним забезпеченням для виконання різних видів освітньої діяльності: Microsoft Office, Веб-браузери.</p> <p>Мультимедійний проектор, комп'ютер або ноутбук, використання Zoom, платформи Microsoft Teams та Moodle для дистанційного навчання</p>
Політики навчальної дисципліни	<p>Політика щодо академічної доброчесності. Дотримання академічної доброчесності здобувачами фахової передвищої освіти ФКБА НАСОА є передумовою для ефективного опанування результатами навчання і отримання позитивної оцінки з поточного та підсумкового контролів. Складові політики академічної доброчесності регламентуються Положенням про академічну доброчесність у Фаховому коледжі бізнесу та аналітики Національної академії статистики, обліку та аудиту затвердженим рішенням Педагогічної ради коледжу ФКБА НАСОА, 28 серпня 2023 року, протокол № 1.</p> <p>Відповідно до Положення про внутрішню систему забезпечення якості освіти в ФКБА НАСОА та Положення про академічну доброчесність у ФКБА НАСОА у разі виявлення викладачем порушення студентом норм та правил академічної доброчесності, викладач зобов'язаний застосувати норми п.11.9 Положення про внутрішню систему забезпечення якості освіти в ФКБА НАСОА, зокрема: «повторне проходження оцінювання (тест, залік, іспит тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента (модуля) освітньої програми»; відрахування з числа студентів коледжу.</p> <p>Політика щодо відвідування занять. Здобувачі фахової передвищої освіти денної форми навчання зобов'язані відвідувати заняття. Поважними причинами для відсутності на заняттях є хвороба, академічна мобільність або інші випадки відсутності, які підтверджені документально. Якщо здобувач фахової передвищої освіти відсутній на заняттях з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та відповідно до графіку консультацій викладача.</p> <p>Політика щодо перескладання. Здобувачі фахової передвищої освіти повинні дотримуватися термінів виконання усіх завдань, передбачених програмою навчальної дисципліни. Ліквідація академічної заборгованості та перескладання заліку проводиться після закінчення екзаменаційної сесії за окремим розкладом, складеним навчально-методичним відділом не пізніше наступного тижня після сесії.</p> <p>Політика щодо оскарження результатів оцінювання. Якщо здобувач фахової передвищої освіти не згоден з оцінюванням рівня його знань, він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку відповідно</p>

до Положення про організацію освітнього процесу у Фаховому коледжі бізнесу та аналітики НАСООА, затвердженим рішенням Вченої ради НАСООА, 28 серпня 2023 року, протокол № 1.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Абрамович І. А., Квасова М. С. Маркетингова товарна політика та її особливості в кризових умовах господарювання. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск 39. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1345>.
2. Громова О. Є., Шевчук Ю. В. Товарна політика в системі маркетингу. *Молодий вчений*. 2022. № 4(104). С. 75-79.
3. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: Підручник. Київ: КНЕУ, 2018. 270с.
4. Криківський Є. Маркетингова товарна політика: навч. посібник для студ. вищих навч. закл. Національний ун-т «Львівська політехніка»; Рівненський ін-т слов'янознавства Київського славістичного ун-ту. Рівне: Видавець О. Зень, 2017. 268с.
5. Кучеренко В. Д. Маркетингова товарна політика : підручник. Київ: КНТЕУ, 2018.186 с.
6. Лялюк А. М. Маркетингова товарна політика: конспект лекцій. Луцьк: Вид-во КП ІА «Волиньенергософт», 2022. 104 с.
7. Маркетингова товарна політика: практикум / уклад. : А. В. Шевченко, О. С. Борисенко, Ю. В. Фісун, О. М. Крапко. Київ : НАУ, 2022. 68 с.
8. Окландер М. А., Кірносорова М. В. Маркетингова товарна політика: підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 246 с.
9. Райко Д. В., Шипуліна Ю. С. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. Суми : Триторія, 2022. 158 с.
10. Хринюк О. С., Ганіч С. С. Товарна політика підприємства: адаптація товарів до вимог міжнародного ринку. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск 41. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1549>.
11. Шумкова О. В., Лищенко М.О., Шумкова В.І. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник. Буринь: ПП «Буринська районна друкарня», 2020. 247 с.

КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

За результатами семестру здобувач фахової передвищої освіти отримує підсумкову оцінку за 100-бальною системою, яка розраховується як накопичена сума отриманих балів за всі види поточного, модульного та підсумкового контролю.

Умовою допуску до підсумкового контролю є набрання здобувачем фахової передвищої освіти 35 балів у сукупності за всіма темами дисципліни.

Якщо за результатами модульно-рейтингового контролю здобувач фахової передвищої освіти отримав сумарну кількість балів за два змістовні модулі, що не перевищує 34 бали, то здобувач вважається таким, що не виконав усі види робіт, які передбачаються навчальним планом з дисципліни «Маркетингова товарна політика» і направляється на повторний курс вивчення дисципліни.

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	Робота на лекціях	-
	Робота на практичних заняттях, у т. ч.:	
	розв'язання практичного завдання за темою	від 0 до 5 балів
	виконання тестування за темою, усна відповідь	від 0 до 5балів
МОДУЛЬНИЙ КОНТРОЛЬ	Модульний контроль № 1	Максимальна оцінка – 15 балів
	Модульний контроль № 2	Максимальна оцінка – 10 балів

ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ	Екзамен	Максимальна оцінка – 30 балів
-----------------------------	---------	----------------------------------

Шкала оцінювання знань здобувачів фахової передвищої освіти

Оцінка за національною шкалою	Оцінка в балах	Оцінка за шкалою ECTS	
Екзамен		Оцінка	Пояснення
<i>Відмінно</i>	90-100	A	Здобувач фахової передвищої освіти демонструє високий рівень знань навчального матеріалу в обсязі, що відповідає програмі дисципліни, достатньо реалізовує теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, виконав практичні завдання відмінно або з незначною кількістю помилок. За час навчання при проведенні практичних занять проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються
<i>Добре</i>	82-89	B	Здобувач фахової передвищої освіти демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною
	74-81	C	Здобувач фахової передвищої освіти в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Помилки у відповідях тарозрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.
<i>Задовільно</i>	64-73	D	Здобувач фахової передвищої освіти засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений програмою дисципліни. При вирішенні практичних завдань допускає значну кількість недоліків і суттєвих помилок.
	60-63	E	Здобувач фахової передвищої освіти має певні знання, передбачені в програмі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, здобувач фахової передвищої освіти з труднощами пояснює правила вирішення практичних завдань дисципліни, відсутнє розуміння порядку виконання завдання та взаємозв'язків з іншими дисциплінами.
<i>Незадовільно</i>	35-59	FX	Здобувач фахової передвищої освіти може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що програму дисципліни здобувач фахової передвищої освіти виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є неправильними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у здобувача фахової передвищої освіти відсутні.Здобувач фахової передвищої освіти має можливість повторного складання.
	1-34	F	Здобувач фахової передвищої освіти повністю не виконав вимоги програми навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Обов'язковий повторний курс.

Розглянуто та затверджено на засіданні циклової комісії з економіки та маркетингової діяльності ФКБА НАСОА. Протокол № 1. (30.08.2023р.).