



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

<b>Рівень вищої освіти</b>	Перший (бакалаврський) рівень
<b>Код і найменування спеціальності, тип і назва освітньої програми</b>	076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність ОПП Підприємництво
<b>Статус навчальної дисципліни</b>	Вибіркова навчальна дисципліна
<b>Курс, семестр</b>	4-й курс, 7-й семестр
<b>Трудомісткість</b>	Загальна кількість годин – 120 год. Кількість кредитів – 4,0.
<b>Мова викладання</b>	державна
<b>ННІ / факультет, кафедра</b>	Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій Кафедра маркетингу
<b>Контактні дані розробника</b>	<p>Викладач: Решетнікова Ольга, к.е.н.          Контакти: ауд. 472 (навчальний корпус № 4)          e-mail: <a href="mailto:olha.reshetnikova@pdau.edu.ua">olha.reshetnikova@pdau.edu.ua</a>          сторінка викладача:  <a href="https://www.pdau.edu.ua/people/reshetnikova-olga-valeriyivna-0">https://www.pdau.edu.ua/people/reshetnikova-olga-valeriyivna-0</a></p> <div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="text-align: center;"> <p><b>РЕШЕТНИКОВА</b>  <b>Ольга Валеріївна</b>  <b>к.е.н., доцент</b>  <b>кафедри</b>  <b>(472 ауд.)</b></p>  </div> </div>
<b>Мета вивчення навчальної дисципліни</b>	формування у студентів системи поглядів та спеціальних знань з формування і реалізації маркетингової товарної політики, набуття практичних навичок із планування та розробки товарів, з урахуванням потреб споживачів цільового ринку.
<b>Компетентності</b>	<p><i>Загальні:</i>          ЗК 2. Здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях, виявляти, ставити та вирішувати завдання у сфері професійної діяльності.</p> <p><i>Фахові:</i>          СК 5. Здатність визначати та оцінювати характеристики товарів і послуг в підприємницькій, торговельній, біржовій діяльності.</p>

Результати навчання	ПРН 15. Оцінювати характеристики товарів і послуг у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності за допомогою сучасних методів.
Методи навчання	<p><b>1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності:</b>  словесні методи: <i>лекція, розповідь, пояснення, бесіда;</i>  наочні методи: <i>ілюстрування, демонстрування;</i>  практичні методи: <i>вправи; практичні роботи; робота з навчально-методичною літературою; конспектування, тезування, анотування, підготовка реферату.</i></p> <p><b>2. Методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності</b>  методи формування пізнавальних інтересів: <i>метод використання життєвого досвіду, навчальні дискусії для вирішення проблемної ситуації, метод відповідей на запитання і опитування думок здобувачів вищої освіти.</i></p> <p><b>3. Інноваційні та інтерактивні методи навчання:</b>  інтерактивні методи: <i>дискусії, диспути, проектування професійних ситуацій;</i>  комп'ютерні і мультимедійні методи: <i>використання мультимедійних презентацій; дистанційне навчання.</i></p> <p><b>4. Методи контролю і самоконтролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності:</b>  методи усного контролю: <i>опитування, доповіді;</i>  методи письмового контролю: <i>творче завдання.</i></p>
Програма навчальної дисципліни	<p>Тема 1. Товари та послуги в маркетинговій діяльності</p> <p>Тема 2. Ціна та якість товару</p> <p>Тема 3. Конкурентоспроможність товару та її показники</p> <p>Тема 4. Ринок товарів і послуг</p> <p>Тема 5. Формування попиту на ринку окремого товару</p> <p>Тема 6. Цільовий ринок товару і методика його вибору</p> <p>Тема 7. Товарна політика підприємства</p> <p>Тема 8. Життєвий цикл товару на ринку</p> <p>Тема 9. Планування та розробка нового товару</p> <p>Тема 10. Товарні марки та упаковка</p>
Стратегія оцінювання результатів навчання	<p>Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами вивчення тем та курсу оцінюються у відповідності до форм поточного та семестрового оцінювання результатів навчання. Формами поточного контролю знань здобувачів вищої освіти є: розв'язування тестів; виконання вправ на практичних заняттях; виконання завдань самостійної роботи (контрольна робота для здобувачів вищої освіти заочної форми навчання, реферати, презентації).</p> <p>Форма семестрового контролю – залік.</p>
Політика навчальної дисципліни	<p><b>1. Академічна доброчесність</b></p> <p>Здобувач вищої освіти повинен дотримуватись Кодексу академічної доброчесності та Кодексу про етику викладача та здобувача вищої освіти Полтавського державного аграрного університету. Дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачає: самостійне виконання навчальних завдань, завдань поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей); посилання</p>

	<p>на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей; дотримання норм законодавства про авторське право і суміжні права; надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.</p> <p><b>2. Академічна мобільність</b></p> <p>Письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями у межах встановлених норм. У разі виявлення факту плагіату здобувач вищої освіти отримує за завдання 0 балів і повинен повторно виконати його. Списування під час виконання завдань, тестування заборонені (у т.ч. із використанням мобільних пристроїв). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування. Документи стосовно академічної доброчесності наведені на сторінці АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ ПДАУ: <a href="https://www.pdau.edu.ua/content/akademichna-dobrochesnist">https://www.pdau.edu.ua/content/akademichna-dobrochesnist</a></p> <p><b>3. Неформальна/інформальна освіта</b></p> <p>На здобувачів вищої освіти поширюється право про визнання результатів навчання, набутих у неформальній / інформальній освіті перед опануванням даної освітньої компоненти. Визнання набутих результатів навчання або відмова у їх визнанні. Набуття відповідних результатів навчання можливе після успішного опанування курсів (з документальним підтвердженням) на різноманітних навчальних платформах, зокрема: Prometheus, Coursera тощо. Особливості неформального / інформального навчання регламентовані Положенням про порядок визнання результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті, здобувачами вищої освіти Полтавського державного аграрного університету.</p> <p><b>4. Дедлайни та перекладання</b></p> <p>Виконання завдань з порушенням термінів без поважних причин оцінюється на нижчий на 25% бал. Перекладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату.</p>
<p><b>Передумови для вивчення навчальної дисципліни</b></p>	<p>Передумовою для вивчення дисципліни є досягнуті результати навчально-пізнавальної діяльності при формуванні відповідних компетентностей при вивченні таких дисциплін як: «Маркетинг», «Економіка підприємства», «Логістика».</p>
<p><b>Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни</b></p>	<p>Презентації, відеоролики</p>
<p><b>Рекомендовані джерела інформації</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Основні</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Окландер М., Кірносова М. Маркетингова товарна політика : навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2020. 248 с.</li> <li>Маркетингова товарна політика: практикум / уклад. : А.В. Шевченко, О.С. Борисенко, Ю.В. Фісун, О.М. Крапко. К. : НАУ, 2022. 68 с.</li> <li>Райко Д.В., Шипуліна Ю.С. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. Суми : Триторія, 2022. 158 с. <a href="https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/eb035cce-8c91-4abb-8fb0-d06f53715829/content">https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/eb035cce-8c91-4abb-8fb0-d06f53715829/content</a></li> </ol>

4. Балабанова Л., Холод В., Балабанова І. Маркетинг підприємства : підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2019. 612 с.
5. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу : підручник. Київ : Діалектика, 2020. 880 с.

#### Допоміжні

6. Абрамович І., Квасова М. Маркетингова товарна політика та її особливості в кризових умовах господарювання. *Економіка та суспільство*. 2022. (39). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-8>
7. Головчук Ю. О., Середницька Л. П. Маркетингова товарна політика — інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Агросвіт*. 2020. № 1. С. 61–68. DOI: 10.32702/2306-6792.2020.1.61
8. Карпенко Н. Маркетингова діяльність підприємств. Сучасний зміст : монографія. Київ : Центр навчальної літератури. 2019. 252 с.
9. Балабанова Л., Холод В., Балабанова І. Стратегічний маркетинг : підручник. Київ : Центр навчальної літератури. 2019. 612 с.
10. Литовченко І., Пилипчук В. Інтернет-маркетинг : підручник. Київ : Центр учбової літератури. 2017. 184 с.
11. Савич О. Управління маркетинговою діяльністю автовиробників на світовому ринку: монографія. Київ : КНЕУ. 2017. 244 с.
12. Ілляшенко С. Інструменти і методи комерціалізації інноваційної продукції : колект. монографія. Київ : Центр наукової літератури. 2018. 382 с.
13. Решетнікова О.В, Даниленко В.І., Дядик Т.В. Доцільність формування глобалізації бренду в сучасному середовищі міжнародного маркетингу. *Економічний простір*. 2022. (178). С. 7-11. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/178-1>

#### Інформаційні ресурси мережі Інтернет

14. Аналітичний медіапортал про ринок реклами, маркетингу, PR в Україні. URL: <https://sostav.ua/>
15. Академія Інтернет-Маркетингу #1. URL: <https://webpromoexperts.net/ua/>.
16. Агентство PERFORMANCE маркетингу. URL: <https://roman.ua/>
17. YoungSoul Сайт з душою. URL: <https://youngsoul.co.ua/>
18. Онлайн-платформа автоматизації маркетингу. URL: <https://www.marketo.com>
19. Журнал «Маркетинг в Україні». URL: <https://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>
20. Журнал «Маркетинг і менеджмент інновацій». URL: <https://mmi.sumdu.edu.ua/>
21. Журнал «Маркетинг і цифрові технології». URL: <https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt>
22. Українська асоціація маркетингу. URL: <https://www.uam.in.ua/>