





СИЛАБУС
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА»

Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський) рівень
Код і найменування спеціальності, тип і назва освітньої програми	051 Економіка ОПП Економіка підприємства
Статус навчальної дисципліни	Вибіркова навчальна дисципліна
Курс, семестр	4-й курс, 7-й семестр
Трудомісткість	Загальна кількість годин – 120 год. Кількість кредитів – 4,0.
Мова(и) викладання	державна
ННІ / факультет, кафедра	Навчально-науковий інститут економіки, управління, права та інформаційних технологій Кафедра маркетингу
Контактні дані розробника(ів)	<p>Викладач: Терещенко Іван, к.е.н., доцент Контакти: ауд. 472 (навчальний корпус № 4) e-mail: ivan.tereshchenko@pdau.edu.ua сторінка викладача: https://www.pdau.edu.ua/people/tereshchenko-ivan-oleksiyovych</p> <div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="text-align: center;"> <p>ТЕРЕЩЕНКО Іван Олексійович к.е.н., доцент (472 ауд.)</p>  </div> </div>
Мета вивчення навчальної дисципліни	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.
Компетентності	<p><i>Загальні:</i> ЗК 1. Здатність генерувати нові ідеї (креативність). ЗК 6. Здатність розробляти та управляти проектами.</p> <p><i>Фахові:</i> СК 9.Здатність застосовувати науковий підхід до формування та виконання ефективних проектів у соціально-економічній сфері.</p>
Результати навчання	ПРН 4. Розробляти соціально-економічні проекти та систему комплексних дій щодо їх реалізації з урахуванням їх цілей, очікуваних соціально-економічних наслідків, ризиків, законодавчих, ресурсних та інших обмежень.

<p>Методи навчання</p>	<p>1. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності:</p> <p>- за джерелом знань 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:</i> <i>конспектування, тезування, анотування, підготовка реферату,</i></p> <p>- за ступенем керівництва методи самостійної роботи вдома: <i>завдання самостійної роботи</i> робота під керівництвом викладача: <i>виконання практичних завдань</i></p> <p>2. Методи стимулювання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності методи формування пізнавальних інтересів: <i>метод використання життєвого досвіду; навчальні дискусії для вирішення проблемної ситуації</i></p> <p>3. Методи контролю за ефективністю навчально-пізнавальної діяльності: методи усного контролю: <i>обговорення теоретичних питань, доповіді;</i> методи письмового контролю: <i>письмове виконання практичних завдань</i> тестовий контроль: <i>розв'язування тестів;</i></p> <p>4. Інноваційні методи навчання: інтерактивні методи: <i>дискусії, диспути, проектування професійних ситуацій;</i> комп'ютерні і мультимедійні методи: <i>використання мультимедійних презентацій; дистанційне навчання</i></p>
<p>Програма навчальної дисципліни</p>	<p>Тема 1. Товари та послуги в маркетинговій діяльності Тема 2. Ціна та якість товару Тема 3. Конкурентоспроможність товару та її показники Тема 4. Ринок товарів і послуг Тема 5. Формування попиту на ринку окремого товару Тема 6. Цільовий ринок товару і методика його вибору Тема 7. Товарна політика підприємства Тема 8. Життєвий цикл товару на ринку Тема 9. Планування та розробка нового товару Тема 10. Товарні марки та упаковка</p>
<p>Стратегія оцінювання результатів навчання</p>	<p>Навчальні досягнення здобувачів вищої освіти за результатами вивчення тем та курсу оцінюються у відповідності до форм поточного та семестрового оцінювання результатів навчання. <i>Формами поточного контролю знань здобувачів вищої освіти є:</i> розв'язування тестів; виконання вправ на практичних заняттях; виконання завдань самостійної роботи (контрольна робота для здобувачів вищої освіти заочної форми навчання, реферати, презентації). <i>Форма семестрового контролю – залік.</i></p>
<p>Політика навчальної дисципліни</p>	<p>1. Академічна доброчесність 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</p>

	<p>передбачас: 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 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, використані методики досліджень і джерела інформації.</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: https://www.pdau.edu.ua/content/akademichna-dobrochesnist</p> <p>2. Неформальна/інформальна освіта</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>3. Дедлайни та перескладання</p> <p>Виконання завдань з порушенням термінів без поважних причин оцінюється на нижчий на 25% бал. Перескладання поточного та підсумкового контролю відбуваються за наявності поважних причин з дозволу директорату.</p>
<p>Передумови для вивчення навчальної дисципліни</p>	<p>Передумовою для вивчення дисципліни є досягнуті результати навчально-пізнавальної діяльності при формуванні відповідних компетентностей при вивченні таких дисциплін як: «Маркетинг», «Економіка підприємства», «Менеджмент».</p>
<p>Додаткові матеріали для представлення навчальної дисципліни</p>	<p>Презентації, відеоролики</p>
<p>Рекомендовані джерела інформації</p>	<p style="text-align: center;">Основні</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Окландер М., Кірносова М. Маркетингова товарна політика : навчальний посібник. Київ : Центр навчальної літератури, 2020. 248 с. 2. Маркетингова товарна політика: практикум / уклад. : А.В. Шевченко, О.С. Борисенко, Ю.В. Фісун, О.М. Крапко. Київ: НАУ, 2022. 68 с. 3. Райко Д.В., Шипуліна Ю.С. Маркетингова товарна політика :

навч. посіб. Суми: Триторія, 2022. 158 с.
<https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/eb035cce-8c91-4abb-8fb0-d06f53715829/content>

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: Диалектика, 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. Шульга Л. В., Терещенко І.О., Бандурка Д. І., Комар В. П., Артеменко О. Ю. Фактори формування конкурентоспроможності підприємств сільськогосподарського машинобудування. *Ефективна економіка* 2023. № 7. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/1882/1899>

14. Терещенко І. О., Шульга Л. В., Острянин В. С., Пересадило Є. В., Бандурка Д. І. Механізм формування стратегії управління конкурентоспроможністю підприємства. *АгроСвіт*. № 22, 2023 р. С. 92-97. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/agrosvit/article/view/2407/2443>

Інформаційні ресурси мережі Інтернет

1. Аналітичний медіапортал про ринок реклами, маркетингу, PR в Україні. URL: <https://sostav.ua/>

2. Академія Інтернет-Маркетингу #1. URL: <https://webpromoexperts.net/ua/>.

3. Агентство PERFORMANCE маркетингу. URL: <https://roman.ua/>

4. YoungSoul Сайт з душою. URL: <https://youngsoul.co.ua/>

5. Онлайн-платформа автоматизації маркетингу. URL: <https://www.marketo.com>

6. Журнал «Маркетинг в Україні». URL: <https://uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua/arhive.php>

7. Журнал «Маркетинг і менеджмент інновацій». URL: <https://mmi.sumdu.edu.ua/>

	<p>8. Журнал «Маркетинг і цифрові технології». URL: https://mdt-opu.com.ua/index.php/mdt</p> <p>9. Українська асоціація маркетингу. URL: https://www.uam.in.ua/</p> <p>10. GrowHow.in.ua – онлайн-журнал про вирощування, управління та агробізнес. URL: https://www.growhow.in.ua/</p>
Рік введення	2024