



СИЛАБУС
НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ
«МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА»

| | |
|---|---|
| Рівень вищої освіти | Перший (бакалаврський) рівень |
| Код і найменування спеціальності, тип і назва освітньої програми | 073 Менеджмент ОПП Менеджмент підприємства |
| Статус навчальної дисципліни | Вибіркова фахова 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: Решетнікова Ольга, к.е.н. Контакти: ауд. 472 (навчальний корпус № 4) e-mail: olha.reshetnikova@pdau.edu.ua сторінка викладача: https://www.pdau.edu.ua/people/reshetnikova-olga-valeriyivna-0</p> <div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="text-align: center;"> <p>РЕШЕТНИКОВА Ольга Валеріївна к.е.н., доцент кафедри (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 12. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p><i>Фахові:</i> ФК 17. Здатність стратегічно мислити, управляти інноваціями та енергетичними потоками підприємства.</p> |
| Результати навчання | ПРН 4. Демонструвати навички виявлення проблеми та обґрунтування управлінських рішень. |

| | |
|---|---|
| <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>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 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>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. 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/>