

Факультет економіки та менеджменту  
Кафедра маркетингу

# «Маркетингова товарна політика»

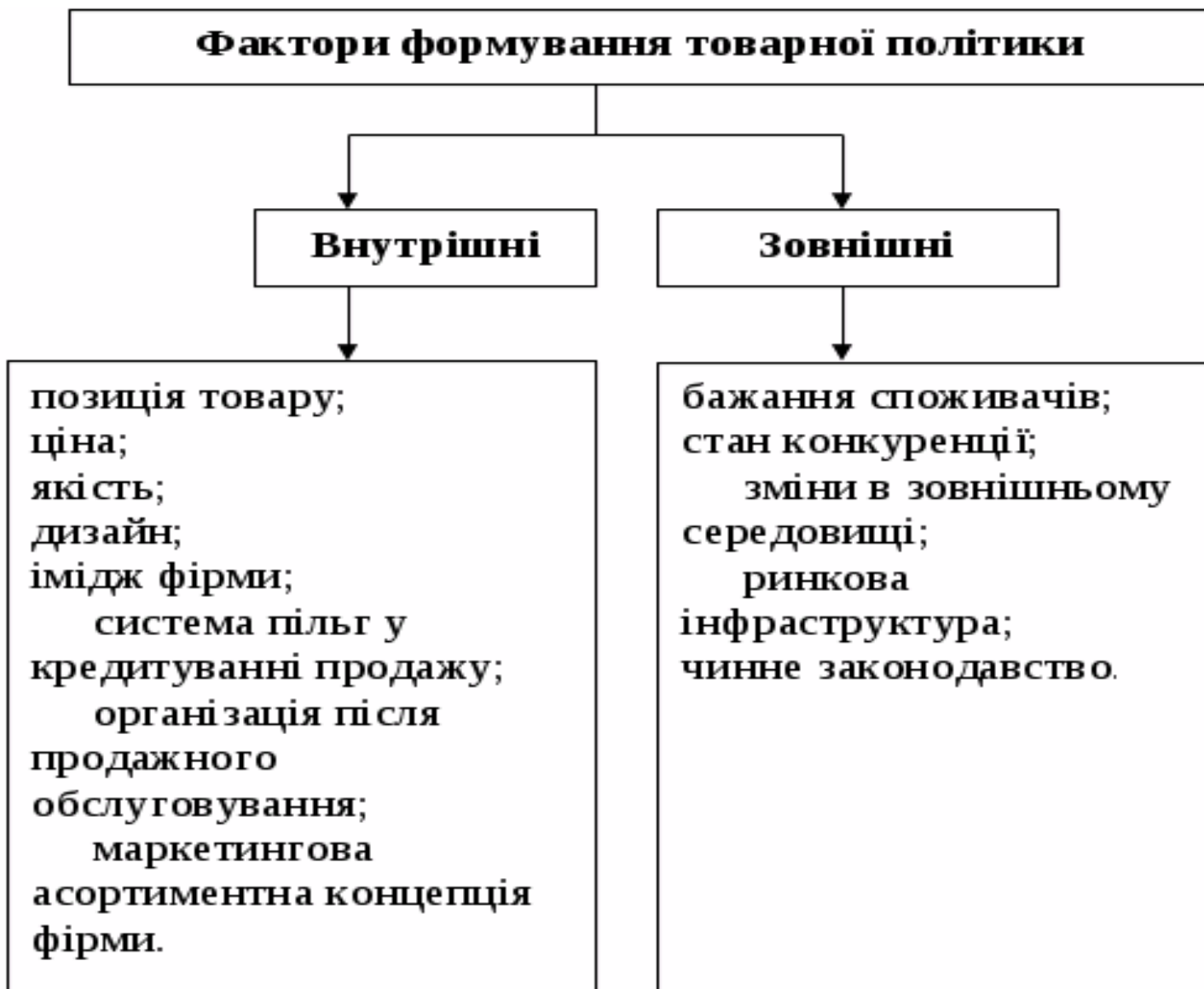
к.е.н., доцент кафедри  
Терещенко Іван Олексійович



## Мета

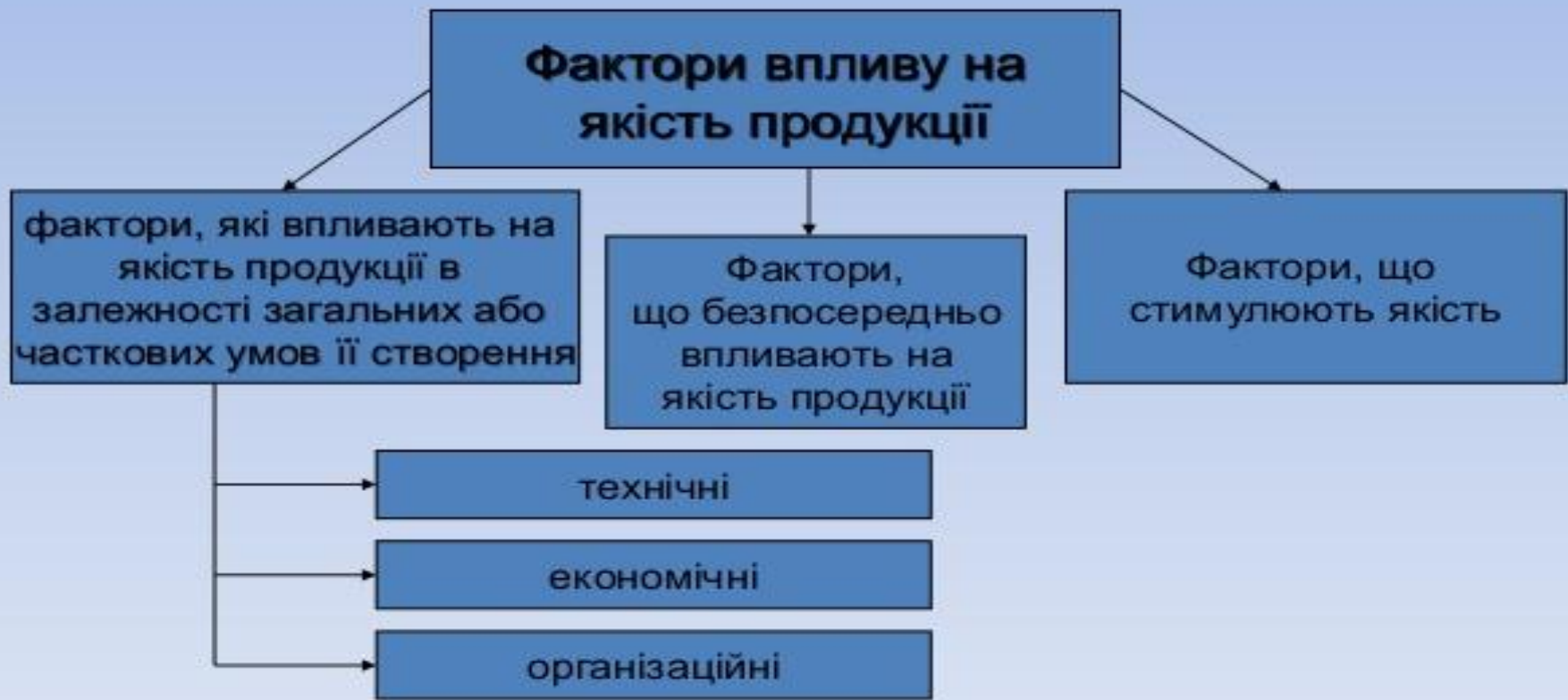
формування у майбутніх фахівців сучасної системи поглядів та спеціальних знань у галузі маркетингу, набуття практичних навичок щодо формування, реалізації та оптимізації маркетингової товарної політики, розробки товарів та послуг ринкової новизни, оцінка якості та конкурентоспроможності товару, з урахуванням життєвого циклу товару, цільового ринку та задоволення потреб споживачів

# Тема 1. Сутність, зміст і завдання товарної політики підприємства



# Тема 2. Якість продукції: оцінювання та управління якістю

## Фактори впливу на якість продукції



# Тема 3. Конкуентоспроможність товару та її показники

## КОНКУЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ

Забезпечення якості

Засобів праці

Предметів праці

Праці

Інформації

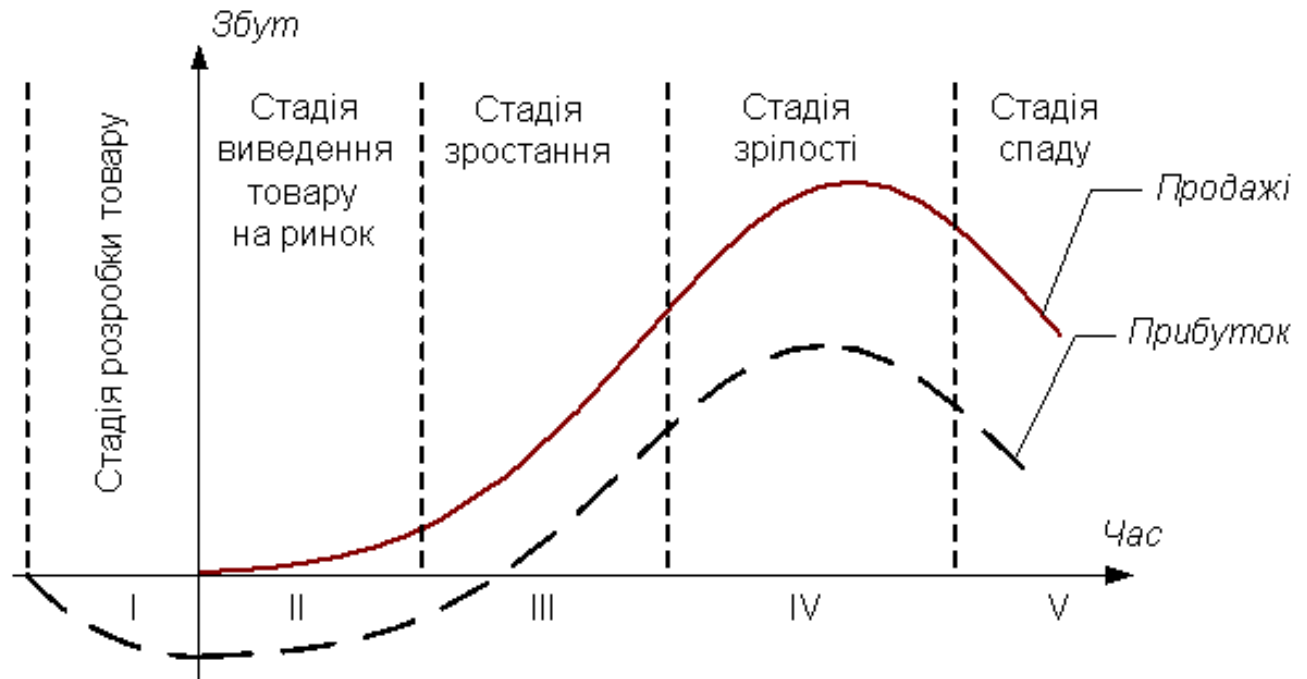
Етапи забезпечення конкурентоспроможності продукції

Передвиробничий  
маркетинг

Виробництво

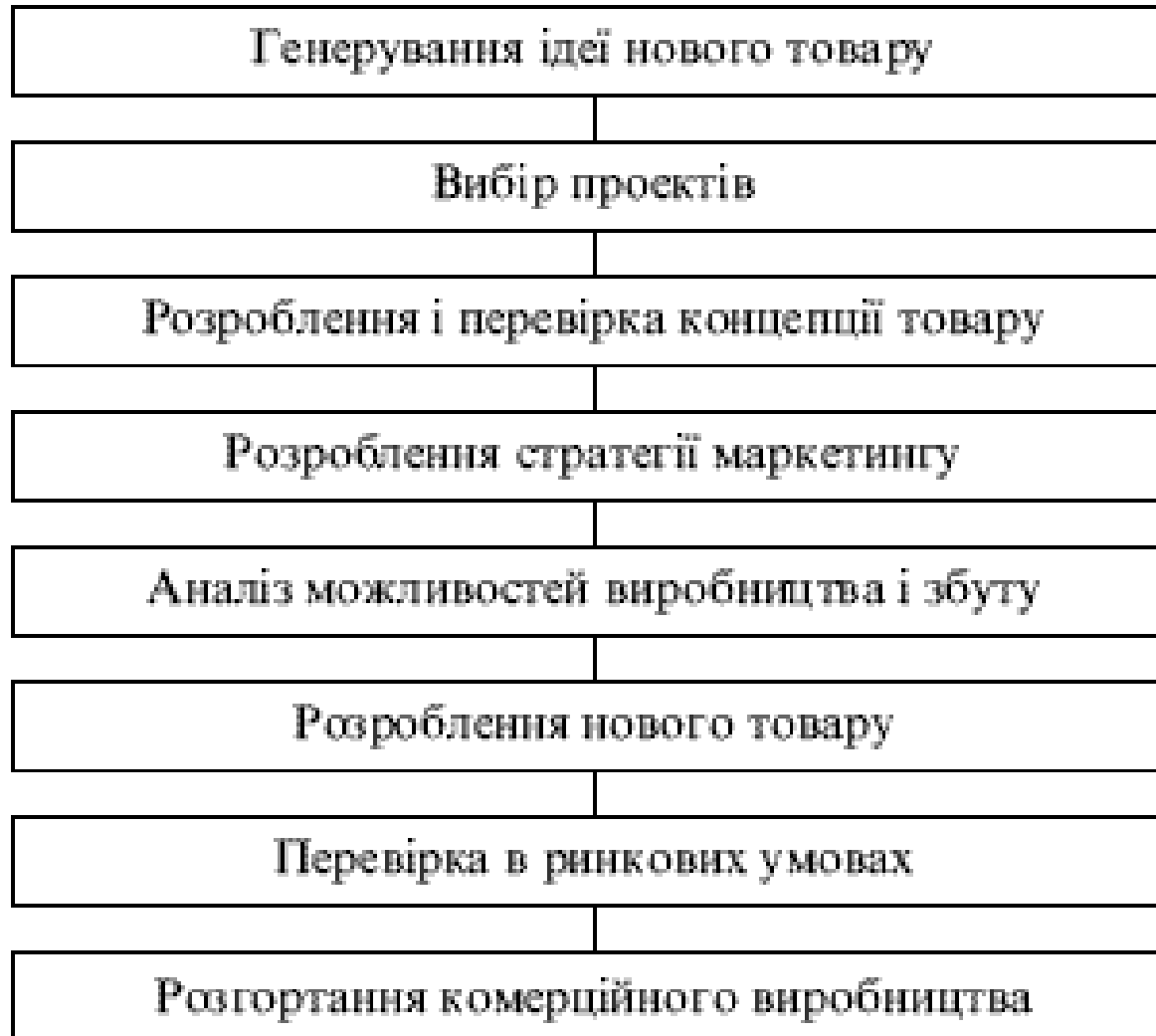
Експлуатація  
продукції

# Тема 4. Життєвий цикл товару

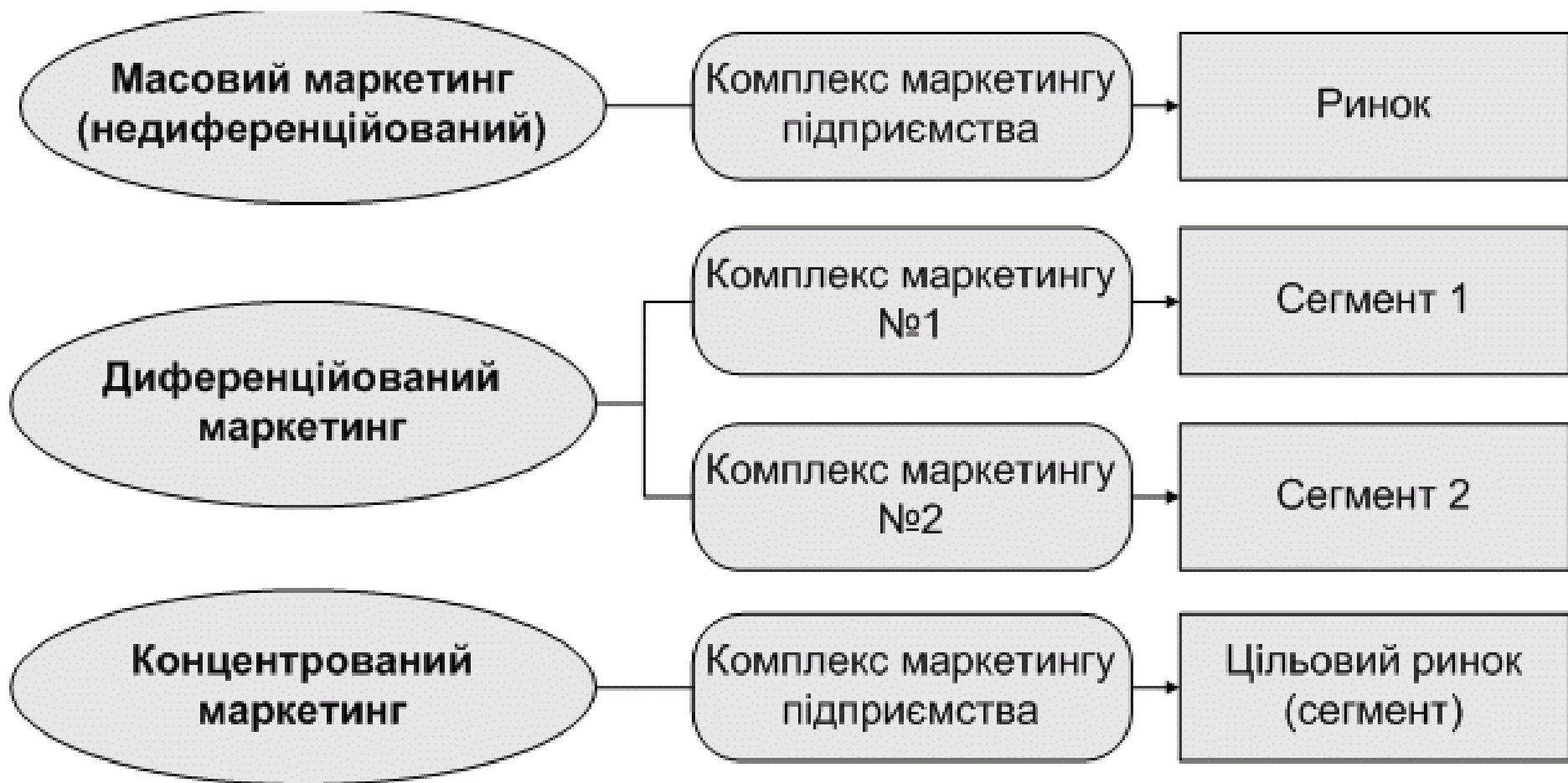


<b>Продажі</b>	немає	низькі	швидкий ріст	уповільнені	спад
<b>Собівартість</b>	висока	висока	середня	низька	низька
<b>Прибуток</b>	немає	мінімум	зростає	максимум	спадає
<b>Споживачі</b>	немає	суперноватори	новатори	звичайні	консерватори
<b>Конкуренти</b>	немає	мало	к-ть зростає	багато	к-ть спадає

# Тема 5. Планування нової продукції і розроблення товару



# Тема 6. Цільовий ринок товару і методика його вибору





# Тема 7. Товарні марки та упаковка

