

Відокремлений структурний підрозділ “Снятинський фаховий коледж Закладу вищої освіти “Подільський державний університет”	Силабус навчальної дисципліни «Товарна політика комерційних підприємств » Галузь знань: 07 Управління та адміністрування Спеціальність: 075 Маркетинг Освітньо-професійна програма: «Маркетинг»
Освітньо-професійний ступінь	Фаховий молодший бакалавр
Статус дисципліни	Обов’язкова навчальна дисципліна
Форма навчання	Очна (денна)
Обсяг дисципліни, кредити ЄКТС/ загальна кількість годин	2 кредити / 60 годин
Мова викладання	Українська
Анотація дисципліни	Важливою умовою ефективної виробничо-економічної діяльності підприємства є успішна товарна політика, зорієнтована на задоволення конкретних потреб споживачів. В основі цієї політики лежить концепція створення товарів ринкової новизни. Після вивчення дисципліни « Товарна політика комерційних підприємств » студенти отримають теоретичні знання щодо суті і складових маркетингової товарної політики підприємства, а також практичні навички з її здійснення.
Що буде вивчатися (предмет навчання)	Предметом вивчення навчальної дисципліни є формування теоретичних знань та практичних навичок маркетингового планування продукту, оптимізації товарної політики та розроблення товарів і послуг ринкової новизни.
Чому це цікаво/потрібно вивчати	Метою навчальної дисципліни є: сформувати у студентів знання й навички щодо здійснення маркетингової товарної політики, вибору ефективних стратегій на товарному ринку в умовах конкурентного середовища й чинного Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти повинні Знати: РН 1. Знати і розуміти теоретичні основи та принципи провадження маркетингової діяльності. Вміти: РН 3. Аналізувати ринкові явища та процеси на основі застосування теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності РН 4. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв’язування практичних завдань у сфері маркетингу. РН 5. Збирати й аналізувати необхідну інформацію, обчислювати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію. РН 10. Оцінювати ризики здійснення маркетингової діяльності в умовах певної невизначеності маркетингового середовища. законодавства України.
Результати навчання (мета)	

	РН 11. Реалізовувати управлінські рішення у сфері маркетингу у діяльності ринкових суб'єктів. РН 13. Проявляти ініціативу та підприємливість для досягнення професійної мети. РН 14. Виконувати професійну діяльність у командній роботі. РН 16. Обґрунтовувати напрями з підвищення ефективності діяльності підприємства в ринкових умовах РН 18. Використовувати нормативні та правові акти, що регламентують професійну діяльність РН 21. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.
Загальні компетентності	ЗК 1. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. ЗК 3. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях. ЗК 4 Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел. ЗК 5. Здатність використовувати інформаційні та комунікаційні технології. ЗК 8. Здатність працювати в команді. ЗК 10. Знання та розуміння предметної області професійної діяльності
Спеціальні компетентності	СК 1. Здатність системно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу. СК 2. Здатність виявляти вплив чинників маркетингового середовища на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів. СК 4. Здатність провадити маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими. СК 9. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи під час ухвалення конкретних маркетингових рішень. СК 10. Здатність обґрунтовувати і презентувати результати досліджень у сфері маркетингу СК 11. Здатність забезпечувати дотримання нормативно-правових та морально-етичних норм поведінки. СК 14. Здатність до аналізу поведінки споживачів і конкурентів, а також конкурентного середовища
Навчальна логістика	Тема 1. Сутність, зміст і завдання товарної політики підприємства. Тема 2. Товари і послуги в маркетинговій діяльності. Тема 3. Ціна в системі ринкових характеристик товару. Тема 4. Якість продукції та методи її оцінювання. Тема 5. Конкурентоспроможність товару та її показники. Тема 6. Ринок товарів і послуг. Тема 7. Формування попиту на ринку окремого товару. Тема 8. Цільовий ринок товару і методика його вибору. Тема 9. Організація управління продуктом. Тема 10. Життєвий цикл товару. Тема 11. Планування нового продукту і розроблення товару. Тема 12. Призначення та види ідентифікування продукції. Упаковка в системі планування продукту

Пререквізити	Дисципліна «Товарна політика комерційних підприємств» може вивчатись здобувачами освіти під час набуття окремих компетентностей при вивченні дисциплін "Комерційне товаровознавство", "Статистика", "Вступ спеціальність".	
	Дисципліна дає можливість в подальшому опанувати такі науки як «Підприємницька діяльність», «Реклама та комунікаційна діяльність», «Агромакетинг», «Маркетинг».	
	Основна: 1. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. — К.: КНЕУ, 2018. — 250 с. 2. Кардаш В.Я. 2. Товарна інноваційна політика: підручник. / В.Я. Кардаш, І.А. Павленко, О.К. Шафалюк — К.: КНЕУ, 2017. — 266 с. 3. Агеев Є.Я. Управління якістю: навчально-методичний посібник для самостійної роботи по вивченню дисципліни. / Є.Я. Агеев — Львів: «Новий Світ-2000», 2020. — 240 с. Допоміжна: 1. Дайновський Ю.А. Товарна інноваційна політика: навчальний посібник. / Ю.А. Дайновський — Львів: Новий Світ — 2010, 2020. — 244 2. Пасічник В.Г. Конкурентоспроможність фірми: навчальний посібник. / В.Г. Пасічник, О.В. Акіліна — Київ: Центр навчальної літератури, 2019. — 112 с.	
	Інформаційні ресурси 1. https://pidru4niki.com/1590071650423/marketing/sutnist_tovarnoyi_politiki 2. : http://ecolabel.org.ua 3. https://buklib.net/books/21949/http://elib.hduht.edu.ua/bitstream/ 4. https://altair.net.ua/wp-content/themes/wooshoplite/assets/images/public/	
Форма та обсяг курсу	Вид занять	Кількість годин
	Лекції	31
	Семінарські	-
	Практичні	14
	Лабораторні	- -
	Самостійна робота	15
Розподіл балів, форма контролю	Форми контролю	Максимальна кількість балів
	Залік	5
	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою
	A	Відмінно
	B	Добре
	C	
	D	Задовільно
	E	
	FX	Незадовільно
	F	Незадовільно
Викладач	Лазарєва Вікторія Іванівна	
	Посада викладач Категорія спеціаліст вищої кваліфікаційної категорії Педагогічне звання Науковий ступінь E-mail: syneli83@gmail.com Вебсайт	