

SYLLABUS

INTERNATIONAL EUROPEAN
UNIVERSITY



EUROPEAN SCHOOL OF BUSINESS

Маркетингова товарна політика
ОП «Цифровий маркетинг»

2024



SYLLABUS



1	Назва курсу та освітньої програми Маркетингова товарна політика ОП «Цифровий маркетинг»
2	Опис курсу Навчальна дисципліна «Маркетингова товарна політика» допоможе студентам сформувати цілісну систему компетентностей щодо підвищення ефективності управління плануванням і розробленням продукту, упаковки, товарної марки у сфері маркетингу. Актуальність вивчення даного курсу зумовлено необхідністю впровадження концепції маркетингової товарної політики в практику розв'язання виробничо-економічних завдань вітчизняних підприємств.
3	Передумови вивчення Формування теоретичних знань та практичних навичок маркетингового планування продукту, оптимізації товарної політики та розроблення товарів і послуг ринкової новизни. Навчальний курс «Маркетингова товарна політика» базується на знаннях таких дисциплін, як «Економічна теорія», «Маркетинг», «Інфраструктура товарного ринку», «Основи наукових досліджень», «Логістика», «Маркетингове ціноутворення», «Маркетинг послуг».
4	Обсяг кредитів/годин 4 кредити ЄКТС / 120 академічних годин
5	Формат навчання Змішане навчання
6	Розташування класної кімнати
7	ПІБ викладача Власенко Олена Олександрівна , кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, фінансів та бізнес-адміністрування
8	Кафедра Кафедра менеджменту, фінансів та бізнес-адміністрування:





SYLLABUS



9	Місцезнаходження офісу
м. Київ, пр-т Академіка Глушкова, 42 В, каб. 511	
10	Консультування
Щовівторка з 14:00 до 15:30 з попереднім записом через корпоративну пошту	
11	E-mail викладача
oleksiihutsaliuk@ieu.edu.ua	
12	Цілі курсу
<ul style="list-style-type: none">• вивчення теорії маркетингової товарної політики організацій, набуття умінь і навичок;• визначення конкурентоспроможності та місця товару на ринку;• підвищення ефективності управління плануванням і розробленням продукту, упаковки, товарної марки.	
13	Роль навчальної дисципліни у досягненні програмних результатів
<p>ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.</p> <p>ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.</p> <p>ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта.</p>	
14	Результати навчання
<p>Після опанування дисципліни студент повинен знати:</p> <ul style="list-style-type: none">• цілі та сутність маркетингової товарної політики; основні принципи теорії та практики формування товарної політики підприємства;• сутність товарів та послуг як категорій маркетингу; підходи до політики ціноутворення; сутність та роль конкурентоспроможності товару, її показники; концепцію життєвого циклу товару;• призначення товарної марки, знаку та бранда як способів ідентифікування продукції тощо; <p>уміти:</p> <ul style="list-style-type: none">• самостійно визначати конкурентоспроможність та місце товару на ринку; розробляти заходи з підвищення ефективності управління плануванням і розробленням продукту, упаковки, товарної марки, оцінювати якість продукції;• проводити маркетингові дослідження, вибирати цільовий ринок; визначати ефективність товарно-асортиментної політики.	
15	Зміст курсу
<p>Тема 1. Сутність, зміст і завдання товарної політики підприємства</p> <p>Тема 2. Товари та послуги в маркетинговій діяльності</p> <p>Тема 3. Ціна в системі ринкових характеристик товару</p> <p>Тема 4. Якість продукції та методи її оцінювання</p> <p>Тема 5. Конкурентоспроможність товару та її показники</p>	



SYLLABUS



15

Зміст курсу

- Тема 6. Ринок товарів і послуг
- Тема 7. Формування попиту на ринку окремого товару
- Тема 8. Маркетингові дослідження товарного ринку
- Тема 9. Цільовий ринок товару і методика його вибору
- Тема 10. Організація управління продуктом
- Тема 11. Життєвий цикл товару
- Тема 12. Планування нового продукту і розроблення товару
- Тема 13. Призначення та види ідентифікування продукції
- Тема 14. Упаковка в системі планування продукту

16

Книги та матеріали

1. Головчук Ю.О., Середницька Л.П. Маркетингова товарна політика – інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства. Агросвіт, 2020, 1: 61-68.
2. Горохова Т.В., Фоменко Ю.Р. Маркетингова товарна політика як фактор конкурентоспроможності підприємства в посткризових умовах. Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності, 2018, 18: 163-173.
3. Ілляшенко С. М. Маркетингова товарна політика : підручник. Суми : ВТД «Університетська книга», 2017. 232 с.
4. Окландер М. А.; Кірсонова М. В. Маркетингова товарна політика: підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2020. 248 с
5. Kotler F. Kotler On Marketing. Simon & Schuster. 2001. 272 p.

17

Технічні вимоги для роботи на курсі

Для роботи на курсі «Маркетингова товарна політика», вам необхідний регулярний доступ до комп'ютера (чи телефону) та інтернету.

Для успішного вивчення та складання іспиту з навчального курсу, вам необхідно спочатку ознайомитись із дистанційною платформою (Moodle) та вивчити всі папки, на яких вже є або поетапно розміщені інформація або матеріали для вивчення курсу. Також потрібно буде завантажувати та створювати документи, переглядати відео або ж створювати його.

Можливість використовувати дистанційні платформи можливо тільки з використанням корпоративної пошти.

При неможливості зайти на курс, вам необхідно повідомити деканат або старосту або ж безпосередньо викладача курсу.

18

Процес навчання

Процес вивчення курсу «Маркетингова товарна політика» містить і собі лекції та практичні заняття. Під час лекцій будуть використовуватись такі методи навчання, як лекція, лекція-бесіда, дискусія, обговорення проблемних питань, демонстрація, аналіз різних ситуацій відповідно до теми лекцій.

Під час практичних занять будуть використовуватись такі методи навчання, як опитування, тестування, виконання індивідуальних та командних завдань, кейсів, підготовка доповідей та презентацій, виконання аналітично-розрахункових робіт, вирішених конкретних задач та ситуацій, мозковий штурм (мозкова атака, брейнстормінг).





SYLLABUS



19

Ознаки дисципліни

Термін викладання	Семестр	Міжнародна дисциплінарна інтеграція	Курс рік (навчання)	Цикли: загальної підготовки/ професійної підготовки/ вільного вибору
1 семестр	5 семестр	так	3 курс	Цикл професійної підготовки

20

Політика оцінювання

У вас будуть різні способи продемонструвати свої знання і навички протягом семестру. Це включає в себе те, як відвідуєте заняття, як і що ви вносите в обговорення в класі, як виконуєте і чи вчасно виконуєте практичні завдання та тести, як виконуєте завдання з самостійної роботи, вміння презентувати свою доповідь. Додатково надається можливість виконання ІНДЗ, яке виконується індивідуально або невеликою групою у вигляді студентської наукової роботи.

Діяльність протягом семестру	Максимальна кількість балів протягом семестру
Поточна робота (відвідування, усне опитування, вирішення розрахункових задач та завдань, ситуаційних вправ)	15
Доповіді з презентацією (3 шт.)	10
Тести (4 шт.)	10
Модульна контрольна робота (2 шт.)	15
ІНДЗ (допуск до іспиту)	10
Разом	60

21

Шкала оцінювання

Мінімальна кількість балів, яку повинен набрати здобувач освіти за поточну навчальну діяльність за семестр для допуску до підсумкового контролю – 36 балів. Оцінка за дисципліну визначається як сума підсумкового балу за поточну діяльність та балу за підсумковий контроль і виражається за багатобальною шкалою.

Оцінка з дисципліни, яка завершується іспитом, визначається як сума балів за поточну навчальну діяльність (не менше 36), бали за індивідуальну самостійну роботу здобувача освіти (не більше 6) та балів за іспит (не менше 24).

Загальний бал з дисципліни становить 100. Сумарна оцінка за вивчення дисципліни виставляється за національною та європейською шкалою.

Підсумковий контроль у формі іспиту проводиться після завершення вивчення усіх тем дисципліни і складається здобувачами освіти у період залікової сесії.

Загальна підсумкова оцінка в балах, за національною шкалою та за шкалою ЄКТС заноситься до заліково-екзаменаційної відомості, навчальної картки та залікової книжки студента.

Шкала оцінювання: національна та ЄКТС

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проекту (роботи), практики	для заліку
90-100	A	відмінно	Зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
66-73	D	Задовільно	
60-65	E		
30-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-29	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

QR Code:



Щоб перевірити свої оцінки за завдання та прочитати коментарі викладача, ви повинні перевірити відповідні вкладки дистанційних платформ навчання Moodle.

Також отримати інформацію про отримані оцінки ви можете безпосередньо у викладача курсу через корпоративну пошту або ж за попереднім записом у дні надання консультацій (каб. 505).

Для продуктивної навчально-пізнавальної діяльності студентів при вивченні дисципліни здійснюються актуальні лекції та семінари у вигляді презентацій, робота в групах, семінарів-дискусій.

На заняттях та під час перебування в університеті студент повинен поважно ставитися до викладачів, співробітників та інших студентів, відвідувати заняття згідно з розкладом, приходити вчасно і не залишати аудиторії без дозволу викладача. Необхідно виконувати всі академічні завдання і роботи у визначені терміни.

Викладач, у свою чергу повинен постійно підвищувати свій професійний рівень, педагогічну майстерність, загальну культуру, забезпечувати умови для засвоєння студентами навчальних програм на рівні обов'язкових вимог щодо змісту, рівня та обсягу освіти, сприяти всебічному професійному розвитку студентів.



SYLLABUS



24

Шкала оцінювання

Обов'язково дотримуватися навчально-тематичного плану, не спізнюватися на заняттях, не допускати жодних проявів корупції, дискримінації, булінгу, цькування та утиску прав здобувачів освіти. Студент, який *з поважних причин*, підтверджених документально, не підлягав поточному контролю має право пройти поточний контроль у **двотижневий термін** після повернення до навчання. Студент, що був відсутній на заняттях *без поважних причин*, не брав участі у заходах поточного контролю, не ліквідував академічну заборгованість, не допускається до підсумкового семестрового контролю знань з цієї дисципліни, а в день складання іспиту в екзаменаційній відомості науково-педагогічним працівником виставляється оцінка «недопущений». Повторне складання іспиту з дисципліни призначається за умови виконання всіх видів навчальної, самостійної (індивідуальної) роботи, передбачених робочою навчальною програмою дисципліни, і проводиться згідно із затвердженим директором графіком ліквідації.

QR Code:



Всі учасники освітнього процесу керуються принципами академічної доброчесності.

QR Code:



25

Виконання завдання з запізненням, виправлення оцінок, відпрацювання

Завдання мають бути надіслані через Moodle до термінів завершення, зазначених у розкладі курсу на нашому сайті. Більшість завдань мають бути виконані до 09:00 у день чергового заняття, щоб узгодити їх зі змістом курсу та діяльністю в групі. Найкращою практикою буде виконувати завдання якомога швидше після отримання, щоб у вас було достатньо часу для активної участі на заняттях.

Якщо вам потрібно більше часу для виконання завдання, доступні гнучкі терміни. Виконані завдання приймаються до повного заліку до останнього заняття з дисципліни за розкладом, після чого 40% частковий кредит на основі отриманої оцінки буде нараховано протягом тижня після останнього дня занять. Завдання, які взагалі не здавалися, отримують 0.

Якщо ви плануєте пропустити заняття більше ніж на один тиждень через хворобу або з інших причин, будь ласка, зв'яжіться з викладачем, щоб домовитися про альтернативні варіанти виконання завдань.



SYLLABUS



25

Виконання завдання з запізненням, виправлення оцінок, відпрацювання

QR Code:



26

Час відповіді викладача

Через корпоративну пошту, впродовж 24 годин.

27

Ефективна комунікація

Ефективна комунікація – це вулиця з двостороннім рухом!!!

Тому основні рекомендації до ефективної комунікації – це корпоративна електронна пошта на пряму із викладачем курсу; це особиста комунікація із одногрупниками через соціальні мережі/корпоративні пошти/мобільні телефони; це комунікація безпосередньо на курсі дистанційних платформ Moodle; це очна зустріч із викладачем у дні консультацій.

28

Політика публікації та розповсюдження матеріалів курсу

Студенти не можуть розмішувати, публікувати, продавати або іншим чином публічно поширювати матеріали курсу без письмового дозволу викладача.

Такі матеріали включають, але не обмежуються: конспекти лекцій, слайди лекцій, відео чи аудіозаписи, завдання, набори задач, іспити, роботи інших студентів і ключі відповідей.

Студенти, які продають, розмішують, публікують або розповсюджують матеріали курсу без письмового дозволу з метою отримання відповідей чи іншим чином, можуть бути притягнуті до дисциплінарної відповідальності, аж до вимоги відмовитися від навчання. Крім того, студенти не можуть робити відео- чи аудіозаписи занять для власного використання без письмового дозволу викладача.

29

Очікуване навантаження та залученість студентів

На роботу в цьому курсі слід виділити окремі години для самостійного опрацювання деяких матеріалів лекцій відповідно до тематики курсу (приблизно 5-6 годин на тиждень).

Якщо виникнуть обставини, що змушують вас витратити більше часу на якість завдань, проінформуйте викладача електронною поштою.

Продовження терміну здачі можливо лише за умови, що викладач попередньо проінформований про те, що ви не зможете здати завдання вчасно. Очікується, що студенти мають резервний план на випадок несправності комп'ютера або перебоїв у роботі Інтернету.



SYLLABUS



30

Служби підтримки

Електронний розклад
Бібліотека
Куратор
Репозиторій
Деканат

31

Розклад курсу

Назва теми лекції	Практичні заняття
Тема 1. Сутність, зміст і завдання товарної політики підприємства	<ul style="list-style-type: none">• Усне опитування• Домашні завдання
Тема 2. Товари та послуги в маркетинговій діяльності	<ul style="list-style-type: none">• Усне опитування• Домашні завдання• Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення• Написання доповідей
Тема 3. Ціна в системі ринкових характеристик товару	<ul style="list-style-type: none">• Усне опитування• Розв'язування практичних завдань• Домашні завдання• Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення
Тема 4. Якість продукції та методи її оцінювання	<ul style="list-style-type: none">• Усне опитування• Розв'язування практичних завдань• Домашні завдання• Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення• Презентація доповідей
Тема 5. Конкурентоспроможність товару та її показники	<ul style="list-style-type: none">• Усне опитування• Розв'язування практичних завдань• Домашні завдання• Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення• Презентація доповідей• Тести
Тема 6. Ринок товарів і послуг	<ul style="list-style-type: none">• Усне опитування• Домашні завдання• Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення• Презентація доповідей
Тема 7. Формування попиту на ринку окремого товару	<ul style="list-style-type: none">• Усне опитування• Розв'язування практичних завдань• Домашні завдання• Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення• Презентація доповідей

Тема 8. Маркетингові дослідження товарного ринку	<ul style="list-style-type: none">• Усне опитування• Розв'язування практичних завдань• Домашні завдання• Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення• Презентація доповідей
Тема 9. Цільовий ринок товару і методика його вибору	<ul style="list-style-type: none">• Усне опитування• Розв'язування практичних завдань• Домашні завдання• Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення• Презентація доповідей
Тема 10. Організація управління продуктом	<ul style="list-style-type: none">• Усне опитування• Розв'язування практичних завдань• Домашні завдання• Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення• Презентація доповідей
Тема 11. Життєвий цикл товару	<ul style="list-style-type: none">• Усне опитування• Розв'язування практичних завдань• Домашні завдання• Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення
Тема 12. Планування нового продукту і розроблення товару	<ul style="list-style-type: none">• Усне опитування• Розв'язування практичних завдань• Домашні завдання• Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення
Тема 13. Призначення та види ідентифікування продукції	<ul style="list-style-type: none">• Усне опитування• Розв'язування практичних завдань• Домашні завдання• Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення
Тема 14. Упаковка в системі планування продукту	<ul style="list-style-type: none">• Усне опитування• Розв'язування практичних завдань• Перевірка питань, які виносяться на самостійне вивчення• Тести

Якщо Ви бажаєте успішно засвоїти цей предмет, необхідно бути:

- наполегливим, уважним і допитливим;
- креативним і життєрадісним, відкритим для спілкування та дискусій;
- готовим отримувати інформацію і знання з предмету не лише на лекціях, а й у позааудиторний час.

До зустрічі!