



## **СИЛАБУС** НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА (В Т.Ч. ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА)»

**Рівень вищої освіти: Перший (бакалаврський)**

**Спеціальність: 075 Маркетинг**

**Рік навчання: 3-й, семестр 6-й**

**Кількість кредитів ECTS: 5 кредитів**

**Назва кафедри: Аграрного менеджменту та  
маркетингу**

**Мова викладання: українська**

**Лектор курсу**

**д.е.н., доцент Логоша Роман Васильович**

**Контактна інформація  
лектора (e-mail)**

**lrv@vsau.vin.ua, konffmp@ukr.net**

### **ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

«Маркетингова товарна політика (в т.ч. інноваційна політика)» є обов'язковою компонентою ОПП.

Загальний обсяг дисципліни – 150 год.: лекції – 30 год.; практичні заняття – 28 год., самостійна робота – 92 год.

Формат проведення: лекції, практичні заняття, семінарські заняття, консультації. Підсумковий контроль – іспит.

### **ПРЕРЕКВІЗИТИ І ПОСТРЕКВІЗИТИ НАВЧАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ**

При вивченні даної дисципліни використовуються знання, отримані з таких дисциплін (пререквізитів): «Економічна теорія (Основи економічної теорії)», «Основи агробізнесу», «Основи маркетингу»;

основні положення навчальної дисципліни мають застосовуватися при вивченні таких дисциплін (постреквізитів): «Маркетинговий менеджмент», «Маркетингова комунікаційна політика», «Маркетингова цінова політика».

### **ХАРАКТЕРИСТИКА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ**

#### **Призначення навчальної дисципліни**

Освітня компонента «Маркетингова товарна політика (в т.ч. інноваційна політика)» спрямована на отримання здобувачами вищої освіти важливої і універсальної компетентності – здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та

методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов

### **Мета вивчення навчальної дисципліни**

Мета вивчення навчальної дисципліни – здобути глибокі теоретичні знання та набути практичних навичок з маркетингової товарної політики, володіти сучасними теоретико-методичними підходами щодо формування ефективної маркетингової товарної політики на підприємстві, методами створення та удосконалення асортименту продукції відповідно до умов ринку та вимог споживача, управління якістю, конкурентоспроможністю та ціновою політикою під впливом попиту та пропозиції з урахуванням специфіки на сучасному етапі розвитку вітчизняної ринкової економіки.

### **Завдання вивчення дисципліни**

Програма навчальної дисципліни передбачає перезарахування кредитів освітніх компонентів, отриманих здобувачами вищої освіти, які навчалися за програмою академічної мобільності, неформальної та інформальної освіти за наявності відповідних підтверджуючих документів.

Програма дисципліни орієнтована на вивчення сутності і значення маркетингу в сучасній економіці; вміти аналізувати головні ринкові характеристики товару та методи їх вимірювання; вміти аналізувати цінову політику в системі ринкових характеристик товару; вміти дати оцінку якості та конкурентоспроможності продукції із застосуванням методів, прийомів та маркетингових інструментів щодо її удосконалення; вміти аналізувати попит на ринку окремого товару та методик вибору цільовий ринку для підприємства; вміти формувати виробничу програму підприємства на основі асортиментної концепції й порядку формування товарного пропонування.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен сформувані програмні компетентності.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен володіти інтегральними, загальними та фаховими компетентностями, зокрема:

*інтегральні компетентності (ІК):*

Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

*загальні компетентності (ЗК):*

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

*спеціальні (фахові) компетентності (СК):*

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

*програмні результати (Р):*

Р2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

Р4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

Р11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

Вивчення даної дисципліни формує у здобувачів освіти соціальні навички (softskills): комунікативність (реалізується через: метод роботи в парах та групах, метод самопрезентації), робота в команді (реалізується через: метод проєктів), лідерські навички (реалізується через: робота в групах, метод проєктів, метод самопрезентації).

### **План вивчення навчальної дисципліни**

Тиждень	Назви теми	Форми організації навчання та кількість годин		Самостійна робота, кількість годин
		лекційні заняття	практичні заняття	
	Тема 1. Суть, зміст і завдання маркетингової товарної політики підприємства	2	2	11
	Тема 2. Товари і послуги як об'єкти товарної політики	2	2	11
	Тема 3. Якість продукції та методи її оцінювання	2	2	11
	Тема 4. Конкурентоспроможність товару та її показники	4	4	7
	Тема 5. Маркетингові дослідження товарного ринку	4	4	9
	Тема 6. Цільовий ринок товару і методика його вибору	4	4	7
	Тема 7. Планування і розробка нового продукту	2	2	11
	Тема 8. Призначення та види ідентифікування продукції	4	4	7
	Тема 9. Упаковка в системі планування продукту	2	2	9
	Тема 10. Сервіс у системі товарної політики	4	2	9
<b>Разом</b>		<b>30</b>	<b>28</b>	<b>92</b>

## Самостійна робота здобувачів вищої освіти

Самостійна робота здобувачів вищої освіти є основним засобом засвоєння навчального матеріалу під час позааудиторної навчальної роботи. Самостійна робота здобувачів вищої освіти спрямована на закріплення теоретичних знань, отриманих здобувачем за час навчання, їх поглиблення, а також набуття та вдосконалення практичних навичок і вмінь відповідно до обраної спеціальності

Виконання здобувачем вищої освіти самостійної роботи передбачає, за необхідності, отримання консультацій або допомоги відповідного фахівця який забезпечує викладання даної навчальної дисципліни у ВНЗ.

Організація самостійної роботи здобувачів вищої освіти передбачає: планування обсягу, змісту, завдань, форм і методів контролю самостійної роботи, розроблення навчально-методичного забезпечення; виконання здобувачем запланованої самостійної роботи; контроль та оцінювання результатів, їх систематизацію, оцінювання ефективності виконання здобувачем самостійної роботи.

## Основні види самостійної роботи здобувача

№ з/п	Вид самостійної роботи	Кількість годин	Терміни виконання	Форма та метод контролю
1	Опрацювання навчального матеріалу (за конспектом лекцій, навчально-методичною і науковою літературою), пошук інформації в бібліотеках, мережі Інтернет, використання баз даних інформаційно-пошукових та довідникових систем	24	щотижнево	Усне опитування
2	Підготовка до аудиторних занять (лекцій, практичних занять)	18	щотижнево	Усне та письмове опитування
3	Підготовка доповідей, презентацій, есе	32	2 рази на семестр	Обговорення, виступ з презентацією, усний захист
4	Підготовка до проміжних та атестаційних контрольних робіт та тестування	18	2 рази на семестр	Тестування у системі СОКРАТ
<b>Разом</b>		<b>92</b>		

Контроль результатів самостійної роботи здобувача вищої освіти може здійснюватися під час лекційних і практичних занять або поза ними у письмовій, усній або змішаній формі з поданням результату самостійної роботи здобувача або у формі тестування.

У випадку реалізації індивідуальної освітньої траєкторії здобувача заняття можуть проводитись за індивідуальним графіком.

## Список основної та додаткової літератури

### Основна:

1. Ілляшенко С.М. Маркетингова товарна політика: Підручник. Суми: ВТД «Університетська книга», 2005. 234 с.
2. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.
3. Писаренко В.В., Багорка М.О. Стратегічний маркетинг: навч. посіб. Дніпро: Видавець. 2019. 240 с.
4. Маркетинг. Навчальний посібник / Старостіна А.О., Кравченко В.А., Пригара О.Ю., Ярош-Дмитренко Л.О. / За заг.ред. проф. Старостіної А.О. – Київ: «НВП «Інтерсервіс», 2018. 216 с.
5. Крикавський Є. В. Маркетингова товарна політика: навч. посібн. Львів: «Львівська політехніка», 2008. 276 с.
6. Зоріна О.І., Сиволовська О.В. Маркетингова товарна політика: Навч. посібник. Харків: УкрДУЗТ, 2015. 190 с.
7. Фірсова С. Г. Маркетинг нововведень:: Навчальний посібник. Київський національний університет імені Т. Шевченка. 2017. 150 с.
8. Балабанова Л. В., Холод В. В., Балабанова І. В. Стратегічний маркетинг: підручник. Київ, 2012. 612 с.
9. Храбатин О.І., Яворська Л.В. Маркетинг: Навчальний посібник. За наук. ред. О. А. Тимчик. Київ : Видавництво, 2014. 284 с.

### Додаткова:

10. Мельник Л. Г., Старченко Л. В., Карінцева О. І. Маркетингова цінова політика: навч. посібник. Київ: Книга, 2015. 246 с.
11. Земляков І.С. Основи маркетингу. Київ: ЦУЛ, 2005. 117 с.
12. Окландер М. А., Кірносова М. В. Маркетингова товарна політика: навч. посібник. Львів: ЦУЛ, 2017. 200 с.
13. Липчук В.В. Маркетинг: основи теорії та практики / Липчук В.В., Дудяк А.П., Бугіль С. Я. Львів: “Новий Світ-2000” ; “Магнолія Плюс”. 2003. 288 с.
14. Мостенська Т.Л. Основи маркетингу. Київ: Кондор, 2005. 240 с.
15. Павленко А.Ф., Войчак А.В. Маркетинг: Підручник. К.: КНЕУ, 2003. 246 с.
16. Старостіна А.О., Зозульов О.В. Маркетинг: Навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. Київ: Знання-Прес, 2003. 326 с.
17. Гірченко Т.Д., Дубовик О.В. Маркетинг. Київ: “Фірма “ІНКОС”, ЦНЛ, 2007.
18. Логоша Р.В., Семчук І.А. Ідентифікація моделей маркетингу взаємодії сільськогосподарських підприємств з виробництва біопалива. *Економіка АПК*. 2020. № 12 (314). С. 45-54.
19. Lohosha R. V., Gorinska V. M. Improvement of the marketing activity management system of farms. *Colloquium-journal*. 2021. № 4 (91), część 3. P. 40-49.

20. Логоша Р.В., Колесник Т.В. Гносеологія поняття «ринок» як основної економічної категорії в контексті множини супутніх економічних категорій. East European Scientific Journal. 2020. №5 (57), part 1. P. 24 – 32.

#### **Інтернет-ресурси:**

21. Верховна Рада України. <http://www.rada.gov.ua>.
22. Кабінет Міністрів України. URL : <http://www.kmu.gov.ua>.
23. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>

#### **Інформаційні ресурси:**

24. Тестові завдання з навчальної дисципліни «Маркетингова товарна політика (в т. ч. інноваційна політика)» (внутрішній сайт ВНАУ)
25. Методичні розробки (внутрішній сайт ВНАУ), репозиторій ВНАУ.

#### **Контроль і оцінка результатів навчання**

У відповідності до положення “Про порядок оцінювання знань здобувачів вищої освіти у Вінницькому національному аграрному університеті”, розподіл балів між формами організації навчального процесу і видами контрольних заходів: поточний контроль – загальна відповідність заявленим компетентностям за результатами лекційних, практичних занять та самостійної роботи – 50 балів (усний контроль: опитування, бесіди, доповіді, повідомлення на задану тему та ін., індивідуальні завдання, розв’язування задач та ін.); рубіжний контроль (колоквіум у формі тестування) – 10 балів; показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності – 10 балів, підсумковий контроль, (іспит в усній або тестовій формі) – 30 балів. Разом: 100 балів. Якщо здобувач протягом семестру за підсумками поточного та рубіжного контролів набрав (отримав) менше половини максимальної оцінки з навчальної дисципліни (менше 35 балів), то він до заліку не допускається. Крім того, обов’язковим при мінімальній кількості балів за підсумками поточного та рубіжного контролів є виконання студентом підсумкової контрольної роботи (колоквіуму).

У кінці семестру, здобувач вищої освіти може набрати до 60% підсумкової оцінки за виконання всіх видів робіт, що виконуються протягом семестру, до 10% за показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності і до 30% підсумкової оцінки – за результатами підсумкового контролю.

## Критерії поточного оцінювання знань здобувачів вищої освіти

Вид навчальної діяльності		Бали
<b>Атестація 1</b>		
1	Участь у дискусіях на лекційних заняттях	2
2	Участь у роботі на практичних заняттях	6
3	Виконання домашніх завдань	4
4	Виконання контрольних робіт, тестування	10
5	Індивідуальні та групові творчі завдання (вирішення і письмове оформлення завдань, схем, діаграм, інших робіт графічного характеру; презентації за заданою проблемною тематикою, дослідницькі проекти)	8
<b>Всього за атестацію 1</b>		<b>30</b>
<b>Атестація 2</b>		
6	Участь у дискусіях на лекційних заняттях	2
7	Участь у роботі на практичних заняттях	6
8	Виконання домашніх завдань	4
9	Виконання контрольних робіт, тестування	10
10	Індивідуальні та групові творчі завдання (вирішення і письмове оформлення завдань, схем, діаграм, інших робіт графічного характеру; презентації за заданою проблемною тематикою, дослідницькі проекти)	8
<b>Всього за атестацію 2</b>		<b>30</b>
11	Показники наукової, інноваційної, навчальної, виховної роботи та студентської активності	<b>10</b>
<b>Підсумкове тестування</b>		<b>30</b>
<b>Разом</b>		<b>100</b>

## Шкала оцінки знань здобувача

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою для екзамену
90 – 100	A	відмінно
82-89	B	добре
75-81	C	
66-74	D	
60-65	E	задовільно
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання
0-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

## Критерії оцінювання знань здобувачів вищої освіти

Участь у дискусіях на лекційних та практичних заняттях, виконання контрольних робіт, індивідуальні та групові творчі завдання, тестування	Критерії оцінювання
90-100%	В повному обсязі володіє навчальним матеріалом, вільно самотійно та аргументовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, глибоко та всебічно розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову та додаткову літературу. Правильно вирішив усі тестові завдання.
73-89%	Достатньо повно володіє навчальним матеріалом, обґрунтовано його викладає під час усних виступів та письмових відповідей, в основному розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, використовуючи при цьому обов'язкову літературу. Але при викладанні деяких питань не вистачає достатньої глибини та аргументації, допускаються при цьому окремі несуттєві неточності та незначні помилки. Правильно вирішив більшість тестових завдань.
55-72%	В цілому володіє навчальним матеріалом викладає його основний зміст під час усних виступів та письмових відповідей, але без глибокого всебічного аналізу, обґрунтування та аргументації, без використання необхідної літератури допускаючи при цьому окремі суттєві неточності та помилки. Правильно вирішив половину тестових завдань.
35-54%	Не в повному обсязі володіє навчальним матеріалом. Фрагментарно, поверхово (без аргументації та обґрунтування) викладає його під час усних виступів та письмових відповідей, недостатньо розкриває зміст теоретичних питань та практичних завдань, допускаючи при цьому суттєві неточності, правильно вирішив меншість тестових завдань.
15-34%	Частково володіє навчальним матеріалом не в змозі викласти зміст більшості питань теми під час усних виступів та письмових відповідей, допускаючи при цьому суттєві помилки. Правильно вирішив окремі тестові завдання.
0-15%	Не володіє навчальним матеріалом та не в змозі його викласти, не розуміє змісту теоретичних питань та практичних завдань. Не вирішив жодного тестового завдання.