

РОЗРОБЛЕННЯ ТОВАРУ

Циклова комісія, яка забезпечує викладання
маркетингу, торгівлі та харчових технологій
Відділення підприємництва та інформаційних технологій

Лектор
Семестр
Освітньо-професійний ступінь
Кількість кредитів ЄКТС
Форма контролю
Аудиторні години

Вінник Ірина Володимирівна
6-й
Фаховий молодший бакалавр
3
Диференційований залік
33 год. (з них 16 год. лекцій, 17 год.
практичних)

Загальний опис дисципліни

Метою навчальної дисципліни є формування системи теоретичних знань та практичних навичок про методи і процеси маркетингового планування продукту, головні методологічні та організаційно-економічні принципи оптимізації товарної політики, розроблення товарів та послуг ринкової новизни.

Основними завданнями викладання дисципліни є: формування у здобувачів освіти цілісної системи знань про теоретичні та методологічні основи розроблення товару, значення товару в маркетинговій діяльності його ціни, якості та конкурентоспроможності; набуття практичних навичок і вмінь із планування і розробки нового товару й дослідження його життєвого циклу.

В ході вивчення дисципліни здобувачі освіти набувають таких фахових компетентностей як здатність використовувати професійно профільовані знання з розвитку інфраструктури товарного ринку для впровадження прогресивних методів торгівлі, здатність використовувати професійно профільовані знання в галузі ринкових досліджень для здійснення маркетингової діяльності, здатність використовувати професійно профільовані знання принципів маркетингової діяльності для організації та здійснення закупівель, збуту і розподілу продукції підприємств, здатність використовувати професійно профільовані знання в галузі маркетингової товарної політики для дослідження можливостей розробки нових товарів.

Теми лекцій

1. Ринок товарів та послуг.
2. Товар і послуги в маркетинговій діяльності. Товар і його властивості.
3. Ціна в системі ринкових характеристик товару.
4. Товарна політика і управління асортиментом.
5. Якість товарів та методи її оцінювання.
6. Конкурентоспроможність та її показники.
7. Передумови створення й освоєння нових товарів.
8. Планування і розроблення нового товару.
9. Дизайн нового товару.
10. Цільовий ринок товарів і методика його вибору.
11. Призначення і види ідентифікації продукції.
12. Товарні марки та упаковка.

Теми практичних занять

1. Ринок товарів та послуг.
2. Товар та послуги в маркетинговій діяльності.
3. Ціна в системі ринкових характеристик товару.

4. Товарна політика і управління асортиментом.
5. Визначення якості продукції методом кваліметричної оцінки.
6. Конкурентоспроможність та її показники.
7. Передумови створення й освоєння нових товарів.
8. Планування і розроблення нового товару.
9. Дизайн нового товару.
10. Цільовий ринок товарів і методика його вибору.
11. Призначення і види ідентифікації продукції.
12. Товарні марки та упаковка.