

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПРИКАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТЕФАНИКА**



Економічний факультет

Кафедра менеджменту і маркетингу

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Освітня програма «Маркетинг»

Спеціальність 075 Маркетинг

Галузь знань 07 Управління та адміністрування

Затверджено на засіданні кафедри
Протокол № 3 від 23 листопада 2023 р.

м. Івано-Франківськ – 2023-2024 н.р.

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Маркетингова товарна політика
Викладач (-і)	Ціжма Оксана Анатоліївна, викладач кафедри менеджменту і маркетингу
Контактний телефон викладача	+380509140302
E-mail викладача	oksana.tsizhma@pnu.edu.ua
Формат дисципліни	Очний, заочний
Обсяг дисципліни	3 кредити ЄКТС, 90 год.
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua/
Консультації	Консультації проводяться відповідно до Графіку консультацій, розміщеному на сайті кафедри https://kmim.pnu.edu.ua/hrafik-konsultatsij/
2. Анотація до навчальної дисципліни	
<p>Маркетингова товарна політика – це дисципліна, що вивчає і розкриває процес діяльності підприємства, який пов'язаний з реалізацією стратегічних та тактичних заходів щодо забезпечення конкурентоспроможності товарів та формування товарного портфеля з метою задоволення потреб споживачів та одержання прибутку.</p> <p>Предмет маркетингової товарної політики – теоретичні засади та методичний інструментарій управління маркетинговою товарною та ціновою політикою підприємства з урахуванням сфери діяльності підприємства та специфіки товарного портфеля.</p> <p>Об'єктами дослідження маркетингової товарної політики є промисловий чи споріднені ринки, які охоплюють промислові підприємства, організації, сферу послуг, посередників, інформаційних продуктів, банки, біржі, страхові компанії, рекламні агенції та інші підприємства сфери послуг тощо.</p> <p>Програма навчальної дисципліни складається з таких змістових модулів: Змістовий модуль 1. Загальні засади маркетингової товарної політики Змістовий модуль 2. Особливості регулювання окремих процесів маркетингової товарної політики Змістовий модуль 3. Маркетингова діяльність підприємства</p> <p>Пререквізити: Макроекономіка, Мікроекономіка, Товарознавство, Маркетинг. Постреквізити: Маркетинговий менеджмент, Маркетингова комунікаційна політика, Маркетингова цінова політика</p>	
3. Мета та цілі навчальної дисципліни	
<p>Метою викладання навчальної дисципліни «Маркетингова товарна політика» є 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.</p> <p>Основними завданнями вивчення дисципліни «Маркетингова товарна політика» є 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 методику вибору цільовий ринку для підприємства; вміти формувати виробничу програму підприємства на основі асортиментної концепції й порядку формування товарного пропонування.</p> <p>Цілі навчальної дисципліни згідно з вимогами освітньої програми: Студент повинен знати: сутність, зміст, завдання, принципи і функції маркетингової товарної політики підприємства; місце маркетингової товарної політики в структурі управління та функціонування підприємства;</p>	

процес розробки товарної політики підприємства;
класифікаційні ознаки товарів споживчого і виробничо-технічного призначення;
методи визначення конкурентоспроможності товару;
поняття життєвого циклу товару;
стратегії підприємства та методи визначення цільового ринку, принципи сегментації та позиціонування продукту;

методи планування та розробки товару, стратегії упакування, маркування товару, сервісне обслуговування товару;

принципи формування товарного асортименту;

методи аналізу конкурентних позицій підприємства на товарному ринку.

уміти:

аналізувати маркетингове середовище підприємства;

здійснювати сегментацію ринків і розробляти заходи щодо позиціонування товарів;

здійснювати відбір цільових ринків та обґрунтовувати ринкову стратегію фірми;

аналізувати та модифікувати товарну номенклатуру та товарний асортимент підприємства;

організовувати ефективний продаж товарів і послуг та визначати конкурентоспроможність продукції на ринку;

розробляти та впроваджувати ефективні засоби впливу на споживачів з метою формування і стимулювання попиту на конкретні види товарів;

використовувати та модифікувати наявні інструменти маркетингової товарної політики;

здійснювати аналіз та управління життєвим циклом товару підприємства;

розробляти та впроваджувати асортиментну матрицю підприємства.

Після вивчення початкової дисципліни студент повинен оволодіти такими **комунікаціями**: 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).

Вивчаючи навчальну дисципліну студент набуває **автономності та відповідальності**, що проявляється у наступному:

здатність визначення особливостей розробки та управління маркетинговою товарною політикою підприємства;

здатність з'ясування принципів формування та управління товарним асортиментом підприємства;

здатність визначення принципів визначення конкурентних позицій продукту на ринку.

4. Програмні компетентності та результати навчання

Інтегральна компетентність

ІК 1. 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

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

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

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК11. Здатність працювати в команді.

ЗК13. Здатність працювати в міжнародному контексті.

Спеціальні (фахові) компетентності

СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

СК4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.

СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.

СК10. Здатність використовувати маркетингові інформаційні системи в ухваленні маркетингових рішень і розробляти рекомендації щодо підвищення їх ефективності.

СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Результати навчання

ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

6. Організація навчання

Обсяг навчальної дисципліни 90 год.

Вид заняття	Загальна кількість годин
Лекції	20
семінарські заняття	20
самостійна робота	50

Ознаки курсу

Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Нормативний / вибірковий
6	075 Маркетинг	3	Нормативний

Тематика курсу

Тема	кількість год.					
	Денна форма			Заочна форма		
	лек- ції	семінар- ські	самостій- на робота	лек- ції	семінар- ські	самостій- на робота

Змістовий модуль 1. Загальні засади маркетингової товарної політики

Тема 1. Цілі та сутність маркетингової товарної політики	2	2	4	1	1	6
Тема 2. Товари і послуги в маркетинговій діяльності	2	2	4	1	-	6
Тема 3. Якість та конкурентоспроможність товару	2	2	4	-	-	6

Змістовий модуль 2. Особливості регулювання окремих процесів маркетингової товарної політики

Тема 4. Цільовий ринок товару і методика його вибору	2	2	4	1	1	6
Тема 5. Організація управління продуктом	2	2	4	1	1	7
Тема 6. Технології брендингу	2	2	4	1	1	7
Тема 7. Життєвий цикл товару	2	2	4	1	-	7

Змістовий модуль 3. Маркетингова діяльність підприємства

Тема 8. Планування нового продукту і розроблення товару	2	2	4	1	1	7
Тема 9. Призначення та види ідентифікування продукції	2	2	4	1	-	7
Тема 10. Упаковка в системі планування продукту	2	2	4		1	7
Індивідуальне завдання	-	-	10	-	-	10
Усього годин	20	20	50	8	6	76

6. Система оцінювання навчальної дисципліни

Загальна система оцінювання навчальної дисципліни	<p>100 балів – (50 балів протягом семестру та 50 балів за екзамен) Поточний контроль 0-30 балів; Індивідуальне завдання 0-10 балів; Самостійна робота 0-10 балів; Екзамен 0-50 балів.</p>																														
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td colspan="3">Поточне тестування та самостійна робота</td> <td rowspan="3" style="text-align: center; vertical-align: middle;">Екзамен</td> <td rowspan="3" style="text-align: center; vertical-align: middle;">Сума балів з навчальної дисципліни</td> </tr> <tr> <td style="width: 25%;">Модуль 1</td> <td colspan="2" style="width: 50%;">Модуль 2</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Поточний контроль</td> <td style="text-align: center;">Індивідуальне завдання</td> <td style="text-align: center;">Самостійна робота</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Усне опитування, тестування</td> <td style="text-align: center;">Презентація</td> <td style="text-align: center;">Тестування (КРС)</td> <td style="text-align: center;">Екзаменаційна робота</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">30 балів</td> <td style="text-align: center;">10 балів</td> <td style="text-align: center;">10 балів</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="text-align: center;">50 балів</td> <td style="text-align: center;">50 балів</td> <td style="text-align: center;">100</td> </tr> </table>	Поточне тестування та самостійна робота			Екзамен	Сума балів з навчальної дисципліни	Модуль 1	Модуль 2		Поточний контроль	Індивідуальне завдання	Самостійна робота	Усне опитування, тестування	Презентація	Тестування (КРС)	Екзаменаційна робота		30 балів	10 балів	10 балів			50 балів			50 балів	100				
Поточне тестування та самостійна робота			Екзамен	Сума балів з навчальної дисципліни																											
Модуль 1	Модуль 2																														
Поточний контроль	Індивідуальне завдання	Самостійна робота																													
Усне опитування, тестування	Презентація	Тестування (КРС)	Екзаменаційна робота																												
30 балів	10 балів	10 балів																													
50 балів			50 балів	100																											
	<p>Підсумкова оцінка з дисципліни у стобальній шкалі переводиться у національну шкалу та ECTS за такою схемою</p>																														
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <th colspan="3" style="text-align: center;">Шкала оцінювання для екзамену</th> </tr> <tr> <th style="width: 30%;">університетська</th> <th colspan="2" style="width: 40%;">національна</th> <th style="width: 30%;">шкала ECTS (ECTS)</th> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">90 – 100</td> <td style="text-align: center;">5</td> <td style="text-align: center;">відмінно</td> <td style="text-align: center;">A</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">80-89</td> <td rowspan="2" style="text-align: center;">4</td> <td rowspan="2" style="text-align: center;">добре</td> <td style="text-align: center;">B</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">70-79</td> <td style="text-align: center;">C</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">60-69</td> <td rowspan="2" style="text-align: center;">3</td> <td rowspan="2" style="text-align: center;">задовільно</td> <td style="text-align: center;">D</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">50-59</td> <td style="text-align: center;">E</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">26-49</td> <td rowspan="2" style="text-align: center;">2</td> <td style="text-align: center;">незадовільно з можливістю повторного складання</td> <td style="text-align: center;">FX</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">1-25</td> <td style="text-align: center;">незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни</td> <td style="text-align: center;">F</td> </tr> </table>	Шкала оцінювання для екзамену			університетська	національна		шкала ECTS (ECTS)	90 – 100	5	відмінно	A	80-89	4	добре	B	70-79	C	60-69	3	задовільно	D	50-59	E	26-49	2	незадовільно з можливістю повторного складання	FX	1-25	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	F
Шкала оцінювання для екзамену																															
університетська	національна		шкала ECTS (ECTS)																												
90 – 100	5	відмінно	A																												
80-89	4	добре	B																												
70-79			C																												
60-69	3	задовільно	D																												
50-59			E																												
26-49	2	незадовільно з можливістю повторного складання	FX																												
1-25		незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	F																												
Вимоги до письмової роботи	<p>Вивчення дисципліни передбачає обов'язкове виконання індивідуального завдання – (ІЗ).</p> <p>Індивідуальні завдання (ІЗ) виконується у вигляді презентації від 5 до 10 слайдів з вказанням назви завдання, шифру групи та прізвища виконавця. Розподіл завдань здійснює викладач в межах групи або лекційного потоку (згідно порядкового номеру чи іншим способом (можна використати метод роботи в малих групах), координатор староста.</p> <p>Оформляють ІЗ у вигляді презентації за допомогою інструментів Power Point, Prezi, Canva чи ін. (захист відбувається на останньому практичному занятті, презентація надсилається викладачу на електронну пошту).</p> <p>Максимальна оцінка за ІЗ становить 10 балів.</p>																														
Семінарські заняття	<p>Поточні оцінки 2, 3, 4, 5, які можуть отримати під час семінарських занять (або тестування в системі дистанційного навчання) сумуються і розраховується середнє арифметичне (із заокругленням до десятих).</p> <p>Поточне тестування по окремих темах може проводитись у системі дистанційного навчання – результат відображається у відсотках, максимум 100%.</p>																														

Середній бал за поточний контроль переводиться у 30 бальну шкалу.

Оцінка	Умови отримання оцінки
<p style="text-align: center;">5 «відмінно»</p>	<ul style="list-style-type: none"> - повний, правильний, послідовний, зв'язний, обґрунтований виклад питання, що супроводжується правильними прикладами; - все, що викладається повинно свідчити про глибоке розуміння і орієнтацію в явищах і процесах, що вивчаються; - правильні вичерпні відповіді на додаткові питання викладача, що мають мету з'ясувати ступінь розуміння студентом матеріалу, що ним викладається.
<p style="text-align: center;">4 «добре»</p>	<ul style="list-style-type: none"> - студент дає правильний, повний виклад змісту підручника і матеріалу, поданого викладачем, але на додаткові контрольні питання, які ставить викладач для з'ясування глибини розуміння і вміння орієнтуватися в явищах і процесах, відповідає лише з деякою допомогою викладача чи колег; - при правильному і в цілому зв'язному викладі матеріалу, студент припускає у відповіді неточності, які виправляє сам або при першому зауваженні викладача; - недостатньо вичерпні відповіді на додаткові запитання викладача.
<p style="text-align: center;">3 «задовільно»</p>	<ul style="list-style-type: none"> - студент виявляє знання і розуміння основного навчального матеріалу, що розглядається, але під час відповіді допускає суттєві помилки і усвідомлює їх тільки після повторної вказівки викладача; - відповіді на запитання дає не одразу, а тільки після деякого напруження пам'яті, при чому відповіді нечіткі; - не в змозі без допомоги викладача вивести співвідношення з іншими проблемами дисципліни, що вивчається; - допускає грубі помилки або зовсім пропускає матеріал і частково виправляє ці помилки тільки після вказівки викладача; - студент виявляє незнання більшої частини навчального матеріалу, нелогічно і невпевнено його викладає, у відповіді мають місце заминки і перерви, не може пояснити проблему, хоча і розуміє її; - викладає матеріал не достатньо зв'язно і послідовно.
<p style="text-align: center;">2 «незадовільно»</p>	<ul style="list-style-type: none"> - студент припускається грубих помилок при викладі матеріалу і не виправляє ці помилки навіть при вказівці на них викладача; - виявляє повне незнання і нерозуміння навчального матеріалу і як наслідок цього - повна відсутність навичок як в аналізі явищ, так і у подальшому виконанні практичних завдань.

Самостійна
робота

Студент опрацьовує питання, що призначені для самостійного вивчення і для контролю за самостійною роботою (КСР) проходить тестування в системі дистанційного навчання (25 тестових питань, дві спроби – кращий результат). Результат відображається у відсотках, максимум 100%, при виставленні в журнал множиться на коефіцієнт 0,1.
Максимальна оцінка за тестування становить 10 балів.

<p>Умови допуску до підсумкового контролю</p>	<p>Студент повинен набрати не менше 25 балів у сумі за такі види робіт: Поточний контроль (максимум 30 балів). Самостійна робота (максимум 10 балів). Індивідуальне завдання (максимум 10 балів). Якщо студент набрав менше 25 балів. Дозволяється, як виняток, з дозволу декана економічного факультету за заявою, погодженою з кафедрою підприємництва, торгівлі та прикладної економіки, одноразове виконання студентом додаткових видів робіт з навчальної дисципліни (відпрацювання пропущених занять, перескладання змістових модулів, виконання індивідуальних завдань тощо) для підвищення оцінок за змістові модулі.</p>
<p>Підсумковий контроль</p>	<p>Екзамен (максимум 50 балів) проводиться у комбінованій формі (письмова + усна компоненти). Структура екзаменаційного білета: 1. Теоретичне питання (0-10 балів) 2. Теоретичне питання (0-10 балів) 3. Тести. 20 тестових питань у системі дистанційного навчання університету (d-learn.pnu.edu.ua) (0-20 балів). 4. Практичне завдання. (0-10 балів) У випадку online екзамен проходить в режимі тестування в системі дистанційного навчання (d-learn.pnu.edu.ua) 50 тестів по 1,0 балу (50 балів) (дві спроби – кращий результат). В умовах online ідентифікація здобувача вищої освіти відбувається з використанням програми Zoom або Google Meet. Повторне складання екзаменів допускається не більше двох разів з кожної дисципліни: один раз викладачеві (талон №2) усне опитування відповідно до програмових вимог, другий – комісії (талон №3) реалізується виключно у тестовій формі з використанням організаційно-технологічних процесів. Здобувача вищої освіти, який не ліквідував академічну заборгованість у встановлені терміни без поважної причини, відраховують з університету за академічну неуспішність або за його згодою направляють на повторне вивчення навчальної дисципліни (планується за рахунок власного часу студента і не фінансується з бюджетних коштів).</p>

7. Політика навчальної дисципліни

<p>Письмові роботи. Виконання індивідуального завдання оформляють у вигляді презентації за допомогою інструментів Power Point, Prezi, Canva чи ін.</p> <p>Академічна доброчесність. Очікується, що студенти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення в університеті https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/.</p> <p>Відвідування занять є важливою складовою навчання. Дозволяється вільне відвідування лекцій. Пропуски практичних занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку на консультаціях, при цьому оцінка не ставиться, а нб округляється.</p> <p>Неформальна освіта. Результати неформальної освіти можуть зараховуватись відповідно до «Положення про визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної освіти в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника» https://nmv.pnu.edu.ua/wp-content/uploads/sites/118/2022/11/neformalna-osvita.pdf</p> <p>Використання штучного інтелекту (ШІ) дозволяється як допоміжного інструменту.</p> <p>Додаткові бали +10 балів за участь у конференції: виступ або тези; до 10 балів за сертифікат неформальної освіти.</p>
--

8. Рекомендована література

Нормативно-правові акти:

1. Конституція України: Закон України № 254к/96-ВР. від 28.06.1996 р. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>
2. Господарський кодекс України № 436-IV від 16 січня 2003 р. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
3. Податковий Кодекс № 2755-VI. від 02 грудня 2010 р. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>. (дата звернення:28.08.2023)
4. Про ліцензування видів господарської діяльності: Закон України № 222-VIII від 2 березня 2015 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19>.
5. Закон України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг»: №3689-XII від 14.10.2020 (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3689-12#Text>

Енциклопедії, підручники та посібники:

1. Велика українська юридична енциклопедія: у 20-ти т. Т. 15: Господарське право / редкол.: В. А. Устименко та ін.; Нац. Акад. прав. наук України; Інститут держави і права ім. В. М. Корецького НАН України; Нац. юрид. ун-т ім. Ярослава Мудрого. Харків: Право, 2019. 784 с.
2. Окландер М. А., Кірносова М. В. Маркетингова товарна політика: навч. посіб. К. : «Центр учбової літератури», 2020. 248 с.
3. Зоріна О.І., Сиволовська О.В. Маркетингова товарна політика: Навч. посібник. Харків: УкрДУЗТ, 2015. 190 с.
4. Райко Д.В., Шипуліна Ю.С. Р 18 Маркетингова товарна політика : навч. посіб. / Д. В. Райко, Ю. С. Шипуліна. Суми : Триторія, 2022. 158 с.
5. Ілляшенко С.М. Маркетингова товарна політика. Підручник. Університетська книга, 2023. 234 с.

Навчально-методичні матеріали

1. Методичні рекомендації для проведення семінарських занять з дисципліни «Маркетингова товарна політика» / уклад. О.А. Ціжма. Івано-Франківськ.: Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, 2024. 36 с.
2. Гнилякевич-Проць І.З. Маркетингова товарна політика: Методичні поради та плани практичних занять для студентів економічного факультету спеціальності 075 - Маркетинг / Укл.: к.е.н., доц. Гнилякевич І.З. ЛНУ ім. Івана Франка, 2021. с. 29.
3. Гнилякевич-Проць І.З. Маркетингова товарна політика: Методичні поради організації самостійної роботи студентів економічного факультету спеціальності 075 - Маркетинг / Укл.: к.е.н., доц. Гнилякевич-Проць І.З. ЛНУ ім. Івана Франка, 2021. с. 64.
4. Маркетингова товарна політика: практикум / уклад. : А. В. Шевченко, О. С. Борисенко, Ю. В. Фісун, О. М. Крапко. К. : НАУ, 2022. 68 с.

Наукові публікації:

1. Жайворонок Л. В. Маркетингова товарна політика в системі сучасного концептуального забезпечення управління підприємства. *Ефективна економіка* № 12, 2015. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5004>
2. Ларіна Я. С., Діченко А. Л. Методи аналізу та формування маркетингової товарної політики сільськогосподарських підприємств. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*, Випуск 3, 2015. С. 108 – 114.
3. Моголова А. Ю. Сучасний стан та перспективи дистрибуції на фармацевтичному ринку України. *Електронне фахове видання «Ефективна економіка»*. 2021. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.1.2
4. Райко Д.В., Федоренко І.А., Сокол К.М., Ланько О.В. Стратегічне управління маркетинговою діяльністю підприємства щодо формування та реалізації товарної політики. *Вісник НТУ «ХП»*. № 3, 2021. С. 49 – 58. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/44ae9127-b96b-4100-9204-6be7e3d49f54/content>

5. Дейнега І. О. Сучасні тренди в управлінні товарною політикою поліграфічних підприємств. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Випуск 18, част. 1, 2018. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/18_1_2018ua/30.pdf
6. Череп О.Г., Коцеруба А.В. Формування системи маркетингової товарної політики. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. № 1. С. 320-323. DOI: <https://doi.org/10.31891/2307-5740-2021-290-1-55>.
7. Хурдей В.Д., Даценко В.В., Семенова Л.Ю. Вплив маркетингової товарної політики на поведінку споживачів в умовах кризи. *Економічний простір* : збірник наук. праць. 2021. № 165. С. 96-100. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/165-17>.
8. Безугла Л.С., Агафонов О.Д., Гладкий Д.Р. Формування маркетингової товарної політики підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 35. С. 133- 137. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct35-19>.
9. Хурдей, В. Д., Даценко, В. В., Семенова, Л. Ю. (2021). Вплив маркетингової товарної політики на поведінку споживачів в умовах кризи. *Економічний простір*, (165), 96-100. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/165-17>
10. Окрепкий Р.Б., Лагоцька Н.З. Стратегічні аспекти формування маркетингової товарної політики підприємства. *Сталий розвиток економіки*. 2015. № 2. С. 283–287.

Викладач
Ціжма Оксана Анатоліївна
Викладач кафедри менеджменту і маркетингу