

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ТА ЦІНОВА ПОЛІТИКА»

Лектор курсу			Ромашенко Ольга Сергіївна, кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу		Контактна інформація лектора (e-mail), посилання в GWE		e-mail: o.romashchenko@duikt.edu.ua Посилання в GWE – https://classroom.google.com/c/Njg1MTkyNDc0NjQ4	
Галузь знань			07 Управління та адміністрування		Рівень вищої освіти		бакалавр	
Спеціальність			075 Маркетинг		Семестр		8	
Освітня програма			«Маркетинг»		Тип дисципліни		Обов'язкова	
Обсяг:	Кредитів ECTS	Годин	За видами занять:					
			Лекцій	Семінарських занять	Практичних занять	Лабораторних занять	Самостійна підготовка	
	8	240	36	-	54	-	150	

АНОТАЦІЯ КУРСУ

Взаємозв'язок у структурно-логічній схемі

Освітні компоненти, які передують вивченню	Засади відкриття власного бізнесу (3), Управління продажами та брендами (4), Маркетингові чинники результативності бізнесу (9), Основи маркетингового менеджменту (5)
Освітні компоненти для яких є базовою	Переддипломна практика (6)

Мета курсу: надання студентам необхідних теоретичних знань, вивчення і засвоєння теоретичних концептуальних положень маркетингових прийомів, формування і управління товарною та ціновою політикою.

Компетентності відповідно до освітньої програми

Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК)	Hard-skills / Спеціальні (фахові) компетентності (ПП)
ЗК 7. Здатність застосовувати професійні знання у практичних ситуаціях, уміння виявляти, ставити та вирішувати проблеми, приймати обґрунтовані рішення.	<p>ПП 4. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.</p> <p>ПП 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>ПП 8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p> <p>ПП 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>ПП 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.</p> <p>ПП 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p> <p>ПП 17. Здатність до розробки програм управління товарною, ціновою, збутовою та комунікаційною політикою.</p>

Програмні результати навчання (ПРН)

- 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 9.** Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.
- 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.
- ПРН 13.** Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
- ПРН 16.** Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

ОРГАНІЗАЦІЯ НАВЧАННЯ

Тема, опис теми	Вид заняття	Оцінювання за тему	Форми і методи навчання/питання до самостійної роботи
Розділ 1 «ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ»			
Тема 1. Суть маркетингової товарної політики			
<u>Знати:</u> поняття та структуру маркетингової товарної політики			
<u>Вміти:</u> розробляти товари та планувати асортимент з орієнтацією на вимоги ринку			
<u>Формування компетенцій:</u> ЗК 7, ПП 4, ПП 14, ПП 17			
<u>Результати навчання:</u> ПРН 3, ПРН 8			
<u>Рекомендовані джерела:</u> 1, 3, 5, 6			
Заняття 1.1. Товарна політика як загально-корпоративна проблема, та як проблема маркетингу. Розробка товарів та планування асортименту з орієнтацією на вимоги ринку.	Лекція 1 4 год.		Пояснювально-ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 1.2. Структура товарної політики, три основні блоки: розробка, обслуговування, елімінування.	Практичне заняття 1 2 год.	2 бали	Усне опитування, тестування, навчальна дискусія, обговорення ситуаційного завдання
Заняття 1.3. Оптимізація асортименту з врахуванням стратегічних цілей фірми.	Практичне заняття 2 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
Тема 2. Маркетингова концепція товару			
<u>Знати:</u> поняття товару, види та типи товарів, визначення товарного асортименту, принципи формування асортименту			
<u>Вміти:</u> визначати товарний асортимент, розумітися на зв'язку асортименту товару з обсягами товарообороту, застосовувати матрицю БКГ для діагностики асортиментного наповнення			
<u>Формування компетенцій:</u> ЗК 7, ПП 4, ПП 7, ПП 12, ПП 17			
<u>Результати навчання:</u> ПРН 4, ПРН 8, ПРН 13			
<u>Рекомендовані джерела:</u> 1, 3, 5, 6			
Заняття 2.1. Поняття товару, види та типи товарів. Товар можна розглядати як сукупність 3-х рівнів, що диференціюються для промислового і торговельного підприємства.	Лекція 2 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 2.2. Визначення товарного асортименту. Поняття широти і глибини товарного асортименту. Зв'язок асортименту товару з обсягами товарообороту.	Практичне заняття 3 4 год.	2 бали	Усне опитування, тестування, тематична дискусія, вирішення практичних завдань
Заняття 2.3. Принцип формування асортименту: функціональний, мотивувальний, збутовий, ціновий. Комплекс заходів щодо забезпечення транспортування, зберігання і обслуговування продукту.	Лекція 3 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 2.4. Ієрархія споживчої цінності. Застосування матриці БКГ для діагностики асортиментного наповнення.	Практичне заняття 4 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
Тема 3. Концепція життєвого циклу товару			

<p>Знати: поняття життєвого циклу товару та його основні етапи, маркетингові стратегії різних етапів циклу товару, процес елімінування життєвого циклу</p> <p>Вміти: застосовувати маркетингові стратегії різних етапів циклу товару</p> <p>Формування компетенцій: ЗК 7, ПП 8, ПП 14, ПП 17</p> <p>Результати навчання: ПРН 3, ПРН 8, ПРН 10</p> <p>Рекомендовані джерела: 1, 3, 5, 6</p>			
<p>Заняття 3.1. Поняття життєвого циклу товару. П'ять основних етапів життєвого циклу товару. Процес елімінування життєвого циклу. Чинники маркетингу, які враховуються на різних фазах життєвого циклу товару.</p>	<p>Лекція 4 2 год.</p>		<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>
<p>Заняття 3.2. Специфічний характер кривої ЖЦТ. Маркетингові стратегії різних етапів циклу товару. Стратегія масового маркетингу. Стратегія диференційованого маркетингу. Стратегія концентрованого маркетингу.</p>	<p>Практичне заняття 5 4 год.</p>	<p>2 бали</p>	<p>Усне опитування, навчальна дискусія. Проведення модульного контролю №1 «Основи маркетингової товарної політики»</p>
Самостійна робота			
<p>Тема 1. Суть маркетингової товарної політики.</p>	<p>10</p>	<p>2 бали</p>	<p>Зміст та значення товарної політики підприємства. Основні ознаки товарної політики підприємства, її елементи.</p>
<p>Тема 2. Маркетингова концепція товару.</p>	<p>10</p>	<p>2 бали</p>	<p>Учасники процесу товаропостачання. Функції основних сучасників процесу товаропостачання. Основні структурні елементи маркетингової товарної політики.</p>
<p>Тема 3. Концепція життєвого циклу товару.</p>	<p>10</p>	<p>2 бали</p>	<p>Зміст життєвого циклу товару. Основні етапи життєвого циклу товару та їх характеристика. Управління життєвим циклом товару. Стратегія маркетингу на різних етапах життєвого циклу товару.</p>
Розділ 2 «ОРГАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ТОВАРНОЮ ПОЛІТИКОЮ»			
<p>Тема 4. Конкурентоспроможність товару</p> <p>Знати: поняття конкурентоспроможності товару, технічні параметри товару та їхня класифікація, економічні показники конкурентоспроможності товару</p> <p>Вміти: обчислювати конкурентоспроможність товару, розраховувати інтегральний показник конкурентоспроможності товару</p> <p>Формування компетенцій: ЗК 7, ПП 7, ПП 11, ПП 12</p> <p>Результати навчання: ПРН 3, ПРН 4, ПРН 9</p> <p>Рекомендовані джерела: 1-4, 5, 6</p>			
<p>Заняття 4.1. Поняття конкурентоспроможності товару. Конкурентоспроможність відповідності товару запитам ринку за певними параметрами. Обчислення конкурентоспроможності: методика визначення параметричних індексів.</p>	<p>Лекція 5 2 год.</p>		<p>Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів</p>
<p>Заняття 4.2. Технічні параметри товару та їх класифікація. Економічні показники конкурентоспроможності товару.</p>	<p>Практичне заняття 6 2 год.</p>	<p>2 бали</p>	<p>Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.</p>

Заняття 4.3. Розрахунки інтегрального показника конкурентоспроможності товару.	Практичне заняття 7 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, вирішення практичних завдань
Тема 5. Планування продукції Знати: правила створення нових товарів, маркетингове планування головних сфер бізнесу Вміти: визначати місткість ринку, аналізувати сегментацію ринку Формування компетенцій: ЗК 7, ПП 8, ПП 11, ПП 12, ПП 14 Результати навчання: ПРН 4, ПРН 8, ПРН 10 Рекомендовані джерела: 1-4, 5, 6			
Заняття 5.1. Загальні концепції маркетингу. Правила створення нових товарів. Ступінь формалізації системи планування. Довгострокові плани маркетингової діяльності. Визначення ринку. Послідовність визначення ринку. Розробка загального положення й опису. Визначення місткості ринку. Аналіз сегментації ринку.	Лекція 6 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 5.2. Ситуаційний аналіз. Проблеми і можливості. Маркетингове планування головних сфер бізнесу. Маркетингова стратегія. Плановані маркетингові інформаційні системи. Елементи маркетингової інформаційної системи.	Практичне заняття 8 4 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни.
Тема 6. Маркетинг нової продукції Знати: особливості виробництва нових товарів, ключові функції розробки нового продукту Вміти: застосовувати методики пошуку ідей для нових продуктів, створювати унікальний продукт Формування компетенцій: ЗК 7, ПП 4, ПП 8, ПП 12, ПП 14 Результати навчання: ПРН 8, ПРН 10, ПРН 16 Рекомендовані джерела: 1-4, 5, 6			
Заняття 6.1. Еволюція створення і виробництва нових товарів. Інтенсивність відновлення продуктів. Проміжки часу від відкриття до практичного використання.	Лекція 7 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 6.2. Джерела і методи пошуку ідей для нових продуктів. Етапи створення нового продукту. Унікальність продукту.	Практичне заняття 9 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія «Як реагують споживачі на випуск нової продукції»
Заняття 6.3. Планований знос продукту. Причини застосування фірмами "планованого зносу продукту". Ключові функції розробки нового продукту.	Лекція 8 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 6.4. Підприємницькі зусилля або боротьба за ідею: з'ясування, пропозиція, просування і демонстрація нової ідеї, підходу або процесу для офіційного твердження. Керівництво проектом: планування і координація дій працівників, зайнятих втіленням ідеї в життя.	Практичне заняття 10 4 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, проведення модульного контролю №2 «Організація управління маркетинговою товарною політикою»

				Самостійна робота	
Тема 4. Конкурентоспроможність товару.	10	2 бали	Зміст конкурентоспроможності товару. Значення конкурентоспроможності товару. Послідовність визначення конкурентоспроможності товарів. Основні показники конкурентоспроможності товару та методи їх обчислення.		
Тема 5. Планування продукції.	10	2 бали	Визначення нового товару та його ознаки. Коли у підприємства виникає необхідність розробки нового продукту. Процес планування та створення нового продукту. Ідентифікування продукції, його зміст. Види ідентифікування продукції.		
Тема 6. Маркетинг нової продукції.	10	2 бали	Значення розробки нової продукції для товарної політики підприємств. Етапи планування нової продукції. Генерування ідей нової продукції.		
Розділ 3 «ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ»					
Тема 7. Концепція ціноутворення <u>Знати:</u> поняття концепції ціноутворення в теорії маркетингу, принципи та види ціноутворення, функції ціни <u>Вміти:</u> застосовувати методи прямого та непрямого ціноутворення <u>Формування компетенцій:</u> ЗК 7, ПП 4, ПП 8, ПП 17 <u>Результати навчання:</u> ПРН 3, ПРН 4, ПРН 13 <u>Рекомендовані джерела:</u> 2, 4, 7					
Заняття 7.1. Концепції ціноутворення в економічній теорії. Концепція ціноутворення в теорії маркетингу. Принципи, види ціноутворення та функції ціни. Відмітна риса маркетингового підходу до ціноутворення: принципи ціноутворення.	Лекція 9 4 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів		
Заняття 7.2. Методи прямого ціноутворення: визначення ціни залежно від витрат; граничне ціноутворення; визначення ціни, орієнтованої на споживача; визначення ціни, орієнтованої на конкуренцію; метод поточної ціни; тендерне ціноутворення.	Практичне заняття 11 4 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни		
Заняття 7.3. Ціноутворення в межах товарної номенклатури. Встановлення цін за географічною ознакою. Біржове ціноутворення: види.	Лекція 10 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів		
Заняття 7.4. Методи непрямого маркетингового ціноутворення: кредитна політика фірм; політика кондицій.	Практичне заняття 12 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія		
Тема 8. Чинники ціноутворення <u>Знати:</u> склад і структуру ціни, класифікацію цін, види знижок, основні чинники ціноутворення <u>Вміти:</u> розумітися на основних чинниках ціноутворення <u>Формування компетенцій:</u> ЗК 7, ПП 7, ПП 11, ПП 17 <u>Результати навчання:</u> ПРН 3, ПРН 16					

Рекомендовані джерела: 2, 4, 7			
Заняття 8.1. Склад і структура ціни. Класифікація цін. Види знижок. Алгоритм і класифікація чинників ціноутворення. Основні чинники ціноутворення.	Лекція 11 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 8.2. Зовнішні чинники впливу на ціноутворення: чинники, що сприяють зниженню ціни; зовнішні чинники процесу ціноутворення. Чинники, що визначають цінову чутливість споживачів.	Практичне заняття 13 4 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
Тема 9. Методи ціноутворення Знати: витратні, ринкові, нормативно-параметричні методи ціноутворення, сутність методу прямих витрат, методу «кривої досвіду», методу граничних витрат, методу аналізу беззбитковості та забезпечення цільового прибутку Вміти: використовувати різні методи ціноутворення Формування компетенцій: ЗК 7, ПП 7, ПП 8, ПП 11 Результати навчання: ПРН 3, ПРН 4, ПРН 8 Рекомендовані джерела: 2, 4, 7			
Заняття 9.1. Витратні методи: повних витрат; прямих витрат, у тому числі граничних витрат; кривої досвіду; аналізу беззбитковості та забезпечення цільового прибутку; врахування рентабельності інвестицій. Ринкові методи.	Лекція 12 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 9.2. Нормативно-параметричні методи: агрегатний; параметричний; регресійного аналізу; питомої ціни. Метод прямих витрат. Метод «кривої досвіду». Метод граничних витрат. Метод аналізу беззбитковості та забезпечення цільового прибутку.	Практичне заняття 14 4 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія. Проведення модульного контролю №3 «Теоретичні підходи до формування цінової політики»
Самостійна робота			
Тема 7. Концепція ціноутворення	10	2 бали	Різниця залежностей ціни від попиту за стандартними товарами та престижними товарами. Залежність функції попиту від цінових та нецінових факторів.
Тема 8. Чинники ціноутворення	10	2 бали	Цінова еластичність попиту та як вона визначається. Методи виміру попиту та його еластичності за ціною.
Тема 9. Методи ціноутворення	10	2 бали	В яких випадках застосовують цінові експерименти і що вони дають. Для яких цілей застосовують метод лінійного згладжування та в чому його сутність. Цінові опитування, їх переваги та недоліки.
Розділ 4 «УПРАВЛІННЯ І ПЛАНУВАННЯ ЦІНИ»			
Тема 10. Маркетингова стратегія ціноутворення Знати: фактори, що впливають на вибір цінової стратегії фірми, сутність стратегії "зняття вершків", "проникнення на ринок", психологічного ціноутворення, цінового лідерства, престижних та сигнальних цін Вміти: вибирати цінову стратегію фірми на сформованому ринку Формування компетенцій: ЗК 7, ПП 8, ПП 14, ПП 17 Результати навчання: ПРН 4, ПРН 8, ПРН 10			

Рекомендовані джерела: 1-4			
Заняття 10.1. Фактори, що впливають на вибір цінової стратегії фірми. Перелік та характеристика факторів, які впливають на вибір цінової стратегії. Розгляд стратегій: стратегія "зняття вершків", стратегія "проникнення на ринок", психологічне ціноутворення, стратегія цінового лідерства, стратегія престижних цін, стратегія сигнальних цін.	Лекція 13 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 10.2. Розгляд стратегій при встановленні цін на нові товари (зняття вершків, проникнення на ринок, психологічного ціноутворення та інших). Стратегії ціноутворення на сформованому ринку. Стратегії ціноутворення на сформованому ринку, які передбачають зміни встановленої ціни (споживчого сегменту ринку, ковзних цін, гнучких цін та інші).	Практичне заняття 15 4 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
Тема 11. Цінові ризики Знати: сутність ризику та помилки у ціноутворенні, основні чинники існування цінових ризиків, методи розрахунку ризику Вміти: оцінювати ризики за допомогою розрахунково-аналітичних, економіко-статистичних, аналогових та експертних методів, проводити оцінку інфляційного очікування, управляти ризиками Формування компетенцій: ЗК 7, ПП 7, ПП 12 Результати навчання: ПРН 4, ПРН 9 Рекомендовані джерела: 1-4, 7			
Заняття 11.1. Суть ризику. Цінові ризики як різновид господарських ризиків. Сутність ризику та помилки у ціноутворенні. Основні чинники існування цінових ризиків. Методи розрахунку ризику. Визначення цілей при проведенні аналізу цінових ризиків. Оцінка інфляційного очікування.	Лекція 14 4 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 11.2. Зміст розрахунково-аналітичних, економіко-статистичних, аналогових та експертних методів оцінки цінових ризиків. Страхування цін та управління ризиками.	Практичне заняття 16 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, доповідь з презентацією за тематикою самостійного вивчення дисципліни
Заняття 11.3. Процес управління ціновими ризиками, засоби зменшення негативних наслідків цінових ризиків в умовах маркетингової орієнтації.	Практичне заняття 17 2 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія
Тема 12. Державне регулювання цін Знати: чинники та інструменти державного регулювання цін Вміти: розумітися на законодавчому регулюванні процесів ціноутворення Формування компетенцій: ЗК 7, ПП 11, ПП 17 Результати навчання: ПРН 9, ПРН 13 Рекомендовані джерела: 2, 4, 7			

Заняття 12.1. Загальні питання регулювання цін. Необхідність державного регулювання цін в ринкових умовах. Чинники та інструменти державного регулювання цін. Законодавче регулювання процесів ціноутворення в Україні.	Лекція 15 2 год.		Пояснювально - ілюстративний, лекція-візуалізація, експрес-опитування здобувачів
Заняття 12.2. Завдання, що виконуються в процесі державного регулювання цін в Україні. Огляд змісту основних нормативних документів, що визначають процес регулювання цін в Україні. Регулювання цін у промислово розвинутих країнах.	Практичне заняття 18 4 год.	2 бали	Усне опитування, навчальна дискусія, проведення модульного контролю № 4 «Управління і планування ціни»
Самостійна робота			
Тема 10. Маркетингова стратегія ціноутворення.	10	2 бали	Класифікація цінових стратегій. Характеристика цінових стратегій, які визначаються рівнем цін. Сутність матриці цінових стратегій «ціна-якість».
Тема 11. Цінові ризики.	10	2 бали	Визначення і класифікація господарських ризиків. До якого виду господарських ризиків відноситься ціновий ризик та які етапи включає алгоритм аналізу цінових ризиків. Розрахунок цінового ризику за методом експертних оцінок.
Тема 12. Державне регулювання цін.	10	2 бали	Визначення і цілі державної цінової політики. Методи прямого і непрямого державного регулювання ціноутворення. Групи податків за джерелами сплати. Як за допомогою ПДВ та акцизного збору держава впливає на ціноутворення. Розрахунок величини оптової ціни з акцизом.
МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ			
Мультимедійний проектор, маркерна дошка і екран. Програмне забезпечення: ОС Windows, MS Office, доступ до онлайн-додатків, періодичних видань та інших інтернет-джерел, до електронної бібліотеки ДУІКТ, до віртуального навчального середовища Zoom; Google Workspace for Education, інформації сайту Університету			
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ			
<ol style="list-style-type: none"> Шканова О. М. Маркетингова товарна політика. <i>Навч. посіб.</i> Київ. МАУП. 2003. http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1416_33626047.pdf Белявцев М.І., Петенко І.В., Прозорова І.В. Маркетингова цінова політика: <i>Навчальний посібник.</i> Київ: Центр навчальної літератури, 2015. 332 с. Кардаш В. Я., Антонченко М. Ю. Маркетингова товарна політика: <i>навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц.</i> К.: КНЕУ. http://studentbooks.com.ua/content/view/112/44/ Окландер М. А., Чукурна О. П. Маркетингова цінова політика. <i>Навч. посіб.</i> К.: Центр учбової літератури, 2012. 240 с.. http://www.dut.edu.ua/uploads/1_1418_76066421.pdf Райко Д.В., Шипуліна Ю.С. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. Суми : Триторія, 2022. 158 с. https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2284/view/169 Райко Д.В., Шипуліна Ю.С. Р 18 Практикум з дисципліни «Маркетингова товарна політика» : навчальний посібник. Суми : Триторія, 2022. 164 с. https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2284/view/147 Бучнев М.М. Маркетингове ціноутворення : навчальний посібник. Київ: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2023. 134 с. https://duikt.edu.ua/ua/lib/1/category/2284/view/100 			
ПОЛІТИКА КУРСУ («ПРАВИЛА ГРИ»)			
<ul style="list-style-type: none"> Курс передбачає роботу в колективі. 			

- Середовище в аудиторії є дружнім, творчим, відкритим до конструктивної критики.
- Освоєння дисципліни передбачає обов'язкове відвідування лекцій і практичних занять, а також самостійну роботу.
- Самостійна робота включає в себе теоретичне вивчення питань, що стосуються тем лекційних занять, які не ввійшли в теоретичний курс, або ж були розглянуті коротко, їх поглиблена проробка за рекомендованою літературою.
- Усі завдання, передбачені програмою, мають бути виконані у встановлений термін.
- Якщо здобувач відсутній з поважної причини, він презентує виконані завдання під час самостійної підготовки та консультації викладача.
- Здобувач, який спізнився без поважної причини, вважається таким, що пропустив заняття з виставленням 0 балів за заняття, і при цьому має право бути присутнім на занятті.
- За використання телефонів і комп'ютерних засобів без дозволу викладача, порушення дисципліни здобувач за виконання завдання отримує 0 балів
- За ініціативою викладача зміст даного курсу планується оновлювати щорічно, враховуючи зміни у законодавстві України, наукові досягнення.. Здобувачі також можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу стосовно новітніх змін .. За таку ініціативу студенти можуть отримати додаткові бали.

НЕФОРМАЛЬНА ТА ІНФОРМАЛЬНА ОСВІТА

Здобувачі мають право на Perezарухування результатів навчання набутих у неформальній та інформальній освіті згідно «Положення про неформальну освіту Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій» chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_35048489.pdf

ПРАВИЛА АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

- Здобувачі освіти у своїй навчальній діяльності зобов'язані дотримуватися цінностей, принципів і правил академічної доброчесності.
- Кожне навчальне завдання має бути виконане самостійно, крім випадків, коли його виконання передбачає участь декількох осіб або правилами виконання відповідних завдань дозволено отримання допомоги від інших осіб, використання допоміжних матеріалів та засобів, мережі Інтернет тощо.
- Кожен здобувач освіти у разі використання у своєму академічному творі результатів інтелектуального творіння інших авторів (текстів, ідей, розробок, тверджень, відомостей, думок тощо) зобов'язаний зробити посилання на відповідне джерело інформації.
- Навчальна робота може включати (повністю або частково) попередню навчальну роботу здобувача освіти лише у тому випадку, якщо це прямо дозволено умовами навчального завдання.
- В аудиторії здобувачі не допускаються до списування та обману – за порушення принципів академічної доброчесності викладач може накладати санкції: зниження балів, повернення роботи на доопрацювання, не допущення до захисту роботи та ін.
- Здобувачі можуть ознайомитися із Кодексом академічної доброчесності Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій на сторінці сайту chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://duikt.edu.ua/uploads/p_447_96297052.pdf?2

КРИТЕРІЇ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Умовою допуску до підсумкового контролю є виконання всіх практичних робіт і виконання самостійних завдань, які передбачені структурою освітньої компоненти «Маркетингова товарна та цінова політика»

Якщо здобувача вищої освіти не допущено до складання екзамену, як такого, що не виконав індивідуальний план, йому надається час до перескладання для виконання всіх вимог допуску. Здобувач має право на два перескладання. При повторному перескладанні, екзамен може приймати комісія, яка створюється директором ННІМП. Оцінка комісії є остаточною. Отримання студентом 0 балів (неприйнятно) тягне відрахування за невиконання навчального плану. Оцінювання студентів здійснюється за накопичувальною 100-бальною системою і складається із двох основних оцінкових блоків і розподіляється в певних пропорціях 60 (бали напрацьовані під час вивчення дисципліни – Поточний контроль), 40 (підсумкове оцінювання - Екзамен):

Форми контролю	Види навчальної роботи	Оцінювання
ПОТОЧНИЙ КОНТРОЛЬ	<i>Робота на заняттях, у т.ч.:</i>	
	• Виконання практичних робіт	40 балів
	• Самостійна робота	20 балів

ПІДСУМКОВЕ ОЦІНЮВАННЯ Екзамен	Екзамен проходить у письмовій формі.	40 балів
	Додаткова оцінка	Оцінювання
Види навчальної роботи		
Участь у наукових конференціях, підготовка наукових публікацій за тематикою освітньої компоненти:		
Тези доповіді на фаховій конференції		3 бали
Стаття у фаховому виданні		5 балів
Стаття в іноземному рецензованому виданні		10 балів
Максимальна кількість додаткових балів, які можуть бути зараховані здобувачу освіти - 10 балів		

ПІДСУМКОВА ОЦІНКА ЗА ДИСЦИПЛІНУ			
бали	Критерії оцінювання	Рівень компетентності	Оцінка /затис в екзаменаційній відомості
90-100	Студент демонструє повні й міцні знання навчального матеріалу в обсязі, що відповідає робочій програмі дисципліни, правильно й обгрунтовано приймає необхідні рішення в різних нестандартних ситуаціях. Вміє реалізувати теоретичні положення дисципліни в практичних розрахунках, аналізувати та співставляти дані об'єктів діяльності фахівця на основі набутих з даної та суміжних дисциплін знань та умінь. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань проявив вміння самостійно вирішувати поставлені завдання, активно включатись в дискусії, може відстоювати власну позицію в питаннях та рішеннях, що розглядаються. Зменшення 100-бальної оцінки може бути пов'язане з недостатнім розкриттям питань, що стосуються дисципліни, яка вивчається, але виходить за рамки об'єму матеріалу, передбаченого робочою програмою, або студент проявляє невпевненість в тлумаченні теоретичних положень чи складних практичних завдань.	Високий Повністю забезпечує вимоги до знань, умінь і навичок, що викладені в робочій програмі дисципліни. Власні пропозиції студента в оцінках і вирішенні практичних задач підвищує його вміння використовувати знання, які він отримав при вивченні інших дисциплін, а також знання, набуті при самостійному поглибленому вивченні питань, що відносяться до дисципліни, яка вивчається.	Відмінно / Зараховано (A)
82-89	Студент демонструє гарні знання, добре володіє матеріалом, що відповідає робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати теоретичні положення при вирішенні практичних задач, але допускає окремі неточності. Вміє самостійно виправляти допущені помилки, кількість яких є незначною. Знає сучасні технології та методи розрахунків з даної дисципліни. За час навчання при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, дає вичерпні пояснення.	Достатній Забезпечує студенту самостійне вирішення основних практичних задач в умовах, коли вихідні дані в них змінюються порівняно з прикладами, що розглянуті при вивченні дисципліни	Добре / Зараховано (B)
75-81	Студент в загальному добре володіє матеріалом, знає основні положення матеріалу, що відповідає робочій програмі дисципліни, робить на їх основі аналіз можливих ситуацій та вміє застосовувати при вирішенні типових практичних завдань, але допускає окремі неточності. Вміє пояснити основні положення виконаних завдань та дати правильні відповіді при зміні результату при заданій зміні вихідних параметрів. Помилки у відповідях/ рішеннях/ розрахунках не є системними. Знає характеристики основних положень, що мають визначальне значення при проведенні практичних занять, при виконанні індивідуальних / контрольних завдань та поясненні прийнятих рішень, в межах дисципліни, що вивчається.	Достатній Конкретний рівень, за вивченим матеріалом робочої програми дисципліни. Додаткові питання про можливість використання теоретичних положень для практичного використання викликають утруднення.	Добре / Зараховано (C)
64	Студент засвоїв основний теоретичний матеріал, передбачений робочою програмою дисципліни, та розуміє постанову стандартних практичних завдань, має пропозиції щодо напрямку їх вирішень. Розуміє основні	Середній Забезпечує достатньо надійний рівень	Задовільно / Зараховано (D)

	положення, що є визначальними в курсі, може вирішувати подібні завдання тим, що розглядалися з викладачем, але допускає значну кількість неточностей і грубих помилок, які може усувати за допомогою викладача.	відтворення основних положень дисципліни	
60-63	Студент має певні знання, передбачені в робочій програмі дисципліни, володіє основними положеннями, що вивчаються на рівні, який визначається як мінімально допустимий. З використанням основних теоретичних положень, студент з труднощами пояснює правила вирішення практичних/розрахункових завдань дисципліни. Виконання практичних / індивідуальних / контрольних завдань значно формалізовано: є відповідність алгоритму, але відсутнє глибоке розуміння роботи та взаємозв'язків з іншими дисциплінами.	Середній Є мінімально допустимим у всіх складових навчальної програми з дисципліни	Задовільно / Зараховано (E)
35-59	Студент може відтворити окремі фрагменти з курсу. Незважаючи на те, що програму навчальної дисципліни студент виконав, працював він пасивно, його відповіді під час практичних робіт в більшості є невірними, необґрунтованими. Цілісність розуміння матеріалу з дисципліни у студента відсутні.	Низький Не забезпечує практичної реалізації задач, що формуються при вивченні дисципліни	Незадовільно з можливістю повторного складання) / Не зараховано (FX) <i>В залікову книжку не представляється</i>
1-34	Студент повністю не виконав вимог робочої програми навчальної дисципліни. Його знання на підсумкових етапах навчання є фрагментарними. Студент не допущений до здачі екзамену.	Незадовільний Студент не підготовлений до самостійного вирішення задач, які окреслює мета та завдання дисципліни	Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням / Не допущений (F) <i>В залікову книжку не представляється</i>