



**СИЛАБУС ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА
МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА**
для здобувачів вищої освіти 4 курсу денної форми здобуття освіти
Освітньої програми «Маркетинг»
Спеціальності «075 Маркетинг»
Галузі знань «07 Управління та адміністрування»
Першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

ВИКЛАДАЧІ

**РОГУЛЯ
Ольга
Юрївна**

доцент ЗВО кафедри
фармацевтичного
менеджменту та
маркетингу, кандидат
фармацевтичних наук,
доцент

rogulyaolga@gmail.com

<https://mmqaph.nuph.edu.ua/5690/>

- 1. Назва закладу вищої освіти та підрозділу:** Національний фармацевтичний університет, кафедра менеджменту, маркетингу та забезпечення якості у фармації
- 2. Адреса:** м. Харків, вул. Валентинівська, 4, 3-й поверх, т. 0572-67-91-72.
- 3. Веб-сайт:** <http://mmf.nuph.edu.ua/>
- 4. Консультації:** відбуваються онлайн відповідно до графіку, який розміщено на сайті кафедри менеджменту, маркетингу та забезпечення якості у фармації (за посиланням <https://mmf.nuph.edu.ua/grafiki-potochnih-konsultacij/>).
- 5. Анотація освітнього компонента:**
Маркетингова товарна політика спрямована на поглиблене вивчення різних аспектів товарної політики підприємств маркетингової орієнтації: діяльності з оптимізації асортименту товарів; ціноутворення залежно від властивостей товару; оцінювання та управління якістю продукції згідно міжнародних стандартів; визначення конкурентоспроможності товару; оцінювання виробничо-ресурсної спроможності підприємства; формування попиту на ринку окремого товару з позицій мікроекономічних, психологічних та соціологічних теорій поведінки споживачів; маркетингової діяльності з дослідження ринку; маркетингового забезпечення нового продукту, модифікації та модернізації товарів на різних етапах життєвого циклу; розробки упаковки, товарного знаку та ін.
- 6. Мета викладання освітнього компонента:** отримання здобувачами вищої освіти знань щодо науково-практичних основ дослідження та аналізу товару, методологічних та організаційних положень формування оптимальної товарної й асортиментної політики, розробки товарів та послуг ринкової новизни.
- 7. Компетентності відповідно до освітньої програми:**
Soft- skills / Загальні компетентності (ЗК):
ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
Hard-skills / Фахові (спеціальні) компетентності (ФК):
СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.
СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.
СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.

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

8. Програмні результати навчання (ПРН):

ПРН 1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

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 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

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.

ПРН 7. Використовувати цифрові інформаційні та комунікаційні технології, а також програмні продукти, необхідні для належного провадження маркетингової діяльності та практичного застосування маркетингового 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 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

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

ПРН 16. Відповідати вимогам, які висуваються до сучасного маркетолога, підвищувати рівень особистої професійної підготовки.

ПРН 17. Демонструвати навички письмової та усної професійної комунікації державною й іноземною мовами, а також належного використання професійної термінології.

ПРН 19. Використовувати знання вимог і обмежень маркетингової діяльності суб'єктів фармацевтичного ринку.

ПРН 20. Демонструвати знання специфіки функціонування фармацевтичного ринку, його соціальної спрямованості, особливостей лікарських засобів як товару, ціноутворення на них, поведінки споживачів лікарських засобів, особливостей та етичних аспектів просування лікарських засобів.

9. Статус освітнього компонента: обов'язковий.

10. Пререквізити освітнього компонента: «Маркетинг», «Маркетинг промислового підприємства», «Маркетингова товарна політика».

11. Обсяг освітнього компонента: 5 кредитів ЕКТС, 150 годин: 54 години аудиторних занять, з них – 19 годин лекцій, 54 години – практичних занять, 8 годин – семінарських занять; 69 годин – самостійної роботи.

12. Організація навчання:

Методи навчання:

- *пояснювальний (інформаційно-репродуктивний) метод*: Lecture-based learning – лекції, відео-матеріали;
- *репродуктивний метод*: традиційні практичні заняття;
- *проблемне викладання*: Brainstorming – метод «мозкового штурму»; Case-based learning – метод кейсів;
- *частково-пошуковий метод*: Game-based learning – ігрові методи навчання (ділові ігри); Team-based learning – метод роботи в малих групах;
- *дослідницький метод*: Research-based learning – участь в науково-дослідницькій роботі, підготовка тез доповідей на конференції, наукових статей

Зміст освітнього компонента:

Змістовий модуль 1. Теоретико-методичні основи управління асортиментною політикою підприємства та конкурентоспроможність товару

Тема 1. Товари та послуги в маркетинговій діяльності. Асортиментна політика підприємства

Тема 2. Якість в системі ринкових характеристик товару. Управління якістю продукції

Тема 3. Ціна в системі ринкових характеристик товару. Попит, пропозиція та правила їх взаємодії

Тема 4. Конкурентоспроможність товару та її показники. Оцінка виробничо-ресурсної спроможності підприємства

Змістовий модуль 2. Дослідження ринку товарів і послуг. Планування та розробка нового продукту

Тема 5. Ринок товарів і послуг. Формування попиту на ринку окремого товару

Тема 6. Цільовий ринок товару і методика його вибору

Тема 7. Товарна політика підприємств. Життєвий цикл товару на ринку

Тема 8. Планування нового продукту і розробки товару.

Тема 9. Товарні марки й упаковка

Організація самостійної роботи:

Самостійна робота включає в себе виконання тестових завдань з тем освітнього компонента з метою закріплення теоретичного матеріалу.

Види та форми контролю:

Поточний контроль:

Контроль знань на кожному занятті: усне опитування, складання тестових завдань, вирішення ситуаційних (розрахункових) задач.

Контроль змістових модулів: складання тестових завдань, вирішення ситуаційних (розрахункових) задач

Умови допуску до контролю змістових модулів: наявність мінімальної кількості балів за заняття змістового модулю, за контроль змістового модулю 1 (для контролю змістового модуля 2).

Семестровий контроль:

Форма семестрового контролю: семестровий залік, семестровий екзаме́н

Умови допуску до семестрового контролю:

поточний рейтинг більше 60 балів, наявність мінімальної кількості балів за контроль змістового модулю 1 та 2, відсутність невідпрацьованих пропусків практичних занять, виконання всіх вимог, які передбачені робочою програмою освітнього компонента.

14. Система оцінювання з освітнього компонента:**Оцінювання засвоєння тем освітнього компонента під час занять:**

<i>Номер теми освітнього компонента</i>	<i>Максимальна кількість балів за тему</i>	<i>Розподіл максимальної кількості балів за тему за видами робіт</i>	<i>Види робіт, за які здобувач отримує бали</i>
Змістовий модуль 1			
Тема 1	8	1	тестування
		2	усна відповідь
		5	вирішення ситуаційних завдань
Тема 2	8	1	тестування
		2	усна відповідь
		5	вирішення ситуаційних завдань
Тема 3	8	1	тестування
		2	усна відповідь

		5	вирішення ситуаційних завдань
Тема 4	8	1	тестування
		2	усна відповідь
		5	вирішення ситуаційних завдань
Всього балів за змістовий модуль 1:		32	
Змістовий модуль 2			
Тема 5	4	1	тестування
		1	усна відповідь
		2	вирішення ситуаційних завдань
Тема 6	8	1	тестування
		2	усна відповідь
		5	вирішення ситуаційних завдань
Тема 7	8	1	тестування
		2	усна відповідь
		5	вирішення ситуаційних завдань
Тема 8	8	1	тестування
		2	усна відповідь
		5	вирішення ситуаційних завдань
Тема 9	4	1	тестування
		1	усна відповідь
		2	вирішення ситуаційних завдань
Всього балів за змістовий модуль 2		32	
Всього балів за модуль 1:		64	

Вивчення освітнього компонента здобувачами вищої освіти можливе за допомогою неформальної освіти. Замість виконання видів робіт може зараховуватись проходження спеціалізованих тренінгів фармацевтичних компаній відповідно до змісту кожної теми програми (за наявності відповідного документу про його закінчення, надання копії викладачу).

Замість виконання видів робіт з будь-якої теми освітнього компонента можуть зараховуватись такі види робіт здобувача вищої освіти:

– участь в майстер-класах, форумах, конференціях, семінарах, вебінарах з теми освітнього компонента (з підготовкою есе, тез доповідей, інформаційного повідомлення тощо, що підтверджено програмою заходу, або тезами доповідей, або відповідним сертифікатом);

– участь у науково-дослідних та прикладних дослідженнях з теми освітнього компонента (в розробці анкетних форм, проведенні експериментальних досліджень, обробці результатів дослідження, підготовці звіту, презентації результатів тощо, що підтверджується демонстрацією відповідних матеріалів).

Оцінювання здобувачів за видами робіт під час занять:

Види робіт, за які здобувач отримує бали	Максимальна кількість балів
тестування	9
відповіді на теоретичні питання	16
вирішення ситуаційних завдань	39
Всього балів:	64

Оцінювання під час контролю змістових модулів:

Види робіт, за які здобувач отримує бали	Розподіл максимальної кількості балів за контроль змістового модуля за видами робіт	Максимальна кількість балів за контроль змістового модуля
Змістовий модуль 1		
тестування	1	18
відповіді на теоретичні питання	5	
вирішення розрахункових завдань	12	
Змістовий модуль 2		
тестування	1	18
відповіді на теоретичні питання	5	
вирішення розрахункових завдань	12	
Всього балів за контроль змістових модулів (Модуль 2):		36

Оцінювання самостійної роботи здобувача освіти:

під час поточного контролю: додатково 2 балів - написання доповіді за темою заняття, 3 бали – доповідь на лекції конференції

під час контролю змістових модулів : білети до змістового модуля включають теоретичні питання та ситуаційні або розрахункові завдання з тем

Оцінювання під час семестрового екзамєну:

Види робіт, за які здобувач отримує бали	Розподіл максимальної кількості балів за семестровий екзамєн за видами робіт	Всього балів за семестровий екзамєн
Відповідь на два теоретичних питання	50	100
Вирішення ситуаційного або розрахункового завдання	50	

Здобувачі вищої освіти, які під час вивчення освітнього компонента, з якого проводиться семестровий екзамєн, мали за результатами семестрового контролю в усіх семестрах від 91 до 100 балів звільняються від складання екзамєну (за згодою), при цьому присутність здобувача вищої освіти на екзамєні є обов'язковою. У цьому випадку виставляється та оцінка, яку здобувач вищої освіти отримав за семестр (для освітніх компонентів, які вивчаються протягом одного семестру) або як середня за усі семестри, протягом яких вивчався освітній компонент. У разі незгоди з оцінкою, зазначена категорія здобувачів вищої освіти, складає екзамєн за загальними правилами

Шкала оцінювання семестрового заліку, семестрового екзамену:

При вивченні освітнього компонента застосовується: 100-бальна шкала, чотирибальна («відмінно», «добре», «задовільно», «незадовільно») диференційована шкала (та екзамену) та недиференційована («зараховано», «не зараховано») двобальна шкала (для семестрового заліку) та рейтингова шкала ECTS. Результати конвертуються із однієї шкали в іншу згідно таблиці.

Сума балів за 100-бальною шкалою	Шкала ECTS	Оцінка за чотирибальною шкалою	Оцінка за недиференційованою шкалою
90-100	A	Відмінно	зараховано
82-89	B	Добре	
74-81	C		
64-73	D	Задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	Незадовільно	не зараховано
1-34	F		

15. Політики освітнього компонента:

Політика щодо академічної доброчесності. Ґрунтується на засадах академічної доброчесності, наведених в ПОЛ «Про заходи щодо запобігання випадків академічного плагіату у НФаУ». Списування при оцінюванні успішності здобувача вищої освіти під час контрольних заходів на практичних та семінарських заняттях, контролю змістових модулів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Виявлення ознак академічної недоброчесності в письмовій роботі здобувача освіти є підставою для її незарахування викладачем.

Політика щодо відвідування занять. Здобувач вищої освіти зобов'язаний відвідувати навчальні заняття (ПОЛ «Про організацію освітнього процесу НФаУ») згідно з розкладом (<https://nuph.edu.ua/rozklad-zanyat/>), дотримуватися етичних норм поведінки.

Політика щодо дедалайнів, відпрацювання, підвищення рейтингу, ліквідації академічної заборгованості. Відпрацювання пропущених занять здобувачем вищої освіти здійснюється відповідно до ПОЛ «Положення про відпрацювання здобувачами пропущених навчальних занять та порядок ліквідації академічної різниці в навчальних планах у НФаУ» згідно з встановленим на кафедрі графіком відпрацювань пропущених занять. Підвищення рейтингу та ліквідація академічної заборгованості з освітнього компонента здійснюється здобувачами освіти відповідно до порядку, наведеного в ПОЛ «Про порядок оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти у НФаУ». Здобувачі вищої освіти зобов'язані дотримуватися усіх строків, визначених кафедрою для виконання видів письмових робіт з освітнього компонента. Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку – до 20% від максимальної кількості балів за даний вид роботи.

Політика щодо оскарження оцінки з освітнього компонента (апеляцій). Здобувачі вищої освіти мають право на оскарження (апеляцію) оцінки з освітнього компонента, отриманої під час контрольних заходів. Апеляція здійснюється відповідно до ПОЛ «Положення про оскарження результатів семестрового контролю знань здобувачів вищої освіти у НФаУ».

Політика щодо визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти здобувачами вищої освіти. Здобувачі вищої освіти мають право на визнання результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті відповідно до ПОЛ «Про порядок визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної та/або інформальної освіти здобувачами вищої освіти у НФаУ».

В рамках академічної свободи викладача замість виконання видів робіт з теми освітнього компонента можливим є зарахування неформальної освіти здобувача вищої освіти.

16. Інформаційне та навчально-методичне забезпечення освітнього компонента:

Обов'язкова література	1. Ілляшенко С. М. Маркетингова товарна політика : підручник для ВНЗ. Суми : Університетська книга, 2014. 233 с. 2. Маркетинг: бакалаврський курс : підручник для ВНЗ / Сумський держ. ун-т, НДІ економіки розвитку МОН України та НАН України ; за заг. ред. С. М. Ілляшенка. Суми : Університетська книга, 2014. 1134 с.
Додаткова література для поглибленого вивчення освітнього компонента	1. Вершигора Є.Ю. Маркетингова товарна політика : навч. посіб. для студентів ВНЗ / Є. Ю. Вершигора. Тернопіль : Астон, 2015. 407 с. 2. Гаєвська Л. М., Марченко О. І. Підприємницька діяльність : підручник. Ірпінь : Університет ДФС України, 2019. 500 с. 3. Господарський Кодекс України (2003 р. з доп.). 4. Закон України «Основи законодавства України про охорону здоров'я». 5. Закон України «Про захист прав споживачів». 6. Закон України «Про лікарські засоби». 7. Закон України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності». 8. Закон України «Про ціни та ціноутворення». 9. Закон України «Про якість та безпеку харчових продуктів та продовольчої сировини». 10.Ларіна Я., Діченко А. Методи аналізу та формування маркетингової товарної політики сільськогосподарських підприємств. <i>Науковий вісник Ужгородського національного університету</i>. Випуск 3. 2015. С. 108-114. 11.Маркетингова товарна політика : навч. посіб. для студентів ВНЗ / Захарченко П. В. та ін. К. : КНУБА, 2016. 143 с. 12.Методичні рекомендації з дисципліни «Маркетингова товарна політика» спеціальності 075 «Маркетинг» / М. М. Слободянюк, В.В. Малий. Х.: Вид-во НФаУ, 2019. 48 с. 13.Чехранова Т. О., Мішустіна Т.С. Дослідження товарної політики підприємства харчової промисловості як основа її оптимізації. <i>Ефективна економіка</i>. 2014. № 6. URL : http://www.ekonomy.nayka.com.ua 14.Обґрунтування ринкових можливостей для вітчизняних виробників у сегменті протизапальних та протиревматичних лікарських засобів. <i>Social Pharmacy in Health Care</i>. 2023. Vol. 9, No. 1. С. 84–95. 15.Окландер М., Кірносорова М. Маркетингова товарна політика. Центр навчальної літератури. 2017. 200 с. 16.Палига Є. М., Гірняк О. М., Лазановський П. П. Маркетинг : підруч. Львів : Українська академія друкарства, 2020. 352 с. 17.Рогуля О. Ю. Дослідження напрямів диверсифікації діяльності фармацевтичних підприємств. <i>Відкриваємо нове сторіччя: здобутки та перспективи: матеріали наук.-практ. конф. з міжнар. участю, присвяченої 100-річчю Національного фармацевтичного університету, м. Харків, 10 вересня 2021 р.</i> Харків : НФаУ, 2021. С. 417-418. 18.Рогуля О. Ю. Соціальні аспекти конкурентоспроможності фармацевтичних підприємств. <i>Dynamics of the development of world science. Abstracts of the 8th International scientific and practical conference</i>. Perfect Publishing. Vancouver, Canada. 2020. С. 741-748. 19.Самборський О.С., Слободянюк М.М. Обґрунтування сучасних

	підходів до галузевого регулювання обігу соціально орієнтованого асортименту ліків у системі фармацевтичного забезпечення населення : наук. метод. реком. НФаУ. Харків, 2019. 24 с. 20.Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг : навч. посібник. Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с. 21.Слободянюк М.М., Самборський О.С., Гавришук Л.М. Маркетингові підходи до удосконалення управління інноваційним продуктивним портфелем фармацевтичного підприємства. <i>Фармацевтичний часопис</i>. 2019. № 1 (46). С. 69–77. 22.Слободянюк М.М., Самборський О.С., Германовські Т. Теоретичні основи і методичне обґрунтування комплексного аналізу та моделювання доцільності й ефективності розробок нових лікарських засобів. <i>Соціальна фармація в охороні здоров'я</i>. 2017. Т 3, № 4. С. 19–31. 23.Innovation stays strong: patent applications in Europe continue to grow in 2022. URL : https://www.epo.org/en/news-events/news/innovation-stays-strong-patent-applications-europe-continue-grow-2022 24.Patent activity in the pharmaceutical industry decreased in Q3 2023. URL: https://www.pharmaceutical-technology.com/data-insights/patent-activity-pharmaceutical-industry/?cf-view&cf-closed 25.Patents: a necessary evil? URL : https://www.europeanpharmaceuticalreview.com/article/175136/patents-a-necessary-evil/ 26.Pharmaceutical Patent Abuse: To Infinity and Beyond! URL : https://accessiblemeds.org/resources/blog/pharmaceutical-patent-abuse-infinity-and-beyond 27.Pharmaceutical Patents: an overview. URL : https://www.alacrita.com/blog/pharmaceutical-patents-an-overview The Role of Patents in the Pharmaceutical Sector. URL : https://minesoft.com/the-role-of-patents-in-the-pharmaceutical-sector/
Актуальні електронні інформаційні ресурси (журнали, сайти тощо) для поглибленого вивчення освітнього компонента	1. Верховна Рада України. Законодавство України. URL : http://zakon.rada.gov.ua 2. Офіційне Інтернет-представництво Президента України. URL : http://www.president.gov.ua/ 3. Урядовий портал. Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України. URL : http://www.kmu.gov.ua 4. Електронний архів Національного фармацевтичного університету. URL : http://dspace.nuph.edu.ua 5. Сайт Державної служби статистики України. URL : http://www.ukrstat.gov.ua 6. Сайт Міністерства економіки України. URL : http://www.me.gov.ua 7. Сайт Міністерства фінансів України. URL : http://minfin.kmu.gov.ua 8. УАМ: Журнал «Маркетинг в Україні» URL : uam.in.ua/rus/projects/marketing-in-ua 9. Український національний комітет Міжнародної Торгової Палати (ICC Ukraine). URL : http://iccua.org/
Система дистанційного навчання Moodle	https://pharmel.kharkiv.edu/moodle/course/view.php?id=5151

17. Матеріально-технічне та програмне забезпечення освітнього компонента:

Технічне забезпечення – комп'ютер, відеокамера, мультимедійний проектор, екран.

Програмне забезпечення: Microsoft Word, Excel, Power Point, Acrobat rider, Google Workspace for Education Standard, ZOOM, MOODLE.