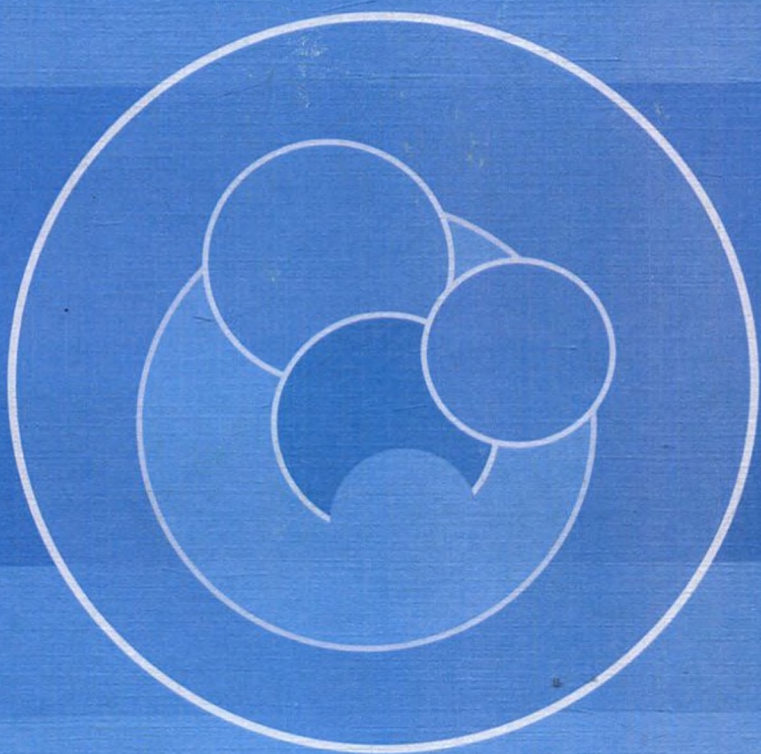


339.138(075)
Р18

Райко Д.В., Шипуліна Ю.С.

Маркетингова товарна політика

Навчальний посібник для
самостійної роботи



Д. В. Райко, Ю. С. Шипуліна

МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА

навчальний посібник для самостійної роботи

Рекомендовано Вченою радою НТУ «ХПІ»

Рецензенти:

Н. Л. Савицька - доктор економічних наук, професор, зав. каф. маркетингу, управління репутацією та клієнтським досвідом, Державний біотехнологічний університет;

О. Є. Громова - доктор економічних наук, доцент кафедри маркетингу та реклами, Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

Рекомендовано Вченою радою НТУ «ХПІ» як навчальний посібник до самостійної роботи для здобувачів вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг» (протокол № 2 від 04.02.2022 р.)

Райко Д. В., Шипуліна Ю. С.

Р 18 Маркетингова товарна політика : навч. посіб. / Д. В. Райко, Ю. С. Шипуліна. – Суми : Триторія, 2022. – 158 с.

ISBN 978-617-7971-11-4

Навчальний посібник написаний відповідно до програми вивчення курсу «Маркетингова товарна політика». Розглянуто основні поняття товарної політики, визначено основні інструменти та методи її оцінки.

Посібник розрахований на здобувачів вищої освіти спеціальності «Маркетинг» усіх форм навчання, а також широке коло читачів для загального ознайомлення з поняттями маркетингової товарної політики.

ISBN 978-617-7971-11-4

© Триторія, 2022 р.

ЗМІСТ

Вступ.....	6
Тема 1 Сутність маркетингової товарної політики.....	8
1.1 Визначення маркетингової товарної політики: цілі та завдання.....	8
1.2 Механізм формування та реалізації маркетингової товарної політики підприємства.....	11
1.3 Проблеми в управлінні маркетинговою товарною політикою.....	14
Тема 2 Товар як основа маркетингової товарної політики підприємства.....	16
2.2 Моделі подання комерційних характеристик товару.....	19
2.3 Класифікація товарів.....	24
Тема 3 Товарна політика ринку та управління її асортиментом.....	30
3.1 Товарна політика ринку: планування асортименту продукції та споживчі показники товарів.....	30
3.2 Методи аналізу асортименту.....	32
3.3 Принципи формування асортименту, напрями зміни асортименту.....	35
Тема 4 Стратегічні аспекти моделі життєвого циклу товару.....	38
4.1 Визначення ЖЦТ і його різновиди в контексті маркетингової товарної політики.....	38
4.2 Характеристика етапів ЖЦТ щодо формування маркетингової товарної політики підприємства.....	42

4.3 Стратегічні аспекти розробки рекомендацій щодо вибору відповідальних дій на стадіях ЖЦТ.....	44
Тема 5 Значення нового товару при формуванні маркетингової товарної політики підприємства.....	56
5.1 Поняття нового товару.....	56
5.2 Етапи процесу розробки.....	58
5.3 Методи оцінки нового товару.....	59
Тема 6 Управління якістю продукції в системі маркетингової товарної політики.....	68
6.1 Поняття якості і показники якості.....	68
6.2 Чинники, що впливають на якість товару. Вимоги, що ставляться до товарів.....	70
6.3 Методи аналізу якості продукції.....	72
6.4 Стандартизація та сертифікація товарів і послуг.....	79
Тема 7 Конкурентоспроможність товару та її показники.....	85
7.1 Поняття конкурентоспроможності товару.....	85
7.2 Методи оцінки конкурентоспроможності товару.....	86
Тема 8 Сервіс у системі товарної політики підприємства.....	93
8.1 Завдання сервісної системи підприємства. Види сервісу.....	93
8.2 Суть сервісної політики підприємства.....	96
8.3 Основні підходи до здійснення сервісу.....	100
Тема 9 Цільовий ринок товару і методика його вибору.....	102
9.1 Поняття цільового ринку. Методи досягнення конкурентних переваг на цільовому ринку.....	102
9.2 Матриця вибору цільового ринку (цільового сегмента ринку). Маркетингові стратегії для сегментів ринку.....	104

9.2. Позиціонування товару на ринку.....	108
Тема 10 Маркетингова товарна політика в сфері послуг.....	112
10.1 Позиціонування товару на ринку.....	112
10.2 Маркетингові стратегії для організацій сфери послуг.....	114
Завдання для самостійної роботи.....	123
Тести для самоперевірки.....	143
Список літератури.....	123
Алфавітний покажчик.....	143