

339.138
К 56

**С.В. Ковальчук, В.Л. Карпенко,
Т.С. Фесенко**

МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА

Навчальний посібник



Видавництво "Новий Світ – 2000"



Ковальчук С. В., Карпенко В. Л., Фесенко Т. С.

МАРКЕТИНГОВА ТОВАРНА ПОЛІТИКА

Навчальний посібник

Друге видання, стереотипне

Видавництво «Новий Світ-2000»

Львів
2023

УДК: 339.138(075.8)

ББК: 65.42я7

К56

*Рекомендовано до друку Міністерством освіти і науки України
як навчальний посібник для студентів ВНЗ
(лист № 1/11-1618 від 06.02.2012)*

Рецензенти:

- Крикавський Є. В.** - д-р екон. наук, проф., зав. каф. маркетингу і логістики
Національного університету «Львівська політехніка»;
- Савіна Г. Г.** - д-р екон. наук, проф., зав. каф. менеджменту та маркетингу
Херсонського національного технічного університету
- Перерва П. Г.** - д-р екон. наук, проф., декан економічного факультету
Національного технічного університету
«Харківський політехнічний інститут»

К56 Ковальчук С. В., Карпенко В. Л., Фесенко Т. С.

Маркетингова товарна політика: навч. посібник. 2-ге видання,
стереотипне / С. В. Ковальчук, В. Л. Карпенко, Т. С. Фесенко. – Львів :
«Новий Світ – 2000», 2023. – 174 с.

ISBN 978-617-7519-05-7

У навчальному посібнику логічно викладено теоретичні засади функціонування товарних ринків; викладено зміст товарної політики підприємства; специфіку формування його асортиментної політики; особливості формування життєвого циклу товару та його специфічні ознаки за різних видів попиту. Охарактеризовано форми реалізації маркетингової товарної політики на підприємстві. Особливу увагу приділено питанням розробки нової продукції та обґрунтуванню товарної політики підприємства за умов маркетингової орієнтованості.

Для студентів економічних спеціальностей ВНЗ. Може бути корисним слухачам системи підвищення кваліфікації або перекваліфікації, працівникам служб маркетингу та сфери торгівлі, а також тим, хто цікавиться проблемами сучасної економіки і маркетингу.

ISBN 978-617-7519-05-7

УДК: 339.138(075.8)

ББК: 65.42я7

© Ковальчук С. В., Карпенко В. Л., Фесенко Т. С., 2023

© ФОП Піча С. В., Видавництво «Новий Світ-2000», 2023

ВСТУП.....	3
1 ТЕОРЕТИЧНА ЧАСТИНА КУРСУ	
Тема 1. Сутність, зміст і завдання товарної політики підприємства.....	5
Тема 2. Товари і послуги в маркетинговій діяльності.....	11
Тема 3. Ціна в системі ринкових характеристик товару.....	23
Тема 4. Якість продукції та методи її оцінювання.....	32
Тема 5. Конкуренстоспроможність товару та її показники.....	42
Тема 6. Ринок товарів і послуг.....	54
Тема 7. Формування попиту на ринку окремого товару.....	61
Тема 8. Маркетингові дослідження товарного ринку.....	68
Тема 9. Цільовий ринок товару і методика його вибору.....	75
Тема 10. Організація управління продуктом.....	84
Тема 11. Життєвий цикл товару.....	91
Тема 12. Планування нової продукції і розробки товару.....	103
Тема 13. Призначення та види ідентифікування продукції.....	117
Тема 14. Упаковка в системі планування товару.....	132
2 ПРАКТИЧНА ЧАСТИНА КУРСУ	144
3 ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ.....	168
ЛІТЕРАТУРА.....	171