

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
практических занятий
 по учебной дисциплине «Товарная политика предприятия»,
 для студентов очной формы получения высшего образования
 специальности 6-05-0412-04 Маркетинг
факультета бизнеса и права

Курс 2Семестр 1

№	Тема практических занятий	Количество часов
1	Товарная политика как важнейшая составляющая комплекса маркетинга 1. Анализ товарной политики сельскохозяйственного предприятия 2. Оценка товарной политики перерабатывающего предприятия 3. Анализ товарной политики обслуживающего предприятия	4
2	Товар в системе маркетинга 1. Модели позиционирования 2. Построение карты позиционирования 3. Построение профиля	2
3	Упаковка товара 1. Маркетинговый анализ упаковки 2. Маркетинговые методы тестирования упаковки: метод простого рейтинга, метод парного сравнения, метод шкальных оценок и др.	4
4	Маркировка товара 1. Маркетинговый анализ маркировки товара 2. Разработка маркировки товара	2
5	Штриховое кодирование 1. Изучение штриховых кодов и их анализ 2. Признаки подлинности штрихового кода	2
6	Товарный знак как инструмент маркетинга 1. Анализ марочных стратегий предприятий АПК 2. Разработка товарного знака для конкретного субъекта рынка 3. Правовая охрана товарного знака 4. Порядок регистрации товарных знаков и знаков обслуживания 5. Подача заявки на регистрацию товарного знака 6. Расчет затрат на регистрацию товарного знака	2
7	Ассортиментная политика промышленного предприятия 1. Маркетинговый анализ ассортимента выпускаемой продукции и определение его показателей 2. Анализ выполнения плана по ассортименту. Анализ влияния изменения структуры выпускаемой продукции	4
8	Ассортиментная политика торгового предприятия 1. Анализ показателей ассортимента торгового предприятия 2. Оценка перспективности торгового ассортимента	4
9	Качество и конкурентоспособность товара 1. Методические подходы к оценке конкурентоспособности товара 2. Процесс оценки конкурентоспособности товара	2
10	Создание нового товара 1. Оценка целесообразности внедрения товара на рынок 2. Экономический анализ бизнес-идеи	2
11	Сервис в системе товарной политики 1. Формы обслуживания покупателей 2. Оценка организации сервиса	
	Итого	36

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
практических занятий
по учебной дисциплине «Товарная политика предприятия»,
для студентов заочной формы обучения
специальности 1-26-02-03 Маркетинг
факультета бизнеса и права

Курс 2Семестр 1

№	Тема практических занятий	Количество часов
1	<p style="text-align: center;">Упаковка товара</p> <ol style="list-style-type: none">1. Маркетинговый анализ упаковки2. Маркетинговые методы тестирования упаковки: метод простого рейтинга, метод парного сравнения, метод шкальных оценок и др.	2
2	<p style="text-align: center;">Товарный знак как инструмент маркетинга</p> <ol style="list-style-type: none">1. Анализ марочных стратегий предприятий АПК2. Разработка товарного знака для конкретного субъекта рынка3. Правовая охрана товарного знака4. Порядок регистрации товарных знаков и знаков обслуживания5. Подача заявки на регистрацию товарного знака6. Расчет затрат на регистрацию товарного знака	2
3	<p style="text-align: center;">Ассортиментная политика торгового предприятия</p> <ol style="list-style-type: none">1. Анализ показателей ассортимента торгового предприятия2. Оценка перспективности торгового ассортимента	2
4	<p style="text-align: center;">Качество и конкурентоспособность товара</p> <ol style="list-style-type: none">1. Методические подходы к оценке конкурентоспособности товара2. Процесс оценки конкурентоспособности товара	2

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
практических занятий
по учебной дисциплине «Товарная политика предприятия»,
для студентов заочной формы обучения (ВШАБ)
специальности 1-26-02-03 Маркетинг
факультета бизнеса и права

Курс 2Семестр 1

№	Тема практических занятий	Количество часов
1	<p style="text-align: center;">Штриховое кодирование</p> <ol style="list-style-type: none">1. Изучение штриховых кодов и их анализ2. Признаки подлинности штрихового кода	2
2	<p style="text-align: center;">Товарный знак как инструмент маркетинга</p> <ol style="list-style-type: none">1. Анализ марочных стратегий предприятий АПК2. Разработка товарного знака для конкретного субъекта рынка3. Правовая охрана товарного знака4. Порядок регистрации товарных знаков и знаков обслуживания5. Подача заявки на регистрацию товарного знака6. Расчет затрат на регистрацию товарного знака	2
3	<p style="text-align: center;">Ассортиментная политика торгового предприятия</p> <ol style="list-style-type: none">1. Анализ показателей ассортимента торгового предприятия2. Оценка перспективности торгового ассортимента	2
4	<p style="text-align: center;">Качество и конкурентоспособность товара</p> <ol style="list-style-type: none">1. Методические подходы к оценке конкурентоспособности товара2. Процесс оценки конкурентоспособности товара	2