**Міністерство освіти, науки, молоді та спорту України**

**Національний університет водного господарства та природокористування**

**Кафедра економіки підприємства**

**КУРСОВА РОБОТА**

**з дисципліни „Маркетинг” на тему:**

**«Формування маркетингової товарної політики підприємства**

**(на прикладі ВАТ «Костопільський завод продтоварів»)»**

**Оцінка:** оформлення\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

змісту \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

захисту \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Загальна оцінка:**

за стандартом ECTS \_\_\_\_\_\_\_\_

за стандартом МОНУ \_\_\_\_\_\_\_\_

**Підписи членів комісії**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Рівне - 2011**

**Міністерство освіти, науки, молоді та спорту України**

**Національний університет водного господарства та природокористування**

**Кафедра економіки підприємства**

**КУРСОВА РОБОТА**

**з дисципліни „Маркетинг” на тему:**

**„ Формування маркетингової товарної політики підприємства ”**

**“Forming of marketing commodity policy of enterprise (on the example of** **open corporation Коstopolsky plant of foods”**

Код навчальної дисципліни в ECTS

Кількість академічних кредитів в ECTS

**Курсова робота відповідає вимогам діючої нормативної документації України та умовам ECTS/ КМСОНП**

**Виконала ст. 1 гр. 3 курсу ФЕП**

**Ясковець С. І.**

**Консультант проф. Гончаров С.М.**

**Рівне - 2011**

УДК 333.13(076.5)

ББК 65.290-2

Курсова робота з дисципліни „Маркетинг”/ Ясковець С.І., Рівне:

НУВГП, 2011, - 50 с.

Дана робота присвячена темі формування маркетингової товарної політики підприємства та містить три розділи, в яких розкрито суть товарної маркетингової політики підприємства, проаналізовано господарську діяльність підприємства ВАТ «Костопільський завод продтоварів» та розкрито основи формування маркетингової товарної політики даного підприємства.

This work is sanctified to the theme of forming of marketing commodity policy of enterprise and contains three divisions essence of commodity marketing policy of enterprise is exposed in which economic activity of enterprise of open corporation "Коstopolsky plant of foods" and bases of forming of marketing commodity policy of this enterprise are exposed.

Рецензент: Миронець Т.О.

Тематика курсової роботи відповідає вимогам нормативної програми. В курсовій роботі сконцентровані теоретичні засади та економічні розрахунки , обгрунтування прийнятих управлінських , маркетингових рішень. На високому рівні був проведений і SWOT – аналіз підприємства та продукції, описано конкурентне середовище та реальні ринкові можливості.

Студентка доступно розкрила сутність маркетингової товарної політики підприємства, було досягнуто мети написання роботи і виконано поставлені завдання.

Виконана робота заслуговує оцінки „відмінно”.

© Ясковець С. І., 2011

© НУВГП, 2011

### Національний університет водного господарства та природокористування

**Факультет економіки і підприємництва**

**Кафедра економіки підприємства**

### Спеціальність: 6.050107-економіка підприємництва

### Завдання

**На курсову роботу з маркетингу**

## Студентці 3 курсу 1 гр. Ясковець С. І.

**Тема: “Формування маркетингової політики підприємства»**

**Варіант №** 3 **/**

**Вихідні дані до курсової роботи**

**1. Літературні джерела**

**2. Інтернет**

**3. Нормативна документація**

**4. Спеціалізація: товарне виробництво**

**5. Внутрішні ринки: регіони України**

**6. Міжнародні ринки: СНД,Польща, Німеччина**

#### **Зміст курсової роботи**

Передмова

**1.**

**2.**

**3.**

Загальні висновки

Використана література

**Дата видачі** “ “ **2011р.**  **Дата захисту** “ “ **2011р.**

**Керівник**  / Гончаров С. М. / Студент

(підпис) (прізвище) (підпис)

**Зміст**

Вступ…………………………………………………………………………. …………..5

1.Маркетингова товарна політика підприємства

1.1. Сутність маркетингової політики підприємства…………………………….... 6

1.2. Маркетингова концепція товару………………………………….... …………7

1.3. Життєвий цикл товару і особливості маркетингу на окремих

його етапах…………………………………………………………………………11

1.4. Конкурентоспроможність товару і методи її визначення……….……….. 16

1.5. Управління товарним асортиментом…………………………….……….... 19

Висновки за розділом 1……………………………………………………. ..24

2. Аналіз господарської діяльності підприємства

2.1. Загальна характеристика і ТЕП підприємства…………………………… .25

2.2. Аналіз конкурентних можливостей підприємства………………………. ..28

2.3. Аналіз конкурентоспроможності продукції……………………………… .31

2.4. SWOT – аналіз підприємства і продукції………………………………… .35

Висновки за розділом 2……………………………………………………. .38

3. Формування маркетингової товарної політики підприємства

3.1. Структура маркетингової товарної політики…………………………….. 40

3.2. Планування асортименту нових товарів…………………………………...41

3.3. Елімінування товарів………………………………………………………. .43

3.4. Модифікація товарів……………………………………………………….. .44

3.5. Обслуговування товарів…………………………………………………… .45

3.6. Диверсифікація товарів….…………………………………………………..45

Висновки за розділом 3…………………………………………………….. 46

Загальні висновки…………………………………………………………………... ..48

Список використаної літератури та інформативних джерел ……………….. …...50