

РЕЦЕНЗІЯ НА ПІДРУЧНИК  
«Маркетингова товарна політика»  
проф. Окландера М.А., Кірносової М.В.

У теперішній час економічний і соціальний стан України характеризується тим, що між основними виробниками промислової продукції йде гостра конкурентна боротьба за ринки збуту як в масштабах країни, так і на світовій арені. Все це висуває нові вимоги до підготовки маркетологів, що будуть працювати на висококонкурентних ринках.

Підручник «Маркетингова товарна політика» є актуальним, оскільки дозволяє студентам спеціальності «Маркетинг» оволодіти знаннями, що обґрунтують і підвищать ефективність їх фахової діяльності. Послідовно та методично грамотно з використанням великої кількості фактологічних даних автори наводять переконливу аргументацію про те, що нині виникає гостра необхідність у впровадженні концепції маркетингу в діяльність господарських суб'єктів.

Підручник, що рецензується, заповнює нестачу у навчально-методичних розробках для формування практичних навичок щодо управління товарною номенклатурою та асортиментом продукції, товарною маркою та політикою брендингу, впровадженням нових видів продукції та модифікацію існуючих товарів, підвищенням конкурентоспроможності товарів, управлінням сервісом та плануванням упаковки, маркуванням. Маркетингова товарна політика є складовою комплексу маркетингу. Значимість ефективного управління товарним портфелем підприємства підвищується внаслідок посилення конкуренції на багатьох товарних ринках, підвищення вимог споживачів, складності та мінливості факторів зовнішнього середовища.

Змістом підручника є навчально-методичні положення щодо закономірностей й методів визначення, створення і підтримання конкурентоспроможної товарної пропозиції. Викладені концептуальні, методологічні та методичні положення маркетингової товарної політики. Розглянуто сутність та зміст маркетингової товарної політики підприємства, механізм ринкової конкуренції. Приділено увагу якості, конкурентоспроможності продукції та методам її оцінювання. Розглянуто механізми управління товаром на трьох рівнях: товарна номенклатура, асортимент, товарна марка.

Перевагою підручника є наявність практичної частини з тестами та завдання для самостійної роботи студентів, є приклади вирішення завдань. У кінці кожного розділу наводяться контрольні питання для самоконтролю знань. Виклад матеріалу є логічним, дозволяє здійснювати підготовку висококваліфікованих маркетологів з врахуванням особливостей роботи українських підприємств.

Підручник «Маркетингова товарна політика» проф. Окландера М.А., доц. Кірносолої М.В. відповідає стандарту вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальність 075 – Маркетинг. Може бути рекомендований Вченою радою як підручник для студентів вищих навчальних закладів і рекомендується до видання.

Рецензент:

Завідувач кафедри маркетингу і  
торгівельного підприємництва  
Хмельницького національного університету,  
доктор економічних наук, професор

С.В. Ковальчук