

СИЛАБУС

навчальної дисципліни «ТОВАРОЗНАВСТВО»

Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня програма	Диджитал маркетинг
Рівень вищої освіти	Перший (бакалаврський)
Статус навчальної дисципліни	Обов'язкова
Курс / семестр вивчення	2 курс / 4 семестр
Кількість кредитів ЄКТС	4
Розподіл за видами занять та годинами навчання	Лекції - 32 год.
	Практичні заняття – 48 год.
	Самостійна робота – 40 год.
Вид індивідуального завдання	контрольна робота
Форма підсумкового контролю	залік
Кафедра (назва, № кабінету, корпоративна e-mail)	Кафедра маркетингу, фінансів, банківської справи та страхування, каб. № 115
Дні занять	Згідно розкладу
Консультації	Очні консультації: згідно розкладу. Дистанційні: згідно розкладу.
Анотація навчальної дисципліни:	
<p>На сучасному етапі економічного розвитку України все більш актуальною є проблема забезпечення постійного і ефективного зростання ринку споживчих товарів. Зростання кількості промислових виробництв і торгових підприємств призводить до позитивних тенденцій підвищення їхньої комерційної діяльності, а також збільшення обсягу продажу різних груп товарів. Товарознавство належить до основних навчальних дисциплін при формуванні професійної компетентності товарознавців, маркетологів, експертів і комерсантів.</p>	
Мета навчальної дисципліни:	Метою викладання навчальної дисципліни «Товарознавство» є опанувати науково теоретичні засади товарознавства та споживчі властивості товарів виробничо-технічного призначення, що зумовлюють їх споживчу цінність і здатність задовольняти потреби споживача.
Мета орієнтована на формування у студентів таких компетентностей:	<p>СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.</p> <p>СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.</p> <p>СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.</p>

	<p>СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.</p> <p>СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.</p> <p>СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.</p> <p>СК14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.</p>
<p>Результати навчання (відповідно до освітньо-професійної програми)</p>	<p>ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.</p> <p>ПРН 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.</p> <p>ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.</p> <p>ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.</p>
<p>Очікувані результати навчання:</p>	<p>ОРН 1. Застосовувати набуті знання для розуміння технологічних особливостей виробництва окремих груп товарів, закономірностей формування їх якості та споживних властивостей.</p> <p>ОРН 2. Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань в ідентифікації та фальсифікації товарів.</p> <p>ОРН 3. Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань з основ транспортування, зберігання і консервування харчових продуктів.</p> <p>ОРН 4. Організувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних якості продуктів харчування</p> <p>ОРН 5. Організувати пошук правил відбору товарів для лабораторних досліджень.</p> <p>ОРН 6. Застосовувати отримані знання й уміння для</p>

	<p>ініціювання та реалізації заходів у сфері збереження навколишнього природного середовища і здійснення безпечної діяльності торговельних структур.</p> <p>ОРН 7. Застосовувати отримані знання для створення та функціонування системи контролю якості продукції.</p> <p>ОРН 8. Знати та володіти підходами до додержання принципів сталого розвитку при розробці концепції пакування товарів.</p> <p>ОРН 9. Знати концепцію життєвого циклу товару.</p> <p>ОРН 10. Знати стратегії формування товарного асортименту.</p> <p>ОРН 11. Оцінювати характеристики товарів за допомогою органолептичних методів.</p> <p>ОРН 12. Знати системи стандартизації та сертифікації товару, проведення різних видів експертиз товарів.</p> <p>ОРН 13. Мати базові знання основних нормативно-правових актів та довідкових матеріалів, чинних стандартів, інструкцій, офіційних класифікаторів товарів та інших нормативно-розпорядчих документів у торгівлі.</p> <p>ОРН 14. Вміти визначати якість товарів відповідно до чинної нормативної документації.</p>
--	---

Перелік тем:

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи товарознавства

Тема 1. *Товарознавство – наука про товар.*

Тема 2. *Сучасна класифікація товарів та їх кодування.*

Тема 3. *Формування асортименту товарів та асортиментна політика.*

Тема 4. *Споживчі властивості та формування показників якості товарів.*

Змістовий модуль 2. Основні характеристики продукції, умови транспортування, постачання та зберігання.

Тема 5. *Вхідний контроль якості та експертиза товарів.*

Тема 6. *Удосконалення технології зберігання та скорочення втрат товарів.*

Тема 7. *Інформаційне забезпечення та маркування товарів.*

Тема 8. *Товарознавча характеристика асортименту споживчих товарів.*

Рекомендована література

1. Лялюк А. М. Товарознавство: навчальний посібник / Алла Миколаївна Лялюк– Луцьк : Вид-во КП ІА «Волиньенергософт», 2023. 228 с.
2. Оснач О.Ф. Товарознавство. К.: Центр навчальної літератури, 2018.
3. Осика В.А. Товарознавство. Харчові продукти . Розділ Фрукти, ягоди, овочі, гриби та продукти їхньої переробки: О.К.Л. К.: КНТЕУ, 2018. 100 с.
4. Дикань В. Л., Каграманян А. О, Каличева Н. Є Товарознавство та комерційна діяльність: підручник [за ред. В. Л. Диканя]. Харків: УкрДУЗТ, 2018. 362 с. с
5. Мельник. Т. Ю. Товарознавство : підручник (для студентів економічних спеціальностей) Житомир: ДУ «Житомирська політехніка», 2020. 364 с.
6. Кучеренко В. Д. Маркетингова товарна політика : підручник. К. : КНТЕУ, 2018. 186 с
7. Окландер М.А., Кірносова М.В. Маркетингова товарна політика : підручник. Київ :

Центр учбової літератури, 2020. 246 с.

Система оцінювання результатів навчання:

Схема розподілу балів:

Екзамен	50 балів (поточний контроль)	10 балів (контроль виконання індивідуальних завдань)	40 балів (підсумковий контроль)
Залік	70 балів (поточний контроль)	30 балів (контроль виконання індивідуальних завдань)	

Мінімальний пороговий рівень з кожного виду контролю:

Екзамен	30 балів (поточний контроль)	5 балів (контроль виконання індивідуальних завдань)	25 балів (підсумковий контроль)
Залік	45 балів (поточний контроль)	15 балів (контроль виконання індивідуальних завдань)	

Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни:

Накопичування рейтингових балів з навчальної дисципліни (поточний контроль) відбувається під час оцінювання контролю знань таких видів навчальних робіт:

- 1) Доповіді, виступи на семінарських заняттях;
- 2) Звіти з виконання практичних робіт;
- 3) Усне опитування;
- 4) Письмові роботи з засвоєння тем курсу;
- 5) Виконання завдань самостійної роботи

Шкала оцінювання результатів навчання:

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Шкала ЄКТС	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсового проєкту (роботи)	для заліку
90-100	A	відмінно	зараховано
82-89	B	добре	
74-81	C		
64-73	D	задовільно	
60-63	E		
35-59	FX	незадовільно з можливістю повторного складання	не зараховано з можливістю повторного складання
1-34	F	незадовільно з обов'язковим повторним вивченням дисципліни	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Політика курсу:

Політика дотримання академічної доброчесності

Викладання навчальної дисципліни ґрунтується на засадах академічної доброчесності. Порушеннями академічної доброчесності вважаються: академічний плагіат, фабрикація, фальсифікація, списування.

За порушення академічної доброчесності студенти можуть бути притягнені до такої академічної відповідальності: повторне проходження оцінювання (контрольна робота, іспит тощо); повторне проходження відповідного освітнього компонента освітньої програми.

Комунікаційна політика

Студенти повинні мати активовану пошту.

Обов'язком студента є перевірка один раз на тиждень (щонеділі) поштової скриньки та відвідування, перегляд інформації в Viber, Телеграм-каналах групи.

Протягом тижнів самостійної роботи обов'язком студента є робота з дистанційним курсом «Товарознавство».

Усі письмові запитання до викладачів стосовно курсу мають надсилатися на університетську електронну пошту кафедри.

Політика щодо пропусків занять

Студенти мають відвідувати лекційні й практичні (семінарські) заняття. Відсутність студента на занятті може бути виправдана поважною причиною. Поважними причинами відсутності вважаються: хвороба, участь у Всеукраїнській студентській олімпіаді, Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт чи будь-якому іншому заході, який можна віднести до заходів, що сприяють розвитку студентів і поліпшенню іміджу університету (факультету).

Політика щодо виконання навчальних завдань пізніше встановленого терміну

Студенти мають виконувати всі навчальні завдання у встановлені терміни. Студент, який не виконав ту чи іншу кількість навчальних завдань вчасно й хоче надолужити прогаяне, може звернутися по допомогу до викладача.

Політика щодо оскарження оцінювання

Якщо студент не згоден з оцінюванням його знань він може оскаржити виставлену викладачем оцінку у встановленому порядку.

Бонуси

Студенти, які регулярно відвідували лекції (мають не більше двох пропусків без поважних причин) та мають написаний конспект лекцій отримують додатково 2 бали до результатів оцінювання до підсумкової оцінки.