

**Ступінь вищої освіти:** бакалавр**Спеціальність:** 075 «Маркетинг»**Освітньо-професійна програма:** Маркетинг**Викладач:** Памбук С.А., к.т.н., ст. викл. кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі**Кафедра:** Маркетингу, підприємництва і торгівлі, т. 712-41-03**Профайл викладача****Контакт:** e-mail: pambuk@ukr.net,
048-7124103

1. Загальна інформація

Тип дисципліни – вибіркова

Мова викладання - українська

Навчальна дисципліна викладається для студентів денної та заочної форм навчання на другому курсі у четвертому семестрі

Кількість кредитів - 4, годин - 120

| Аудиторні заняття, годин: | всього | лекції | лабораторні | Практичні |
|---------------------------|------------|--------|--------------|-----------|
| денна | 40 | 16 | 24 | – |
| заочна | 18 | 8 | 10 | – |
| Самостійна робота, годин | Денна - 80 | | Заочна - 102 | |

Розклад занять

2. Анотація навчальної дисципліни

Навчальна дисципліна «Товарознавство» є теоретичною та практичною основою сукупності знань та вмінь, що формують профіль фахівця у розумінні товарознавчих особливостей. Дисципліна передбачає засвоєння основних положень та підходів щодо засад товарознавства та споживчих властивостей товарів споживчого призначення, що зумовлюють їх споживчу цінність і здатність задовольняти потреби споживача.

Вивчення дисципліни надає розуміння сутності основних категорій товарознавства; допоможе набутти навиків характеристики споживчих властивостей товарів; набутти знань і вмінь щодо класифікації та аналізу асортименту товарів; знати економічну сутність та характеристики якості товарів; розуміти теоретичні основи зберігання товарів у сфері обігу; вміти розпізнавати та ідентифікувати інформацію про товари

3. Мета навчальної дисципліни

Метою викладання навчальної дисципліни «Товарознавство» є формування у студентів цілісної системи знань та умінь щодо споживчих властивостей, якості та асортименту товарів, факторів їх формування, контролю і зберігання у сферах виробництва, торгівлі та споживання.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати:

- стан і перспективи розвитку виробництва, торгівлі, споживання товарів тваринного і рослинного походження;
- класифікацію та асортимент товарів тваринного і рослинного походження;
- споживчі властивості товарів тваринного і рослинного походження; фактори формування споживчих властивостей;
- вимоги до якості товарів тваринного і рослинного походження;
- номенклатуру, порядок та послідовність визначення показників якості;
- методи і функції пакування, маркування, умови зберігання товарів тваринного і рослинного походження; зміни якості товарів при зберіганні.

вміти:

- визначати відмінні особливості груп, підгруп товарів тваринного і рослинного походження;
- визначати показники якості товарів тваринного і рослинного походження;

- визначати дефекти товарів тваринного і рослинного походження та з'ясувати причини їх виникнення;
- визначати сутність і зміст потреб, їх види, типологію споживачів та сегментацію ринків товарів, а також класифікацію вимог до товарів;
- оцінювати засоби та форми подачі інформації про товар, сутність рекламно-довідкової та експлуатаційно- супроводжувальної інформації, основи маркування товарів.

4. Програмні компетентності та результати навчання за дисципліною

У результаті вивчення навчальної дисципліни «Товарознавство» здобувач вищої освіти отримує наступні програмні компетентності та програмні результати навчання, які визначені в [Стандарті вищої освіти зі спеціальності 075 «Маркетинг»](#) та [освітньо-професійній програмі «Маркетинг»](#) підготовки бакалаврів.

Загальні компетентності:

ЗК 6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК 7.Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 8.Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

СК 2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

СК 7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання:

ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

ПРН 10. Пояснювати інформацію, ідеї, проблеми та альтернативні варіанти прийняття управлінських рішень фахівцям і нефахівцям у сфері маркетингу, представникам різних структурних підрозділів ринкового суб'єкта..

ПРН 11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

5. Зміст навчальної дисципліни

| <u>Змістовий модуль: Товарознавство</u> | |
|---|--|
| 1. | Тема 1. Теоретичні засади товарознавства. Поняття товарознавства як науки. Теоретичні основи та принципи товарознавства, економічна сутність категорії «товар», поняття споживної цінності, класифікація споживних властивостей товарів, основи раціонального споживання товарів |
| 2. | Тема 2. Основи формування потреб та споживчі властивості товарів. Сутність і зміст потреб, їх види, типологія споживачів та сегментація ринків товарів, класифікація вимог до товарів. Сутності поняття «якість товару», методи оцінювання якості, показники якості, групові характеристики дефектів товарів та їх вплив на якість. |
| 3. | Тема 3. Класифікація і асортимент товарів. Сутність і зміст класифікації товарів, методи та системи класифікації, сутність, види та показники асортименту товарів, методики оцінки показників асортименту. |
| 4. | Тема 4. Товарознавча характеристика молочних товарів. Класифікація та асортимент молока та молочних товарів, фактори, що формують споживні властивості, вимоги до якості та товарознавча оцінка молока та молочних товарів |
| 5. | Тема 5. Товарознавча характеристика яєчних товарів Класифікація та асортимент яєць харчових та яєчних товарів, фактори, що формують їх споживні властивості, вимоги до якості та товарознавча оцінка яєць харчових та яєчних товарів. |
| 6. | Тема 6. Товарознавча характеристика м'ясних товарів. Класифікація та асортимент м'ясних товарів, фактори, що формують їх споживні властивості, вимоги до якості та товарознавча оцінка м'ясних товарів. |
| 7. | Тема 7. Товарознавча характеристика рибних товарів. Класифікація та асортимент рибних товарів, фактори, що формують їх споживні властивості, вимоги до якості та товарознавча оцінка рибних товарів. |
| 8. | Тема 8. Пакування і маркування товарів Пакувальні матеріали й тара; функціональні та рекламні функції упаковки і тари, психологія і упаковка, вимоги і види маркування; інформаційна та рекламна функції маркування, роль упаковки в просуванні товарів. |

6. Система оцінювання та інформаційні ресурси

Методи навчання: лекції проблемно-орієнтовані; лабораторні заняття побудовані на розв'язанні і виконанні конкретних завдань з питань товарознавства та оцінювання якості товарів, передбачено виконання індивідуальних та групових завдань, пов'язаних, в тому числі, з підготовкою і оформленням результатів досліджень, їх презентацією та обговоренням. Самостійна робота – підготовка студентів до занять, самостійне опрацювання теоретичного матеріалу, який не виноситься на лекції, виконання індивідуальних завдань.

Види контролю: поточний, підсумковий.

[Нарахування балів](#)

[Інформаційні ресурси](#)

7. Політика навчальної дисципліни

Політика всіх навчальних дисциплін в ОНАХТ є уніфікованою та визначена з урахуванням законодавства України, вимог [ISO 9001:2015](#), «[Положення про академічну доброчесність в ОНАХТ](#)» та «[Положення про організацію освітнього процесу](#)».

Викладач

С.А. Памбук

/ПІДПИСАНО/

Завідувач кафедри

В.В. Лагодієнко

/ПІДПИСАНО/