

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
УКРАЇНИ**

Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі



“ЗАТВЕРДЖУЮ”

Декан факультету аграрного менеджменту

Анатолій ОСТАПЧУК

05 2022 р.

“СХВАЛЕНО”

на засіданні

кафедри маркетингу та

міжнародної торгівлі

Протокол № 9 від 29.04.2022 р.

Завідувач кафедри

Руслан БУРЯК

“РОЗГЛЯНУТО”

Гарант ОП “Маркетинг”

Василь ЗБАРСЬКИЙ

29-04 2022 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ
ДИСЦИПЛІНИ**

**Маркетингова товарна політика з
основами товарознавства:
Товарознавство**

спеціальність 075 «Маркетинг»

освітня програма «Маркетинг»

Факультет аграрного менеджменту

Розробник: доцент, к.е.н. Олена БАБІЧЕВА

Київ - 2022 р.

1. Опис навчальної дисципліни

Маркетингова товарна політика з основами товарознавства

Галузь знань, напрям підготовки, спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень		
Галузь знань	07 "Управління та адміністрування"	
Спеціальність	075 "Маркетинг"	
Освітньо-кваліфікаційний рівень	„Бакалавр	
Характеристика навчальної дисципліни		
Вид	вибіркова	
Загальна кількість годин	120	
Кількість кредитів ECTS	4	
Кількість змістових модулів	2	
Форма контролю	залік	
Показники навчальної дисципліни для денної та заочної форм навчання		
	денна форма навчання	заочна форма навчання
Рік підготовки	__2__	
Семестр	__4__	
Лекційні заняття	30 год.	ГОД.
Практичні заняття	30 год.	ГОД.
Самостійна робота	60 год.	ГОД.
Індивідуальні завдання	ГОД.	ГОД.
Кількість тижневих годин для денної форми навчання: аудиторних	__4__ год.	
самостійної роботи студента –	__4__ год.	

2. Мета та завдання навчальної дисципліни

Мета: Формування у студентів знань з науково-теоретичних основ товарознавства та споживчих властивостей продукції, які зумовлюють її споживчу цінність і здатність задовольняти потреби споживача, досягати комерційних та маркетингових цілей підприємства

Завдання дисципліни:

- дати теоретичні знання основоположних характеристик, які складають споживчу вартість товару;
- навчити майбутніх спеціалістів принципам та методам товароруху;
- дослідити систематизацію численності товарів шляхом раціонального застосування методів класифікації та кодування;
- вивчити властивості та показники асортименту з метою аналізу та управління асортиментною політикою промислової та торгівельної організації;
- вивчити номенклатуру споживчих властивостей показників товарів;
- усвідомити методику оцінки рівня якості товарів;
- дати практичні навички з оцінки якості товарів, в тому числі виявлення градацій якості та дефектів товарів, причин їх виникнення і заходів попередження псування товарів;
- ознайомити зі значенням різних рівнів та видів контролю, експертизи товарів;
- дослідити сучасну практику забезпечення якості та кількості товарів на різних етапах їх технологічного циклу при обліку факторів, що формують і зберігають якість товарів;
- дати практичні рекомендації щодо виявлення видів товарних втрат та заходів по їх попередженню;
- вивчити інформаційне забезпечення товароруху від виробника до споживача;
- знати сучасну класифікацію асортименту продовольчих та непродовольчих товарів.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен **знати:**

- сучасні погляди на просування товарів і послуг на ринок;
- основні товарознавчі вимоги при виготовленні товарів та послуг, що направлені на задоволення конкретної потреби споживача;

- нормативні підходи по визначенню споживчих показників, у тому числі стосовно екологічних властивостей та якості продукції;
- складові технологічного циклу товарів;
- властивості конкретної групи товарів по споживчих показниках.

вміти:

- на основі теоретичних знань, дати по кожній групі товарів та послуг характеристику споживчих показників товару та послуг;
- сформулювати підходи, за якими найефективніше виводити на ринок конкретний товар;
- розробляти пропозиції щодо оновлення асортименту продукції на основі маркетингових досліджень ринку;
- доводити інформацію до споживачів стосовно гарантування якісних властивостей товару та механізмів компенсації втрат споживачів від зниження якості товару.
- ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.
- ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.
- ПРН 21 Демонструвати здатність самостійного прийняття рішень, розробляти достатню кількість альтернативних варіантів, обирати оптимальні рішення та нести відповідальність за їх реалізацію.

Набуття компетентностей:

загальні компетентності (ЗК):

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ЗК6. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.

ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.

фахові (спеціальні) компетентності (СК):

СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

СК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

СКЗ. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

СК11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

СК12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу

3. Програма та структура навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теоретичні основи товарознавства

Тема 1. Товарознавство – наука про товар

Товар як засіб задоволення потреб. Властивості товару – споживча вартість та вартість. Товарознавство – наука про товар. Головна проблема товарознавства. Основні задачі товарознавства. Зв'язок науки товарознавства з природними, громадськими і технічними науками.

Загальне та конкретизоване товарознавство. Взаємозв'язок товарознавства з матеріалознавством. Товарознавство продовольчих і непродовольчих товарів.

Принципи товарознавства: безпечність, ефективність, сумісність, взаємозамінність та систематизація.

Стан споживчого ринку. Об'єкти та суб'єкти товарознавчої діяльності.

Асортиментна, якісна та кількісна характеристика товару. Взаємозв'язок товарознавчої характеристики із вартістю товару.

Значення науки товарознавства в системі маркетингу.

Тема 2. Сучасна класифікація товарів та їх кодування

Методи наукового пізнання. Класифікація як метод товарознавства. Основні поняття про класифікацію. Вимоги, які даються до класифікації товарів у сучасних умовах. Основні ознаки класифікації продукції. Ієрархічний та фасетний методи класифікації. Розвиток науки товарознавства на основі загальнодержавної, торговельної та навчальної класифікації. Державний класифікатор продукції (ДК), його побудова та кодування. Кодування товарів.

Класифікація товарів широкого вжитку відповідно до готової класифікації. Навчальна класифікація продовольчих і непродовольчих товарів.

Роди, класи, підкласи товарів. Група, підгрупа, вид, різновидності.

Штрихове кодування товарів. Гармонізована система опису та кодування товарів.

Тема 3. Формування асортименту товарів та асортиментна політика

Товарна номенклатура – сукупність асортиментних груп товарів і товарних одиниць. Класифікаційні ознаки асортименту товарів. Промисловий (виробничий) та торговий асортимент. Підгрупи асортименту за широтою охоплення товарів – простий, складний, груповий, розвернутий, супровідний, змішаний). Види асортименту за ступенем управління споживачів (раціональний, оптимальний) та різновидності (реальний, прогнозований та навчальний).

Поняття якості асортименту та найважливіші параметри його оцінки. Номенклатура показників якості асортименту товарів: широта, повнота, глибина, стійкість, оновлюваність, структура, раціональність та гармонійність.

Управління асортиментом. Формування асортименту та асортиментна політика. Основні напрямки в галузі формування асортименту: розширення, скорочення, стабілізація, оновлення, удосконалення та гармонійність. Фактори формування асортименту товарів.

Тема 4. Споживчі властивості та формування показників якості товарів

Зміст якості товарів. Властивості товару прості та складні. Показники якості продукції. Поодинокі, комплексні, базові, визначальні показники якості. Оптимальне, дійсне, регламентоване та максимальне значення. Діапазонні та допустимі максимальні значення.

Номенклатура споживчих властивостей та показників якості, їх основні групи: призначення, надійності, ергонометричні, естетичні, екологічні та безпечні. Методи дослідження показників якості товарів.

Споживчі властивості сировини та харчових продуктів. Коротка характеристика сировини, яка використовується для виготовлення непродовольчих товарів.

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

Тема 5. Вхідний контроль якості та експертиза товарів

Комерційна характеристика товарів. Поодинокі екземпляри товарів та їх сукупність – товарна партія. Загальні та специфічні кількісні характеристики поодиноких екземплярів товарів та товарних партій. Контроль якості та кількості товарних партій. Методика відбору проб та зразків із товарних партій.

Стадії та етапи технологічного циклу. Передтоварна, товарна стадії та стадія утилізації відходів товарів. Ідентифікація та оглядовість товарів.

Система вхідного контролю товарів. Товаросупроводжуючі документи.

Експертиза товарів, цілі та задачі. Види експертиз. Загальна методологія експертизи. Структура та зміст складення акту експертизи. Документальне оформлення. Значення різних незалежних структур (відділів, лабораторій, інститутів, технічних товариств і т.ін.) у проведенні експертизи товару.

Тема 6. Удосконалення технології зберігання та скорочення втрат товарів

Забезпечення якості та кількості товарів. Характеристика факторів, які формують і безпосередньо впливають на якість продукції.

Характеристика факторів, які сприяють зберіганню якості товарів (упаковка, зберігання, товарна обробка, реалізація, післяпродажне обслуговування або споживання).

Умови зберігання товарів. Режим зберігання, основні принципи розміщення товарів. Основоположні принципи зберігання товарів. Методи зберігання продовольчих та непродовольчих товарів.

Терміни принадності та експлуатації товарів. Розподіл товарів за терміном принадності. Терміни експлуатації. Товарна обробка, реалізація, післяпродажне обслуговування та споживання.

Товарні втрати. Природній збуток та втрати товарів. Їх класифікація. Передреалізаційні товарні втрати, або відходи. Якісні (актовані) втрати. Міри щодо запобігання та зниження втрат. Народногосподарське значення проблеми запобігання та зниження втрат.

Тема 7. Інформаційне забезпечення та маркування товарів

Роль інформації про товар. Рівні інформаційних комунікацій від виробника до споживача товару. Види інформації про товари в залежності від способу передачі громадського призначення та ступеня обробки інформації.

Засоби товарної інформації: маркування; технічні документи; нормативні документи; довідкова, навчальна та наукова література; реклама та пропаганда.

Маркування товарів – виробниче та торгове. Вимоги до маркування харчових продуктів в залежності із Законом України “Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини”.

Інформаційні знаки, їх класифікація. Знаки відповідності та знаки екологічного маркування. Товарний знак, порядок його реєстрації та використання. Технічні документи: товаросупроводжуючі та експлуатаційні.

Тема 8. Товарознавча характеристика асортименту споживчих товарів – продовольчі товари;

Сучасна класифікація асортименту продовольчих товарів.

Сировинні можливості різних галузей харчової промисловості, використання нових видів сировини. Сучасна технологія виробництва та оновлення асортименту харчових продуктів. Покращення якості та розвитку асортименту за рахунок використання білкових, овочевих, плодово-ягідних компонентів, баластних речей та вітамінів.

Розвиток асортименту товарів для дитячого та дієтичного харчування.

Вимоги до якості, особливості зберігання та реалізації основних груп харчових продуктів.

– непродовольчі товари;

Сучасна класифікація асортименту непродовольчих товарів. Основні особливості побудови класифікації текстильних, трикотажних виробів, одягу та головних уборів, товарів культурного застосування та спортивного призначення, транспортних засобів особистого використання, предметів домашньої обстановки, товарів господарського та побутового призначення, предметів санітарії, гігієни, рукоділля та біотоварів.

Інноваційні технологічні процеси та оновлення асортименту непродовольчих товарів.

Структура навчальної дисципліни

Назви змістових модулів і тем	Кількість годин												
	Тижень	денна форма						Заочна форма					
		усього	у тому числі					усього	у тому числі				
			л	с	лаб	інд	с.р.		л	с	лаб	інд	с.р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
<i>Змістовий модуль 1. Теоретичні основи товарознавства</i>													
Тема 1. Товарознавство – наука про товар	1	14	2	2	-	-	10						
Тема 2. Сучасна класифікація товарів та їх кодування	2-3	14	2	4	-	-	8						
Тема 3. Формування асортименту товарів та асортиментна політика	4-5	16	4	4	-	-	8						
Тема 4. Споживчі властивості та формування показників якості товарів	6-7	14	4	4	-	-	6						
Разом за змістовим модулем 1	7	58	12	14	0	0	32						
<i>Змістовий модуль 2. Основні характеристики продукції, умови транспортування, постачання та зберігання.</i>													
Тема 1. Вхідний контроль якості та експертиза товарів	8-9	14	4	4			6						
Тема 2. Удосконалення технології зберігання та скорочення втрат товарів	10-11	14	2	4	-		8						
Тема 3. Інформаційне забезпечення та маркування товарів	12	14	2	2	-	-	10						
Тема 4. Товарознавча характеристика асортименту споживчих товарів	13-15	20	10	6	-	-	4						
Разом за змістовим модулем 2	15	62	18	16	0	0	28						
Усього годин	15	120	30	30	0	0	60						

4. Теми семінарських занять

1.		
2.		

5. Теми практичних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1.	Тема 1. Товарознавство – наука про товар	2	
2.	Тема 2. Сучасна класифікація товарів та їх кодування	4	
3.	Тема 3. Формування асортименту товарів та асортиментна політика	4	
4.	Тема 4. Споживчі властивості та формування показників якості товарів	4	
5.	Тема 1. Вхідний контроль якості та експертиза товарів	4	
6.	Тема 2. Удосконалення технології зберігання та скорочення втрат товарів	4	
7.	Тема 3. Інформаційне забезпечення та маркування товарів	2	
8.	Тема 4. Товарознавча характеристика асортименту споживчих товарів	6	

6. Теми лабораторних занять

№ з/п	Назва теми	Кількість годин
1		
2		
...		

7. Контрольні питання, комплекти тестів для визначення рівня засвоєння знань студентами.

1. Об'єкт, предмет та методи товарознавства
2. Об'єкти та суб'єкти товарознавчої діяльності.
3. Методи товарознавства.
4. Асортимент товарів
5. Види асортименту.
6. Фактори формування асортименту товарів.
7. Показники асортименту товарів.
8. Промисловий та торговий асортимент.
9. Оптимальний асортимент товарів.
10. Класифікація та кодування товарів
11. Основні класифікаційні ознаки товарів.
12. Методи класифікації товарів. Ієрархічний та фасетний методи класифікації товарів.
13. Штрихове кодування товарів у ринкових умовах. Структура штрихових кодів.
14. Споживчі властивості товару та їх номенклатура
15. Ергономічні властивості товарів.

16. Функціональні властивості товарів.
17. Надійність товарів, показники надійності товарів.
18. Естетичні властивості товарів.
19. Екологічні властивості товарів.
20. Властивості безпеки споживання товарів.
21. Якість товарів. Показники якості товарів.
22. Рівень якості. Методи оцінки якості.
23. Фактори формування якості товарів.
24. Сорти товарів. Дефекти товарів.
25. Взаємозв'язок якості товару та конкурентноспроможності.
26. Зберігання товарів . Зміна якості товарів під час зберігання.
27. Фактори, що сприяють збереженню якості товарів.
28. Види і засоби інформації про товар
29. Форми та види товарної інформації. . Маркування товарів.
30. Основи раціонального споживання продовольчих та непродовольчих товарів

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ			
ОС «Бакалавр» напря підготовки/ спеціальність 075 «Маркетинг»	Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі 2022-2023 навч. рік	БІЛЕТ № з дисципліни «Товарознавство»	Затверджую Зав. кафедри (підпис) Буряк Р.І. (ПІБ)
			20 р.

Знайдіть поняття відповідне визначенню

1. визначена кількість товарів одного або декількох найменувань, закуплених, відвантажених або оптимальних одночасно за одним товаросупровідним документом.	а. Бирка
2. встановлена частина об'єднаної проби або сукупність виборок, що передбачена для оцінки (випробувань) якості	б. Якість товару
3. ґрунтується на використанні інформації, яку отримують за допомогою технічних вимірювальних засобів	в. Крапкова проба
4. ґрунтується на використанні інформації, яку отримують за допомогою теоретичних або емпіричних залежностей.	г. Експертиза
5. ґрунтується на використанні інформації, яку отримують шляхом підрахунку кількості подій, предметів або витрат на створення, експлуатацію продукції, кількість частин складного виробу	д. Властивості товару
6. дослідження будь-яких питань, рішення яких потребує спеціальних знань з наданням мотивованих висновків.	е. Розрахунковий метод
7. одинична проба певного розміру, яка відбирається від одного місця товарної партії.	ж. Вимірювальний метод
8. носії маркування з фірмовим найменування або товарним знаком, які пришиваються, підвішуються на товар	з. Товарна партія
9. сукупність характеристик товару, які визначають ступінь його здатності задовольняти встановлені і передбачені потреби.	и. Вихідна проба
10. це об'єктивна особливість продукції, яка може проявлятися при її створенні, експлуатації і споживанні	к. Реєстраційний

11. вузьке місце у ланцюгу виробництва харчової продукції, де існує вірогідність виникнення небезпечного ризику.- це

12. Система управління безпечністю харчових продуктів називається.....

13. Що таке Codex Alimentarius

14. Виділіть групи асортименту товарів за місцезнаходженням:

1	Оптимальний
2	Торговий
3	Раціональний

4	Промисловий
---	-------------

15. Яке слово попущено у реченні (визначенні).

... товару – ідентифікаційна умовна позначка на кожній одиниці (партії) товару з інформацією відповідно до вимог чинних нормативних документів.	(у бланку відповідей подати одним словом)
---	---

16. До завдань товарознавства як науки і учбової дисципліни відносяться:

1	Чітке визначення основоположних характеристик, складових споживної вартості
2	Систематизація безлічі товарів шляхом раціонального застосування методів класифікації і кодування
3	Вивчення властивостей і показників асортименту для аналізу асортиментної політики промислового або торгового підприємства
4	Всі відповіді вірні

17. Здатність товарів створювати відчуття зручності, комфорту, найбільш повного задоволення потреб у відповідності з характеристиками споживача:

1	Властивості призначення
2	Соціальні властивості
3	Ергономічні властивості
4	Естетичні властивості

18. Встановіть послідовність операцій щодо оцінки якості товару:

1	А. визначення дійсних значень показників якості товару шляхом кількісних та якісних вимірів
2	Б. вибір номенклатури споживчих властивостей і показників, які визначають якість Товару
3	В. зіставлення дійсних значень вимірювальних показників якості товару з базовими

19. При визначенні якості товару за органолептичними методом враховують наступні показники:

1	харчову цінність і хімічний склад;
2	колір, смак, запах, консистенцію;
3	вологість, жирність, кислотність

20. Як називається принцип товарознавства, який полягає у встановленні певної послідовності однорідних, взаємопов'язаних товарів, процесів чи послуг?

(у бланку відповідей впишіть одним словом)
--

21. Як називається зразок товару для порівняння з аналогічними за призначенням та виглядом екземплярами?

(у бланку відповідей впишіть одним словом)
--

22. Споживна властивість товару, яка характеризує його інформаційну виразність, раціональність форми, цілісність композиції, суспільну цінність, стабільність товарного вигляду:

1	функційність
2	ергономічність
3	естетичність
4	безпечність
5	конкурентоспроможність

23. Період, протягом якого виробник зобов'язується забезпечити споживачу можливість використання товару за призначенням і бере на себе відповідальність за істотні недоліки, які виникли з його вини:

1	Гарантійний термін товару
2	Термін служби товару
3	Термін придатності товару
4	Експлуатаційний термін товару

24. Встановити відповідність у класифікації товарів:

1. за характером кінцевого використання	А. товари повсякденного попиту
2. за характером споживання і ступенем обробки	Б. стандартні товари
3. за способом виготовлення	В. Напівфабрикати і готові товари

25. Яке слово пропущено у реченні (визначенні).

... цінність продуктів характеризується вмістом і співвідношенням основних хімічних сполук з урахуванням особливостей їх засвоєння на основі органолептичних властивостей та інших чинників.	(у бланку відповідей подати одним словом)
--	---

26. Види товарознавчої експертизи:

1	кількісна
2	якісна
3	асортиментна

4	документальна
5	Всі відповіді вірні

27. За способом випіканні хліб буває:

1	Листовий
2	Подовий
3	Формовий
4	Промисловий

28. До основної сировини хлібобулочних виробів відносять :

1	Цукор
2	Борошно
3	Вода
4	Жир

29. До здобних хлібобулочних виробів відносять вироби з вмістом:

1	сумарний вміст цукру і жиру не менше 14 %
2	вміст цукру чи жиру повинен становити не менше 14 %
3	вміст цукру повинен становити не менше 14 %
4	сумарний вміст цукру і жиру не менше 16 %

30. Назвіть код, який відповідає Україні в 13 розрядному штрих-коді EAN:

1	452
2	400
3	482
4	491

8. Методи навчання

Лекція з використанням мультимедійних презентацій, робота в групах, розв'язування ситуаційних завдань, кейсів, бесіда, співбесіда, дискусія, пояснення.

9. Форми контролю

Опитування
Тестування
Оцінка презентацій індивідуальних завдань
Перевірка рішень розрахункових задач
Розв'язування практичних ситуацій
Модульний тестовий контроль.

10. Розподіл балів, які отримують студенти

Поточний контроль		Рейтинг з навчальної роботи R _{нр}	Підсумкова атестація (залік)	Загальна кількість балів
Змістовий модуль 1	Змістовий модуль 2			
0-100	0-100	0-70	0-30	0-100

Оцінювання знань студента відбувається за 100-бальною шкалою і переводиться в національні оцінки згідно з табл. 1 «Положення про екзамен та заліки у НУБіП України» (наказ про уведення в дію від 27.12.2019 р. № 1371)

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Оцінка національна	Рейтинг здобувача вищої освіти, бали
Відмінно	90-100
Добре	74-89
Задовільно	60-73
Незадовільно	0-59

Для визначення рейтингу студента (слухача) із засвоєння дисципліни $R_{\text{дис}}$ (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації $R_{\text{ат}}$ (до 30 балів) додається до рейтингу студента (слухача) з навчальної роботи $R_{\text{нр}}$ (до 70 балів): $R_{\text{дис}} = R_{\text{нр}} + R_{\text{ат}}$

11. Методичне забезпечення

1. Бабічева О.І. Навчально-методичний комплекс з дисципліни «ТОВАРОЗНАВСТВО» для студентів денної та заочної форми спеціальності 075 «Маркетинг» - К.: НУБіП України, 2019.

12. Рекомендована література

Основна

1. Мельник Т.Ю. Товарознавство : підручник (для студентів економічних спеціальностей) [Електронне видання] / Т. Ю. Мельник. – Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. – 364 с.
http://eztuir.ztu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/7682/%D0%A2%D0%9E%D0%92%D0%90%D0%A0%D0%9E%D0%97%D0%9D%D0%90%D0%92%D0%A1%D0%A2%D0%92%D0%9E_%D0%9C%D0%95%D0%9B%D0%AC%D0%9D%D0%98%D0%9A%20%D0%A2.%D0%AE_%D0%BF%D1%96%D0%B4%D1%80%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y
2. Коммерческое товароведение // В.И. Теплов, М.В. Сероштан, В.Е. Боряев, В.А. Панасенко. – М.: Изд. дом «Дашков и Ко», 2000.
3. Сирохман І.В. Товарознавство продовольчих товарів: підруч. / І.В. Сирохман, І.М. Задорожний, П.Х. Пономарьов..4-е вид, переробл. і доп. - Київ: Лібра, 2012. - 600 с.
4. Стефаненко С.П. Бевза С.С. Товарознавство харчових продуктів . Вінниця, 2010. – 536 с
5. Теоретичні основи товарознавства : підручник / Л. І. Байдакова та ін. Луцьк : ЛНТУ, 2016. 284 с.
6. Товарознавство та комерційна діяльність : підручник / В. Л. Дикань та ін. Харків : УкрДУЗТ, 2018. 369 с

Допоміжна

1. Про захист прав споживачів. Закон України з доповненнями та змінами за 1993-1997 рр. //Закони України. Т.1, 6, 12. – К.: ВР України, Інститут законодавства, 1994, 1997.

2. Про захист від недобросовісної конкуренції. //Закон України. Т.10. – К.: ВР України, Інститут законодавства, 1996.
3. Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини. //Закони України. Т. 13. К.: ВР України, Інститут законодавства, 1994, 1998.
4. Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів. ЗАКОН УКРАЇНИ (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1998, № 19, ст. 98) <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/771/97-%D0%B2%D1%80#Text>
5. Про відходи: Закон України // Відомості Верховної Ради (ВВР). – 1998. – № 36-37. – с. 242.
6. О метрологии и метрологической деятельности: Закон Украины, п. 12.98, № 113/98-ВР // Закони України. – Т.14. – К.: ВР України, Інститут законодавства, 1999.
7. Про вилучення з обігу, переробку, утилізацію, знищення або подальше використання неякісної та небезпечної продукції: Закон України // Відомості Верховної ради (ВВР). – 2000. - № 12. – с. 95.
8. ДСТУ 3144-95-ДСТУ 3148-95. Коди та кодування інформації. – К.: Держстандарт України, 1995.
9. ДСТУ 2925-94. Якість продукції. Оцінювання якості. Терміни та визначення. – К.: Держстандарт України, 1994.
10. ДСТУ 3021-95. Випробування і контроль якості продукції. Терміни та визначення. – К.: Держстандарт України, 1995.
11. ДСТУ 3993-2000. Товарознавство. Терміни та визначення. – К.: Держстандарт України, 2000.
12. Товарознавство продовольчих товарів (лабораторний практикум) : навч. посіб. / Н.В. Притульська, Г.Б. Рудавська, В.А. Колтунов та ін. – К.: КНТЕУ, 2007- 505с.
13. Тищенко Є.В. Харчові жири: підручн. для студ. вищ. навч. закл. / Є.В. Тищенко. -3-тє вид., допов. і переробл. – К.: КНТЕУ, 2013. – 268с.
14. Товарознавство плодоовочевих товарів, пряно-ароматичних рослин та прянощів : навчальний посібник для студентів ВНЗ / Л. Д. Льовшина, В. М. Михайлов, О. В. М'ячиков ; Харківський державний університет харчування та торгівлі. - К. : Ліра-К, 2010. - 388 с.
15. Химический состав пищевых продуктов. Справочные таблицы содержания основных веществ и энергетической ценности пищевых продуктов; под ред. И.М. Скурихина и М.Н. Волгарева. – М.: Агропромиздат, 1987-1989. – В 2-х т
16. Товароведение и экспертиза продовольственных товаров: учеб. пособ. / Шепелев А.Ф., Печенежская И.А., Кожухова О.И., Туров А.С., Мхитарян К.Р. – Ростов-на-Дону: МарТ, 2001. – 680

13.Інформаційні ресурси

1. Науково-інформаційний центр «Леонорм» <http://www.leonorm.com>
2. Сайт для товароведов <http://www.tovaroved.ucoz.ru>
3. Портал споживача <http://www.consumerinfo.org.ua/>.
4. Справочник потребителя <http://www.test.org.ua>
5. Журнал о товарах и услугах «Потребитель» <http://www.potrebitel.org.ua>
6. Національна бібліотека України ім. Вернадського.

7. www.udsa.ua – Українська асоціація прямого продажу.
8. <http://agrowiki.nubip.edu.ua>