

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
УКРАЇНИ**

Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі

“ЗАТВЕРДЖУЮ”
Декан факультету аграрного менеджменту
Анатолій ОСТАПЧУК
_____ 2023 р.



РОЗГЛЯНУТО І СХВАЛЕНО

на засіданні кафедри маркетингу та
міжнародної торгівлі
Протокол № 13 від 22 травня 2023р.

Т.в.о. завідувач кафедри
Олександр ЛУЦІЙ

“РОЗГЛЯНУТО”

Гарант ОП “Маркетинг”
к.е.н.. доцент В'юлета Гераймович
“ ” _____ 2023 р.

**РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ
ДИСЦИПЛІНИ**

**Маркетингова товарна політика з
основами товарознавства:
Модуль 1. Товарознавство**

спеціальність 075 «Маркетинг»
освітня програма «Маркетинг»
Факультет аграрного менеджменту
Розробник: доцент, к.е.н. Олена БАБІЧЕВА

Київ - 2023 р.

1. Опис навчальної дисципліни
Маркетингова товарна політика з основами товарознавства
Модуль 1. Товарознавство

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	45 год.	год.
Самостійна робота	45 год.	год.
Індивідуальні завдання	год.	год.
Кількість тижневих годин для денної форми навчання:	__ 5 __ год.	
аудиторних	__ 4 __ год.	
самостійної роботи студента –		

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.

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.

СК3. 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

Програмні результати діяльності

ПРН 3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

ПРН 4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

ПРН 5. Виявляти й аналізувати ключові характеристики маркетингових систем різного рівня, а також особливості поведінки їх суб'єктів.

ПРН 13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

ПРН 20. Показати вміння щодо розробки маркетингової політики підприємства.

ПРН 21 Демонструвати здатність самостійного прийняття рішень, розробляти достатню кількість альтернативних варіантів, обирати оптимальні рішення та нести відповідальність за їх реалізацію.

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. Режими 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											
	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	14	2	2	-	-	10	14	1		-	-	13
Тема 2. Сучасна класифікація товарів та їх кодування	14	2	4	-	-	8	14	1		-	-	13
Тема 3. Формування асортименту товарів та асортиментна політика	16	4	4	-	-	8	16			-	-	16
Тема 4. Споживчі властивості та формування показників якості товарів	14	4	4	-	-	6	14			-	-	14
Разом за змістовим модулем 1	58	12	14	0	0	32	58	2	0	0	0	56
<i>Змістовий модуль 2. Основні характеристики продукції, умови транспортування, постачання та зберігання.</i>												
Тема 1. Вхідний контроль якості та експертиза товарів	12	4	6			2	12			-	-	12
Тема 2. Удосконалення технології зберігання та скорочення втрат товарів	10	2	4	-		4	10				-	10
Тема 3. Інформаційне забезпечення та маркування товарів	10	2	4	-	-	4	10				-	10
Тема 4. Товарознавча характеристика асортименту споживчих товарів	30	10	17	-	-	3	32				-	32
Разом за змістовим модулем 2	62	18	31	0	0	13	62	0	0	0	0	62
Усього годин	120	30	45	0	0	45	120	2	0	0	0	118

4. Теми семінарських занять

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	6	
6.	Тема 2. Удосконалення технології зберігання та скорочення втрат товарів	4	
7.	Тема 3. Інформаційне забезпечення та маркування товарів	4	
8.	Тема 4. Товарознавча характеристика асортименту споживчих товарів	17	
	Разом		

6. Теми лабораторних занять

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

Самостійна робота

№	Назва теми	Кількість годин
	Тема 1. Товарознавство – наука про товар	10
	Тема 2. Сучасна класифікація товарів та їх кодування	8
	Тема 3. Формування асортименту товарів та асортиментна політика товарів	8
		6
	Тема 1. Вхідний контроль якості та експертиза товарів	2
	Тема 2. Удосконалення технології зберігання та скорочення втрат товарів	4
	Тема 3. Інформаційне забезпечення та маркування товарів	4
	Тема 4. Товарознавча характеристика асортименту споживчих товарів	3
	Разом	45

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» напряму підготовки/ спеціальність 075 «Маркетинг»	Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі 2023-2024 навч. рік	БІЛЕТ № з дисципліни «Товарознавство»	Затверджую Зав. кафедри (підпис) <u>Луцій О.П. (ПІБ)</u> 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	д. Властивості товару

підрахунку кількості подій, предметів або витрат на створення, експлуатацію продукції, кількість частин складного виробу	
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. **взьке 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 попушено у реченні (визначенні).**

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

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?**

<i>(у бланку відповідей впишіть одним словом)</i>

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

<i>(у бланку відповідей впишіть одним словом)</i>

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	безпе́чність
5	конку́рентоспромо́жність

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

9. Методи навчання

Проведення лекційних і практичних занять, слайдові презентації (у програмі Power Point) по кожній темі, роздатковий матеріал, дискусійне обговорення проблемних питань. На практичних заняттях вирішуються ситуаційні завдання та бізнес-кейси.

Методами навчання є способи спільної діяльності й спілкування викладача і здобувачів вищої освіти, що забезпечують вироблення позитивної мотивації навчання, оволодіння системою професійних знань, умінь і навичок,

формування наукового світогляду, розвиток пізнавальних сил, культури розумової праці майбутніх фахівців.

Під час навчального процесу використовуються наступні методи навчання:

Залежно від джерела знань: словесні (пояснення, бесіда, дискусія, діалог); наочні (демонстрація, ілюстрація); практичні (рішення задач, ділові ігри).

За характером пізнавальної діяльності: пояснювально-наочний проблемний виклад; частково-пошуковий та дослідницький методи.

За місцем в навчальній діяльності:

- методи організації й здійснення навчальної діяльності, що поєднують словесні, наочні і практичні методи; репродуктивні й проблемно-пошукові; методи навчальної роботи під керівництвом викладача й методи самостійної роботи здобувачів вищої освіти;

- методи стимулювання й мотивації навчальної роботи, що включають пізнавальні ігри, навчальні дискусії, рольові ситуації;

- методи контролю й самоконтролю за навчальною діяльністю: методи усного, письмового контролю; індивідуального й фронтального, тематичного і систематичного контролю.

У процесі викладання навчальної дисципліни для активізації навчально-пізнавальної діяльності здобувачів вищої освіти передбачено застосування таких навчальних технологій:

- *робота в малих групах* дає змогу структурувати практично-семінарські заняття за формою і змістом, створює можливості для участі кожного здобувача вищої освіти в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду соціального спілкування;

- *семінари-дискусії* передбачають обмін думками і поглядами учасників з приводу даної теми, а також розвивають мислення, допомагають формувати погляди і переконання, вміння формулювати думки й висловлювати їх, вчаться оцінювати пропозиції інших людей, критично підходити до власних поглядів;

- *мозкові атаки* – метод розв'язання невідкладних завдань, сутність якого полягає в тому, щоб висловити як найбільшу кількість ідей за обмежений проміжок часу, обговорити і здійснити їх селекцію;

- *кейс-метод* – метод аналізу конкретних ситуацій, який дає змогу наблизити процес навчання до реальної практичної діяльності фахівців і передбачає розгляд виробничих, управлінських та інших ситуацій, складних конфліктних випадків, проблемних ситуацій, інцидентів у процесі вивчення навчального матеріалу;

- *презентації* – виступи перед аудиторією, що використовуються для подання певних досягнень, результатів роботи групи, звіту про виконання індивідуальних завдань, інструктажу, демонстрації;

- *дидактичні ігри* – метод імітації (наслідування, відображення) ухвалення управлінських рішень в різноманітних ситуаціях згідно правил, які вже розроблено або формуються самими учасниками, реалізується через самостійне вирішення здобувачами вищої освіти поставленої проблеми за умови

недостатності необхідних знань, коли є потреба самостійно опанувати новий зміст або шукати нові зв'язки в уже засвоєному матеріалі;

- *банки візуального супроводу* сприяють активізації творчого сприйняття змісту дисципліни за допомогою наочності.

10. Форми контролю

Основними формами організації навчання під час вивчення дисципліни «Менеджмент і маркетинг» (маркетинг) є лекції, семінарські (практичні) заняття, консультації, самостійна робота здобувачів вищої освіти.

Відповідно до вище зазначених форм організації навчання формами контролю засвоєння програми є: самоконтроль, написання модульних контрольних робіт, реферату, виконання індивідуальних практичних завдань та іспит за період вивчення дисципліни. Контрольні заходи, які проводяться в університеті визначають відповідність рівня набутих студентами знань, умінь та навичок вимогам нормативних документів щодо вищої освіти і забезпечують своєчасне коригування навчального процесу. Відповідно до «Положення про екзамени та заліки у Національному університеті біоресурсів і природокористування України» затвердженого вченою радою НУБіП України 23 квітня 2023 року, протокол № 10, видами контролю знань здобувачів вищої освіти є поточний контроль, проміжна та підсумкова атестації.

Поточний контроль здійснюється під час проведення практичних, лабораторних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувачів вищої освіти до виконання конкретної роботи.

Проміжна атестація проводиться після вивчення програмного матеріалу кожного змістового модуля. Навчальний матеріал дисциплін, які викладаються протягом одного семестру – осіннього чи весняного, поділяється лекторами на два-три змістовні модулі. Проміжна атестація має визначити рівень знань здобувачів вищої освіти з програмного матеріалу змістового модуля (рейтингова оцінка із змістового модуля), отриманих під час усіх видів занять і самостійної роботи. Форми та методи проведення проміжної атестації, засвоєння програмного матеріалу змістового модуля розробляються лектором дисципліни і затверджується відповідною кафедрою у вигляді тестування, письмової контрольної роботи, колоквіуму, результату експерименту, що можна оцінити чисельно, розрахункової чи розрахунково-графічної роботи тощо. Засвоєння здобувачем вищої освіти програмного матеріалу змістового модуля вважається успішним, якщо рейтингова оцінка його становить не менше, ніж 60 балів за 100-бальною шкалою.

Рівень знань здобувачів вищої освіти, здобутих за програмами неформальної освіти (стаття 8 пункт 3 Закону України «Про освіту»), має бути підтверджений відповідними документами (наприклад, вивчення англійської мови – сертифікатами рівня B1 і вище; навчання на курсах BAS (Business Automation Software) – сертифікат САБ (спілки автоматизаторів бізнесу);

навчання на курсах Мережевої академії Cisco –галузевим сертифікатом Cisco; навчання на курсах підготовки оцінювачів з експертної грошової оцінки земельних ділянок – кваліфікаційне свідоцтво та ін.). Наявність підтверджуючих документів є підставою для зарахування окремої лабораторної роботи, теми лекційного чи практичного заняття, змістового модуля чи всього навчального матеріалу дисципліни, якщо програма неформальної освіти відповідає робочій програмі дисципліни. Рішення про зарахування знань, здобутих за програмами неформальної освіти, приймає лектор дисципліни спільно із завідувачем кафедри. Зарахування всього навчального матеріалу дисципліни не звільняє здобувача вищої освіти від складання екзамену з цієї дисципліни.

Після проведення проміжних атестацій з двох змістових модулів і визначення їх рейтингових оцінок лектором дисципліни визначається рейтинг здобувача вищої освіти з навчальної роботи $R_{НР}$ (не більше 70 балів) за формулою:

$$R_{НР} = \frac{0,7 \cdot (R^{(1)}_{ЗМ} \cdot K^{(1)}_{ЗМ} + \dots + R^{(n)}_{ЗМ} \cdot K^{(n)}_{ЗМ})}{K_{дис}}, \quad (1)$$

де $R^{(1)}_{ЗМ}, \dots, R^{(n)}_{ЗМ}$ – рейтингові оцінки із змістових модулів за 100-бальною шкалою;

n – кількість змістових модулів;

$K^{(1)}_{ЗМ}, \dots, K^{(n)}_{ЗМ}$ – кількість кредитів Європейської кредитної трансферно-накопичувальної системи (ЄКТС) (або годин), передбачених робочим навчальним планом для відповідного змістового модуля;

$K_{дис} = K^{(1)}_{ЗМ} + \dots + K^{(n)}_{ЗМ}$ – кількість кредитів ЄКТС (або годин), передбачених робочим навчальним планом для дисципліни у поточному семестрі.

Формулу (1) можна спростити, якщо прийняти $K^{(1)}_{ЗМ} = \dots = K^{(n)}_{ЗМ}$. Тоді вона буде мати вигляд

$$R_{НР} = \frac{0,7 \cdot (R^{(1)}_{ЗМ} + \dots + R^{(n)}_{ЗМ})}{n}. \quad (2)$$

Рейтинг здобувача вищої освіти з навчальної роботи округлюється до цілого числа. На рейтинг з навчальної роботи можуть впливати рейтинг з додаткової роботи та рейтинг штрафний. Рейтинг з додаткової роботи додається до рейтингу з навчальної і не може перевищувати 20 балів. Він визначається лектором і надається здобувачам вищої освіти рішенням кафедри за виконання робіт, які не передбачені навчальним планом, але сприяють підвищенню рівня їх знань з дисципліни.

Максимальна кількість балів (20) надається здобувачу вищої освіти за:

- отримання диплому I-го ступеню переможця студентської наукової

конференції навчально-наукового інституту чи факультету (коледжу) з відповідної дисципліни;

- отримання диплому переможця (I, II чи III місце) II-го етапу Всеукраїнської студентської олімпіади з дисципліни чи спеціальності (напрямку підготовки) у поточному навчальному році;

- отримання диплому (I, II чи III ступеню) переможця Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з відповідної дисципліни у поточному навчальному році;

- авторство (співавторство) у поданій заявці на винахід чи отриманому патенті України з відповідної дисципліни;

- авторство (співавторство) у виданій науковій статті з відповідної дисципліни;

- виготовлення особисто навчального стенду, макету, пристрою, приладу; розробка комп'ютерної програми (за умови, що зазначене використовується в освітньому процесі при викладанні відповідної дисципліни).

Рейтинг штрафний не перевищує 5 балів і віднімається від рейтингу з навчальної роботи. Він визначається лектором і вводить рішенням кафедри для здобувачів вищої освіти, які невчасно засвоїли матеріали змістових модулів, не дотримувалися графіка роботи, пропускали заняття тощо. Підсумкова атестація включає семестрову та державну атестацію здобувачів вищої освіти. Семестрова атестація проводиться у формах семестрового екзамену або семестрового заліку з конкретної навчальної дисципліни. Семестровий екзамен (далі – екзамен) – це форма підсумкової атестації засвоєння здобувачем вищої освіти теоретичного та практичного матеріалу з навчальної дисципліни за семестр.

Семестровий залік (далі – залік) – це форма підсумкової атестації, що полягає в оцінці засвоєння здобувачем вищої освіти теоретичного та практичного матеріалу (виконаних ним певних видів робіт на практичних, семінарських або лабораторних заняттях та під час самостійної роботи) з навчальної дисципліни за семестр.

Диференційований залік – це форма атестації, що дозволяє оцінити виконання та засвоєння здобувачем вищої освіти програми навчальної чи виробничої практики, підготовки та захисту курсової роботи (проекту). Здобувачі вищої освіти зобов'язані складати екзамени і заліки відповідно до вимог робочого навчального плану у терміни, передбачені графіком освітнього процесу. Зміст екзаменів і заліків визначається робочими навчальними програмами дисциплін.

1. Розподіл балів, які отримують студенти

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

Рейтинг студента	Оцінка національна
-------------------------	---------------------------

бали	результати складання	
	екзаменів	заліків
90-100	Відмінно	Зараховано
74-89	Добре	
60-73	Задовільно	
0-59	Незадовільно	Не зараховано

Для визначення рейтингу студента (слухача) із засвоєння дисципліни $R_{\text{дис}}$ (до 100 балів) одержаний рейтинг з атестації (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, 2023.

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.

13.Інформаційні ресурси

1. Науково-інформаційний центр «Леонорм» <http://www.leonorm.com>
2. Портал споживача <http://www.consumerinfo.org.ua/>.
3. Справочник потребителя <http://www.test.org.ua>
4. Журнал о товарах и услугах «Потребитель» <http://www.potrebitel.org.ua>
5. Національна бібліотека України ім. Вернадського.
7. www.udsa.ua – Українська асоціація прямого продажу.
8. <http://agrowiki.nubip.edu.ua>