



## СИЛАБУС ДИСЦИПЛІНИ

### Маркетингова товарна політика з основами товарознавства

Ступінь вищої освіти -	Бакалавр
Спеціальність	075 Маркетинг
Освітня програма	Маркетинг
Рік навчання	2-й, семестр 4
Форма навчання	денна
Кількість кредитів ЄКТС	4
Мова викладання	українська

Лектор курсу

К.е.н, доцент Бабічева Олена Іванівна

Контактна інформація  
лектора (e-mail)

[helenmark@ukr.net](mailto:helenmark@ukr.net)

Сторінка курсу в eLearn

<https://elearn.nubip.edu.ua/course/view.php?id=3018>

### ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

Мета вивчення дисципліни: формування у студентів знань з науково-теоретичних основ товарознавства, оволодіння студентами теоретичними знаннями та практичними навиками щодо формування та зберігання натуральних та споживчих властивостей товарів протягом їх життєвого циклу, формування асортименту продукції й навичок оцінки споживчих властивостей товарів з метою задоволення потреб споживачів.

Завданнями дисципліни є засвоєння теоретичних основ товарознавства щодо принципів та методів товароруку, застосування методів класифікації та кодування товарів, оцінки рівня їх якості, формування асортименту підприємств, сучасної практики забезпечення якості товарів на різних етапах їх технологічного циклу при обліку факторів, що формують і зберігають якість товарів.

#### 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.

### СТРУКТУРА ДИЦИПЛІНИ

Тема	Години (лекції/ практ.)	Результати навчання	Завдання	Оціню вання
<b>Модуль 1</b>				
Тема 1. Товарознавство – наука про товар	2/2	<b>Знати</b> сутність, цілі, принципи, задачі та проблеми товарознавства <b>Розрізнати</b> особливості етапів розвитку товарознавства	Опитування, виконання самостійної роботи (в т.ч. в elearn)	10
Тема 2. Сучасна класифікація товарів та їх кодування	2/4	<b>Знати</b> зміст, цілі методи та системи класифікації товарів, види кодування товарів. <b>Вміти</b> визначити контрольне число штрихового коду товару, код товару в УКТ ЗЕД	Опитування, Розв'язок задач, виконання самостійної роботи (в т.ч. в elearn)	20
Тема 3. Формування асортименту товарів та асортиментна політика	4/4	<b>Знати</b> властивості та показники асортименту з метою аналізу та управління асортиментною політикою промислової та торгівельної організації; <b>Вміти</b> виявити градації якості та дефектів товарів, причин їх виникнення та попередження	Розв'язок задач, виконання самостійної роботи (в т.ч. в elearn)	20
Тема 4. Споживчі властивості та формування показників якості товарів	4/4	<b>Знати:</b> основоположні характеристики товару, які складають його споживчу вартість, а також їх зміни на всіх етапах товароруху	Вирішення розрахункових задач та ситуаційних завдань	20
Модуль 1			Тестування	30
Разом за змістовим модулем 1	12/14			100
<b>Модуль 2</b>				
Тема 5. Вхідний контроль якості та експертиза товарів	4/6	<b>Розуміти</b> сутність та етапи контролю якості товарів <b>Розрізнати</b> види експертизи товарів	Вирішення розрахункових задач та ситуаційних завдань	15
Тема 6. Удосконалення технології зберігання та скорочення втрат товарів	2/4	<b>Знати</b> теоретичні основи зберігання товарів у сфері обігу, вивчити проблеми якості і втрат товарів під час товароруху. <b>Вміти</b> оцінити ефективність заходів зменшення втрат товарів	Вирішення розрахункових задач та ситуаційних завдань	15

Тема 7. Інформаційне забезпечення та маркування товарів	2/4	<b>Знати</b> засоби та форми подачі інформації про товар, сутність рекламно-довідкової та експлуатаційно-супроводжувальної інформації, основи маркування товарів. <b>Вміти</b> оцінити відповідність маркування вимогам нормативних документів і потребам споживачів	Опитування, вирішення ситуаційних завдань Виконання творчого завдання	10
Тема 8. Товарознавча характеристика асортименту споживчих товарів	10/17	<b>Знати</b> сучасну класифікація асортименту продовольчих та непродовольчих товарів <b>Вміти</b> визначити основоположні характеристики товарів.	Виконання проектного завдання в малих групах	30
Модуль 1			Тестування	30
Разом за змістовим модулем 2	18/31			<b>100</b>
<b>Навчальна робота всього за семестр</b>				<b>70</b>
<b>Залік</b>				<b>30</b>
<b>Всього за курс</b>	<b>30/45</b>			<b>100</b>

<b>Політика щодо дедлайнів та перескладання:</b>	Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу лектора за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).
<b>Політика щодо академічної доброчесності:</b>	Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Курсові роботи, реферати повинні мати коректні текстові посилання на використану літературу
<b>Політика щодо відвідування:</b>	Відвідування занять є обов'язковим. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування) навчання може відбуватись індивідуально (в он-лайн формі за погодженням із деканом факультету)

### **ШКАЛА ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ**

Рейтинг здобувача вищої освіти, бали	Оцінка національна за результати складання екзаменів заліків	
	екзаменів	заліків
90-100	відмінно	зараховано
74-89	добре	
60-73	задовільно	
0-59	незадовільно	не зараховано

### **Методичне забезпечення**

Бабічева О.І. Навчально-методичний комплекс з дисципліни «ТОВАРОЗНАВСТВО» для студентів денної та заочної форми спеціальності 075 «Маркетинг» - К.: НУБіП України, 2022.

### **12. Рекомендована література**

1. Мельник Т.Ю. Товарознавство : підручник (для студентів економічних спеціальностей) [Електронне видання] / Т. Ю. Мельник. – Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. – 364 с.

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

### 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 : [www.nbuv.gov.ua](http://www.nbuv.gov.ua)