



Вищий навчальний заклад
«НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ»

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Товарознавство в малому та середньому бізнесі

ОП «Маркетинг»

Код	Назва	Тип	Рівень вищої освіти	Рік, коли пропонується вивчення	Семестр	Кількість кредитів	Вид підсумкового контролю
ОПП-20	Товарознавство в малому та середньому бізнесі	Обов'язкова дисципліна професійної підготовки	перший (бакалаврський)	4	8	5	екзамен

Мова навчання: українська.

Форми здобуття освіти: очна (денна), заочна.

Види навчальних занять: лекція, практичне заняття, консультація.

Методи навчання: словесний, пояснювально-демонстраційний, метод проблемного викладання, репродуктивний та інші відповідно до навчальних занять.

Оцінювання: поточне, підсумкове.

Метою викладання навчальної дисципліни є опанування здобувачами необхідних знань з теоретичних питань та набуття навичок із вивчення асортименту та вимог до якості продовольчих товарів, чинників, які впливають на формування та розширення асортименту, збереження їхньої якості під час зберігання, товаропросування від виробників до споживачів.

Загальні компетентності (ЗК):

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

ЗК12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

Спеціальні (фахові) компетентності (СК):

СК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів у маркетинговому середовищі.

СК5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК7. Здатність визначати вплив функціональних областей маркетингу на результати господарської діяльності ринкових суб'єктів.

СК8. Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

СК9. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.

СК13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.

Програмні результати навчання (ПРН):

ПРН3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

ПРН4. Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі

використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

ПРН8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

ПРН11. Демонструвати вміння застосовувати міждисциплінарний підхід та здійснювати маркетингові функції ринкового суб'єкта.

ПРН13. Відповідати за результати своєї діяльності, виявляти навички підприємницької та управлінської ініціативи.

Засоби діагностики успішності навчання: теоретичні питання, практичні завдання, питання для опитування під час практичних завдань, індивідуальні питання, питання для поточного контролю, тести, задачі, питання для підсумкового контролю.

Зміст курсу: Основи товарознавства. Особливості ведення обліку товарів у малому та середньому бізнесі. Класифікація та асортимент товарів. Сутність та особливості товарознавства продовольчих товарів. Сутність та особливості товарознавства непродовольчих товарів. Сутність та особливості товарознавства медичних товарів. Товарознавство торговельного підприємництва. Стандартизація товарів. Вимоги до сертифікації товарів у малому та середньому бізнесі. Кодування та інформація про товар у малому та середньому бізнесі. Фальсифікація товарів.

Методи навчання на лекціях: вербальний метод (лекція, дискусія тощо); методи візуалізації (презентація, метод ілюстрації (графічний, табличний, тощо), метод демонстрацій та інші); робота з навчально-методичною літературою (конспектування, тезування, анотування тощо); інші методи у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо);

Методи навчання на практичних, семінарських заняттях: вербальний метод (дискусія, співбесіда тощо); метод візуалізації (презентація, метод ілюстрації (графічний, табличний, тощо), метод демонстрацій та інші); робота з навчально-методичною літературою (рецензування, підготовка реферату, есе, доповіді тощо); інші методи у сполученні з новітніми інформаційними технологіями та комп'ютерними засобами навчання (дистанційні, мультимедійні, веб-орієнтовані тощо); кейс-метод (вирішення ситуацій, розв'язання завдань тощо); практичний, пошуковий метод.

Методи оцінювання: для поточного контролю у вигляді усного та письмового опитування, фронтального опитування, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, написання есе (рефератів), виконання індивідуальних та групових проектів, творчих завдань, тощо; для підсумкового контролю проведення підсумкового контролю (усна та/або письмова відповідь, тестування, вирішення ситуаційних завдань, розв'язування задач, тощо.).

Засоби діагностики результатів навчання. Поточний контроль може передбачати застосування широкого спектру форм та методів оцінювання знань, що проводиться за кожною темою. Підсумковий контроль передбачає проведення екзамену.

Порядок оцінювання результатів навчання:

Оцінювання здійснюється за 100 бальною шкалою.

Поточний контроль та самостійна робота = 60 балів.

Підсумковий контроль = 40 балів.

Рекомендована література:

1. Байдакова І. М., Байдакова Л. І., Губа Л. М., Плахотін В. Я., Шегінський О. В. *Теоретичні основи товарознавства : підручник.* Луцьк : РВВ ЛНТУ, 2016. 284 с

2. Мережко Н. В., Мокроусова О. Р., Коптюх Л. А та ін. *Товарознавство: Т.1 Непродовольчі товари підручник; Київський нац. торг.-екон. ун-т. Київ: КНТЕУ. Т. 1 : / Н. В. Мережко, О. Р. Мокроусова, Л. А. Коптюх. Київ: Київ. нац. торг.-економ ун-т, 2019. 760 с.*

3. Скрипчук П.М., Дудла І.О., Судук О.Ю. та ін. Словник-довідник з екологізації підприємництва і товарознавства: навчальний посібник / за редакцією Скрипчука П.М. – Рівне : НУВГП, 2016. – 354 с.

4. Товарознавство: практикум / уклад. : Ю. В. Фісун, О. С. Борисенко, А. В. Шевченко, О. М. Крапко. – К. : НАУ, 2022. – 48 с.

5. Товарознавство: продовольчі товари : навч. посібник / І. В. Сегеда ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. – 224 с.

Викладач: Громова Ярослава Андріївна, старший викладач

Гарант освітньої програми:

Серкутан Тетяна Вікторівна,
кандидат економічних наук, доцент, кафедри маркетингу,
економіки, управління та адміністрування

