

ТОВАРОЗНАВСТВО НЕПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ

1. Мета, основні завдання та предмет дисципліни.

Мета навчальної дисципліни: сформуувати у здобувачів вищої освіти цілісну систему знань про споживчі властивості, асортимент і якість непродовольчих товарів, що дасть змогу вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності.

Завдання навчальної дисципліни полягають в ознайомленні здобувачів вищої освіти з:

- принципами та методами товарознавства непродовольчих товарів;
- основоположними характеристиками непродовольчих товарів, які складають їх споживчу вартість;
- особливостями формування асортименту непродовольчих товарів та управління ним;
- методиками оцінки якості непродовольчих товарів;
- способами виявлення дефектів товарів, причин їх виникнення та заходів щодо попередження реалізації неякісних товарів;
- методами забезпечення якості і кількості товарів на різних етапах їх технологічного циклу;
- особливостями встановлення видів товарних втрат, причин їх виникнення і розробкою заходів щодо їх попередження або зниження;
- органолептичними способами виявлення фальсифікації.

Предмет дисципліни – споживчі властивості, класифікація та асортимент непродовольчих товарів

2. Загальні, фахові компетентності, програмні результати навчання.

Згідно з вимогами Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» та освітньо-професійної програми «Маркетинг» РДГУ для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти дисципліна забезпечує набуття здобувачами вищої освіти загальних та фахових компетентностей.

Загальні компетентності:

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

ЗК 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

ЗК 12. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня (з експертами з інших галузей знань/видів економічної діяльності).

Фахові компетентності:

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

СК 13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розрізі.

Очікувані результати навчання:

Р 8. Застосовувати інноваційні підходи щодо провадження маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, гнучко адаптуватися до змін маркетингового середовища.

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

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

При цьому здобувачі вищої освіти повинні:

знати:

- особливості законодавчого та нормативного регулювання у галузі товарознавства непродовольчих товарів;
- терміни, визначення, поняття, які характеризують непродовольчі товари;
- мету, основні принципи, об'єкти і суб'єкти товарознавства непродовольчих товарів;
- основні групи непродовольчих товарів, їх класифікацію;
- основні положення щодо способів оцінки якості непродовольчих товарів;
- способи фальсифікації непродовольчих товарів та методи їх виявлення;
- види товарних втрат, причини виникнення та заходи щодо їх попередження чи усунення;
- основні принципи пакування та маркування непродовольчих товарів.

вміти:

- формувати асортимент непродовольчих товарів;
- оцінювати якість окремих груп непродовольчих товарів;
- визначати конкурентоспроможність непродовольчих товарів.

3. Тематичний план дисципліни.

Тема 1. Теоретичні основи товарознавства непродовольчих товарів
Тема 2. Тара і упаковка
Тема 3. Взуття
Тема 4. Папір, картон та вироби з них
Тема 5. Ювелірні товари
Тема 6. Текстильні товари
Тема 7. Побутові силікатні товари
Тема 8. Меблі і меблеві товари
Тема 9. Електропобутові товари
Індивідуальне науково-дослідне завдання – «Класифікація асортименту товарів виробника/інтернет-магазину»

4. Дисципліна викладається кафедрою менеджменту.

5. Викладацький склад: Машта Н. О., к. т. н., доцент кафедри менеджменту.

6. Основна література:

1. Зрезарцев М. П., Зрезарцев В.М., Параніч В.П. Товарознавство непродовольчих товарів: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2019.
2. Михайлов В.І., Глушкова Т.Г., Зельніченко О.І. Непродовольчі товари: підручник. Київ: Книга, 2005.
3. Чинні стандарти та технічні регламенти на непродовольчі товари.