

ТОВАРОЗНАВСТВО ПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ

1. Мета, основні завдання та предмет дисципліни.

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

Завдання навчальної дисципліни полягають із ознайомленням здобувачів вищої освіти з:

- принципами та методами товарознавства;
- основоположними характеристиками продовольчих товарів, які складають їх споживну вартість;
- особливостями формування асортименту продовольчих товарів та управління ним;
- методиками оцінки якості продовольчих 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 - споживні властивості, класифікація та асортимент продовольчих 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 розріз.

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 продовольчих товарів;
- терміни, визначення, поняття, які характеризують продовольчі товари;
- мету, основні принципи, об'єкти і суб'єкти товарознавства продовольчих товарів;
- основні групи продовольчих товарів, їх класифікацію;
- основні положення щодо способів оцінки якості продовольчих товарів;
- способи фальсифікації продовольчих товарів та методи їх виявлення;
- види товарних втрат, причини виникнення та заходи щодо їх попередження чи усунення;
- основні принципи зберігання продовольчих товарів.

вміти:

- користуватися каталогами нормативних документів;
- на практиці застосовувати нормативно-правову базу, яка забезпечує виробництво та реалізацію харчових продуктів;
- складати класифікацію продовольчих товарів та формувати їх асортимент;
- здійснювати органолептичну оцінку якості на відповідність нормативним документам та робити висновок про якість продовольчого товару.

3. Тематичний план дисципліни.

Тема 1. Теоретичні основи товарознавства. Поняття про якість та фальсифікацію товарів. Класифікація продовольчих товарів
Тема 2. Зерноборошняні товари.
Тема 3. Плодоовочеві товари.
Тема 4. Крохмаль, цукор, мед.
Тема 5. Кондитерські вироби.
Тема 6. Смакові товари.
Тема 7. Жирові продукти. Яйця і яєчні продукти.
Тема 8. Молоко і молочні продукти.
Тема 9. М'ясо і м'ясні товари.

Тема 10. Риба і рибні товари.

Індивідуальне науково-дослідне завдання – «Товарознавча характеристика продовольчого товару»

4. Дисципліна викладається кафедрою менеджменту.

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

6. Основна література:

1. Сирохман І. В. Товарознавство продовольчих товарів: навч. посіб. Харків: Світ Книг, 2016.
2. Чинні стандарти та технічні регламенти на продовольчі товари.