

ТОВАРОЗНАВСТВО

Заплановані результати навчання:

Мета вивчення навчальної дисципліни: надати майбутнім фахівцям знання про асортимент та якість товарів, складові формування споживних властивостей та якості товарів.

Основні завдання навчальної дисципліни: формування у майбутніх фахівців розуміння основних дефініцій, категорій, понять товарознавства, ознайомлення з основними групами харчових продуктів та непродовольчих товарів, опанування методами класифікації та кодування товарів, контролю якості продукції.

Компетентності:

загальні:

ЗК 2. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя;

ЗК 3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;

ЗК 4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями;

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

ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях;

ЗК 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні;

ЗК 11. Здатність працювати в команді;

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

ЗК 14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо;

ЗК 15. Здатність до адаптації, креативності, генерування ідей та дій у новій ситуації, формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички;

фахові:

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

СК 11. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

СК 12. Здатність обґрунтовувати, презентувати і впроваджувати результати досліджень у сфері маркетингу.

СК 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

СК 15. Здатність застосовувати основи обліку та фінансів, оцінювання результатів діяльності у сфері підприємництва.

Програмні результати навчання:

ПРН 6. Визначати функціональні області маркетингової діяльності ринкового суб'єкта та їх взаємозв'язки в системі управління, розраховувати відповідні показники, які характеризують результативність такої діяльності.

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

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

ПРН 12. Виявляти навички самостійної роботи, гнучкого мислення, відкритості до нових знань, бути критичним і самокритичним.

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

ПРН 15. Діяти соціально відповідально та громадсько свідомо на основі етичних принципів маркетингу, поваги до культурного різноманіття та цінностей громадянського суспільства з дотриманням прав і свобод особистості.

Програма навчальної дисципліни:

Тема 1. Теоретичні основи товарознавства

Тема 2. Товарознавство харчових продуктів
Тема 3. Товарознавство непродовольчих товарів
Тема 4. Товарознавство пакувальних матеріалів і тари
Тема 5. Оцінка якості товарів

Трудомісткість:

Загальна кількість годин 120 годин

Кількість кредитів 4,0

Форма семестрового контролю екзамен