

СИЛАБУС З ДИСЦИПЛІНИ

ТОВАРОЗНАВСТВО ТА КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

II семестр 2024-2025 навчального року

освітній рівень - перший (бакалавр)

галузь знань - 07 управління та адміністрування

спеціальність - 075 Маркетинг

освітня програма: - Маркетинг (М)

Час та аудиторія проведення занять: Згідно розкладу - <http://rasp.kart.edu.ua/>

Команда викладачів:

Лектор: Каличева Наталія Євгеніївна

Контакти: kalucheva_ne@kart.edu.ua.

Розміщення кафедри: Місто Харків, майдан Фейєрбаха, 7, 3 корпус, 5 поверх, 501 а аудиторія.

Веб сторінка курсу: <https://do.kart.edu.ua>

Додаткові інформаційні матеріали: <http://metod.kart.edu.ua>



ТОВАРОЗНАВСТВО ТА КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

II семестр 2024/2025 курс

Команда викладачів:

Лектор: Каличева Наталія Євгеніївна

Контакти: kalucheva_ne@kart.edu.ua.

Розміщення кафедри: Місто Харків, майдан Фейєрбаха, 7, 3 корпус, 5 поверх, 501 а аудиторія.

Веб сторінка курсу: <https://do.kart.edu.ua>

Додаткові інформаційні матеріали: <http://metod.kart.edu.ua>

На сучасному етапі економічного розвитку України усе більш актуальною є проблема забезпечення постійного і ефективного зростання ринку споживчих товарів. Зростання кількості промислових виробництв і торгових підприємств призводить до позитивних тенденцій підвищення їх комерційної діяльності, а також збільшення об'єму продажу різних груп товарів.

В умовах стабільної економіки ринок продовольчих і непродовольчих товарів постійно розширюється за рахунок різних видів продукції, що вимагає постійного і ефективного державного контролю якості продукції і безпеки усіх видів продукції для забезпечення інтересів населення. Робота в системі СОТ змусила вітчизняні підприємства інакше оцінювати свої переваги, реальний стан торгової галузі і втрачені можливості.

Реформування економіки України, її інтеграція у світову систему господарських зв'язків вимагає організації комерційної діяльності на якісно новому рівні. У зв'язку з цим особливу значущість придбавають високі вимоги до професійної підготовки фахівців, що займаються нею.

Курс має на меті сформувати та розвинути наступні компетентності студентів:

Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях

Здатність діяти відповідально та свідомо

Знання і розуміння теоретичних засад підприємницької діяльності.

Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких структур.

Здатність визначати та оцінювати характеристики товарів і послуг в підприємницькій діяльності.

Здатність до бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків і результатів діяльності у сфері підприємництва з урахуванням ризиків.

Чому ви маєте обрати цей курс?

Україна має найсильніший соціально-економічний потенціал, але рішення, що приймаються на різних рівнях усіх гілок влади, не дозволяють реалізувати цей потенціал і підняти економіку країни на адекватний рівень. Безумовно, нереалізовані можливості є і в торговій галузі. Україні необхідно:

1) відновити і зміцнити позиції вітчизняної торгівлі в системі СОТ. Тільки країна з високим рівнем розвитку торгівлі може претендувати на звання розвиненої;

2) реформувати систему внутрішньої торгівлі відповідно до світових стандартів.

Рішення вказаних завдань зажадає залучення фахівців високого рівня, здатних активізувати євроінтеграційні процеси. Це обґрунтовує необхідність реформування системи підготовки кадрів за фахом "Підприємництво", " Підприємництво, торгівля та біржова діяльність".

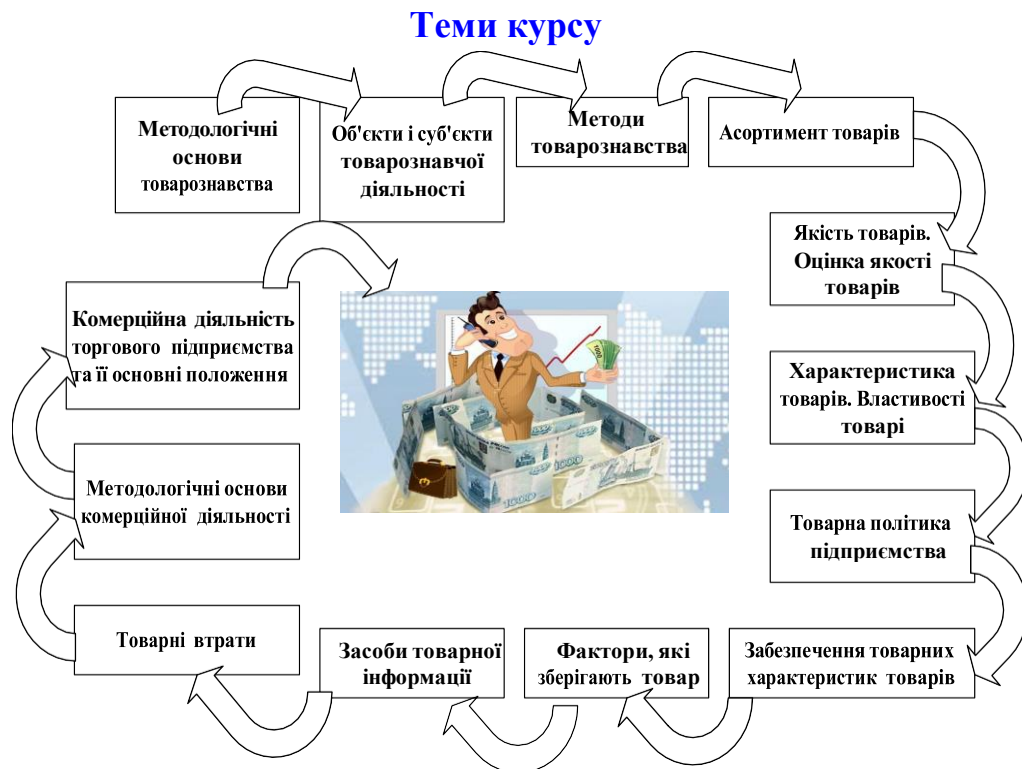
У курсі наведені найбільш значимі результати економічної думки, а також нові напрацювання теоретиків і практиків в області товарознавства. Розглядаються оновлені відомості про напрями розвитку товарознавства в сучасних умовах, обкреслюється та синхронізуються вимоги ринкової економіки з необхідністю активізації комерційної діяльності торгових установ.

Організація навчання

Цей курс, який вивчається з лютого по червень, дає студентам отримує необхідні навички з формування фундаментальних знань теорії товарознавства як бази для оволодіння знаннями про товарознавчі характеристики конкретних товарів з метою забезпечення ефективної комерційної діяльності.

Курс складається з однієї лекції на тиждень і одного практичного заняття раз у два тижні. Він супроводжується текстовим матеріалом, презентаціями та груповими завданнями.

Студенти матимуть можливість застосовувати отримані знання та вирішувати практичні завдання протягом обговорень в аудиторії.



Практичні заняття курсу передбачають розв'язання типових професійних ситуаційних задач з дисципліни.

Ресурси курсу

Інформація про курс розміщена на сайті Університету (<http://kart.edu.ua>), включаючи навчальний план, лекційні матеріали, презентації, завдання та правила оцінювання курсу)

Додатковий матеріал та посилання на електронні ресурси доступні на сайті Університету у розділі «дистанційне навчання» поряд із питаннями, над якими необхідно поміркувати під час підготовки для обговорення в аудиторії. Необхідна підготовка повинна бути завершена до початку наступної лекції. Ви повинні бути готовими до дискусій та мозкових штурмів – ми хочемо знати, що ви думаєте!

Приклади питань для обговорення доступні на слайдах відповідних презентацій. Ось деякі з них:

- 1) Які особливості товарознавства та маркетингу: назвіть в чому їхня єдність та протиріччя?
- 2) В чому полягають особливості розвитку торгівлі в Україні: історичний аспект?.
- 3) Яка роль купців у розвитку торгівлі та суспільства?

4) Які співвідношення вимог та потреб споживачів при визначені поняття «якість товару»?

5) В чому суть простих та складних властивостей товару?

Лекції та практичні заняття

Список основних лекцій курсу наведений нижче. Пильнуйте за змінами у розкладі.

Тиж-день	Кільк. годин	Тема лекції	Кільк. годин	Тема практичних занять
1	2	Тема 1 Методологічні основи товарознавства Мета і завдання товарознавства як науки і учбової дисципліни. Принципи товарознавства. Історія і напрями розвитку товарознавства як науки і учбової дисципліни. Підготовка фахівців-товарознавців в Україні і за кордоном. Стан споживчого ринку України.		
2	2	Тема 2 Об'єкти і суб'єкти товарознавчої діяльності Об'єкти товарознавчої діяльності. Суб'єкти товарознавчої діяльності	2	Методологічні основи товарознавства
3	2	Тема 3 Методи товарознавства Класифікація методів. Теоретичні методи. Емпіричні методи. Практичні методи. Класифікація як метод товарознавства. Класифікатори товарів. Товарознавча класифікація товарів		
4	2	Тема 4 Асортимент товарів Основні поняття. Класифікація асортименту товарів. Властивості і показники асортименту. Управління асортиментом	2	Товар: сутність, властивості, показники асортименту
5	2	Тема 5 Якість товарів. Оцінка якості товарів Основні поняття. Властивості і показники якості товарів. Номенклатура споживчих властивостей і показників якості. Поняття і етапи оцінки якості. Градації якості	2	Оцінка якості товарів

6	2	Тема 6 Характеристика товарів. Властивості товарів Основні поняття характеристики товарів. Контроль якості і кількості товарних партій. Ідентифікація та простежуваність товарів. Фізичні властивості товарів. Хімічні властивості товарів		
7	2	Тема 7 Товарна політика підприємства Поняття та структура товарної політики. Товарна інноваційна політика	2	Побудова товарної політики підприємства
Модульний контроль № 1				
8	2	Тема 8 Забезпечення товарних характеристик товарів Технологічний життєвий цикл товарів. Фактори формування товарних характеристик товарів		
9	2	Тема 9 Фактори, які зберігають товар Упаковка товарів. Транспортування товарів. Зберігання товарів	2	Товарні характеристики товарів. Фактори збереження товару
10	2	Тема 10 Засоби товарної інформації Види та форми товарної інформації.		
		Вимоги до товарної інформації. Засоби товарної інформації. Інформаційні документи		
11	2	Тема 11 Товарні втрати Види втрат. Кількісні (нормовані) втрати. Якісні (актовані) втрати. Порядок списання кількісних і якісних втрат. Заходи по попередженню та зниженню товарних втрат	2	Товарні втрати та їх регулювання
12-13	4	Тема 12 Методологічні основи комерційної діяльності Суть та зміст комерційної діяльності. Фактори впливу на розвиток комерційної діяльності. Концепція комерційної діяльності	2	Методологічні основи комерційної діяльності

14-15	4	<p>Тема 13 Комерційна діяльність торгового підприємства та її основні положення</p> <p>Матеріально - технічна база для комерційної діяльності торгового підприємства. Інформаційне забезпечення комерційної діяльності. Завдання і суть управління комерційною діяльністю. Організація управління комерційною діяльністю підприємства. Функції і структура управління оптових і роздрібних торгових підприємств. Організація комерційної діяльності в оптовій торгівлі. Організація комерційної діяльності в роздрібній торгівлі. Організація комерційної діяльності в торговельно - посередницьких структурах</p>	2	Особливості комерційної діяльності торгового підприємства
Модульний контроль № 2				
Іспит с дисципліни				

Правила оцінювання

При заповненні заліково-екзаменаційної відомості та залікової книжки (індивідуального навчального плану) студента, оцінка, виставлена за 100-бальною шкалою, повинна бути переведена до національної шкали (5, 4, 3,) та шкали ECTS (A, B, C, D, E)

Визначення назви за державною шкалою(оцінка)	Визначення назви за шкалою ECTS	За 100 бальною шкалою	ECTS оцінка
ВІДМІННО – 5	<u>Відмінно</u> – відмінне виконання лише з незначною кількістю помилок	90-100	A
ДОБРЕ – 4	<u>Дуже добре</u> – вище середнього рівня з кількома помилками	82-89	B
	<u>Добре</u> – в загальному правильна робота з певною кількістю грубих помилок	75-81	C
ЗАДОВІЛЬНО - 3	<u>Задовільно</u> - непогано, але зі значною кількістю недоліків	69-74	D
	<u>Достатньо</u> – виконання задовольняє мінімальні критерії	60-68	E

НЕЗАДОВІЛЬНО - 2	Незадовільно – потрібно попрацювати перед тим як отримати залік (без повторного вивчення модуля)	35-59	FX
	Незадовільно - необхідна серйозна подальша робота (повторне вивчення модуля)	<35	F

Завдання на самостійну роботу:

- В якості індивідуальних завдань передбачено написання студентами реферативної роботи за індивідуальними завданнями, що охоплює декілька найбільш важливих тем:
1. Методи пізнання товарів.
 2. Напрями сучасного розвитку товарознавства.
 3. Асортимент товарів. Товарна номенклатура.
 4. Формування асортиментної політики організації.
 5. Управління асортиментом товарів. Стан сучасного ринку України.
 6. Основні властивості товарів.
 7. Зарубіжний досвід управління якістю.
 8. Ідентифікація та фальсифікація товарів.
 9. Упаковка товарів у ринкових умовах.
 10. Товарна інформація, її види і форми. Міжнародна символіка.
 11. Зберігаючі фактори.
 12. Товарознавча інформація.
 13. Маркетингова товарна політика.
 14. Товарні знаки і знаки обслуговування.
 15. Права виробників і споживачів товарів.
 16. Товарознавство і маркетинг.
 17. Значення сертифікації товарів у міжнародній торгівлі.
 18. Значення і структура державного класифікатора продукції та послуг.
 19. Контроль якості та кількості товарів.
 20. Раціональне зберігання товарів.
 21. Експертиза товарів.
 22. Раціональне використання товарів.
 23. Регенерація та повторне використання товарів. Утилізація відходів.
 24. Умови і техніка зберігання товарів. Зарубіжний досвід.
 25. Прогресивні види засобів промислової автоматизації.
 26. Альтернативні види палива стосовно традиційних.
 27. Прогресивне верстатне обладнання.
 28. Значення сучасних видів зварювальних технологій.
 29. Сучасні види товарів будівельного призначення.
 30. Значення використання електричної енергії у виробничих процесах.
 31. Суть, значення і джерела комерційної інформації.
 32. Комерційна таємниця.
 33. Особливості підготовки ярмарок та виставок.
 34. Біржова торгівля як форма організації оптового ринку
 35. Форми та методи досягнення комерційного успіху

36. Організація діяльності торгівельного підприємства

За вчасне та вірне виконання завдання нараховується **20 балів до поточного модульного контролю**. За вчасне та частково вірне виконання – від 15 до 25 балів. За невиконане завдання бали не нараховуються. Необхідний обсяг виконання завдання складає 50% на перший модульний контроль і 100% на другий модульний контроль. Перебіг поточного виконання завдання та питання для обговорення надсилаються на e-mail викладача або перевіряються ним особисто.

Відвідування лекцій:

Бали за цю складову нараховуються взагалі, якщо студент не відвідував більш 50% лекційних занять у модулі без поважних причин. За відвідування кожної лекції нараховується 1 бал. **Максимальна сума становить 15 балів.**

Ступінь залученості:

Мета участі в курсі – залучити вас до дискусії, розширити можливості навчання для себе та своїх однолітків та дати вам ще один спосіб перевірити свої погляди в питаннях товарознавства та комерційної діяльності. Участь буде оцінюватися на основі кількості та вірності ваших відповідей. Питання, хоча й заохочуються, однак не оцінюються в цьому блоці. Ми намагаємося надати всім студентам рівні та справедливі можливості для підвищення власною залученості. **Максимальна сума становить 10 балів.**

Практичні заняття:

Оцінюються за відвідуваннями (до 3 балів), ступенем залученості (до 7 балів) та стислою презентацією виконаного завдання (до 5 балів). Ступінь залученості визначається участю у роботі дискусійного клубу з питань товарознавства та комерційної діяльності **Максимальна сума становить 15 балів.**

Модульне тестування:

Оцінюються за вірними відповідями на тестові модульні питання (20 питань в тесті, кожна вірна відповідь оцінюється в 2 бали). **Максимальна кількість становить 40 балів за модуль.**

Іспит:

- Студент складає іспит за результатами модульного 1-го та 2-го контролю шляхом накопичення балів. Максимальна кількість балів, яку може отримати студент становить 100 (до 60 балів поточного контролю та до 40 балів тестування). Середнє арифметичне суми модульних оцінок складає заліковий бал. Якщо студент не погоджується із запропонованими балами він може підвищити їх при складанні іспиту, відповівши на питання викладача.

Програмні результати навчання

Використовувати базові знання з підприємництва й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях.

Застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій діяльності.

Використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких структур.

Оцінювати характеристики товарів і послуг у підприємницькій діяльності за допомогою сучасних методів.

Демонструвати вміння бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків та результатів діяльності підприємницьких структур з урахуванням ризиків.

Кодекс академічної доброчесності

Порушення Кодексу академічної доброчесності Українського державного університету залізничного транспорту є серйозним порушенням, навіть якщо воно є ненавмисним. Кодекс доступний за посиланням:

<http://kart.edu.ua/documentu-zvo-ua>

Зокрема, дотримання Кодексу академічної доброчесності УкрДУЗТ означає, що вся робота на іспитах та заліках має виконуватися індивідуально. Під час виконання самостійної роботи студенти можуть консультуватися з викладачами та з іншими студентами, але повинні самостійно розв'язувати завдання, керуючись власними знаннями, вміннями та навичками. Посилання на всі ресурси та джерела (наприклад, у звітах, самостійних роботах чи презентаціях) повинні бути чітко визначені та оформлені належним чином. У разі спільної роботи з іншими студентами над виконанням індивідуальних завдань, ви повинні зазначити ступінь їх залученості до роботи.

Інтеграція студентів із обмеженими можливостями

Вища освіта є провідним чинником підвищення соціального статусу, досягнення духовної, матеріальної незалежності і соціалізації молоді з обмеженими функціональними можливостями й відображає стан розвитку демократичних процесів і гуманізації суспільства.

Для інтеграції студентів із обмеженими можливостями в освітній процес Українського державного університету залізничного транспорту створена система дистанційного навчання на основі сучасних педагогічних, інформаційних, телекомунікаційних технологій.

Доступ до матеріалів дистанційного навчання з цього курсу можна знайти за посиланням: <http://do.kart.edu.ua/>

Додаток 1

ПИТАННЯ ДО ІСПИТУ З ДИСЦИПЛІНИ ТОВАРОЗНАВСТВО І КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

- 1) Основні визначення поняття «товарознавство».
- 2) Що таке споживча цінність товару та її роль у товарознавстві?
- 3) Що таке товар? Наведіть приклади товарів у виробничій та невиробничій сферах.
- 4) Сформулюйте мету товарознавства.
- 5) Назвіть основні завдання товарознавства.
- 6) Які науки складають базу товарознавства.
- 7) , які може обіймати фахівець з товарознавства.
- 8) Вимоги, які пред'являються к товарознавцям.
- 9) Товарознавець-комерсант: вимоги до діяльності.
- 10) Товарознавець-експерт: вимоги до діяльності.
- 11) характеристика товарів.
- 12) Кількісна характеристика товарів.
- 13) Взаємозв'язок основних характеристик товару і його конкурентоздатності. 14) Зв'язок ціни та якості продукції.
- 15) Функції товару.
- 16) Споживча функція товару.
- 17) Маркетингова функція товару.
- 18) Комерційна функція товару.
- 19) Правова функція товару.
- 20) Фінансова функція товару.
- 21) Суб'єкти товарознавчої діяльності.
- 22) Загальна класифікація методів товарознавства.
- 23) Методи-дії у товарознавстві: приклади застосування.
- 24) Методи-операції у товарознавстві: приклади застосування.
- 25) Теоретичні методи товарознавства: загальна характеристика.
- 26) Емпіричні методи товарознавства: загальна характеристика.
- 27) Практичні методи товарознавства: загальна характеристика.
- 28) Аналіз, порівняння та порівняльний аналіз як теоретичні методи товарознавства.
- 29) Діагностика, прогнозування, програмування та планування як теоретичні методи товарознавства.
- 30) Синтез, узагальнення, абстрагування та конкретизація як теоретичні методи товарознавства.
- 31) Ідеалізація, моделювання та систематизація як теоретичні методи товарознавства.
- 32) Приклади застосування вимірювального методу у товарознавстві.
- 33) Приклади застосування реєстраційного методу у товарознавстві.
- 34) Приклади застосування соціологічних методів у товарознавстві.
- 35) Приклади застосування органолептичних методів у товарознавстві.
- 36) Приклади застосування методу експериментів у товарознавстві.
- 37) Методи оцінки якості: сутність та приклади застосування у товарознавстві.

- 38) Технологічні методи товарознавства? Пакування та транспортування.
- 39) Технологічні методи товарознавства: обробка та зберігання.
- 40) Класифікація як метод товарознавства: загальна характеристика, об'єкт, мета, ознака класифікації.
- 41) Ієрархічний метод класифікації товарів: сутність, особливості, переваги та недоліки.
- 42) Фасетний метод класифікації товарів: сутність, особливості, переваги та недоліки.
- 43) Визначить поняття «Асортимент товарів».
- 44) Визначить поняття «Товарна номенклатура».
- 45) Класифікаційні ознаки асортименту товарів: загальна характеристика.
- 46) Класифікація асортименту товарів за місцем знаходження товарів.
- 47) Класифікація асортименту товарів за широтою і глибиною охоплення товарів.
- 48) Класифікація асортименту товарів за мірою задоволення потреб.
- 49) Класифікація асортименту товарів за характером потреб.
- 50) Наведіть приклади простого, складного та розгорнутого асортиментів.
- 51) Наведіть приклади укрупненого, супутнього та змішаного, складного та розгорнутого асортиментів.
- 52) Визначить поняття «властивість асортименту» та «показник асортименту».
- 53) Класифікація показників асортименту товарів.
- 54) Визначення широти асортименту товарів та її показники.
- 55) Визначення повноти асортименту товарів та її показники.
- 56) Визначення глибини асортименту товарів та її показники.
- 57) Стійкість, новизна, структура асортименту товарів.
- 58) Раціональність та гармонійність асортименту товарів.
- 59) Вимоги, як основна складова визначення якості товару.
- 60) Співвідношення вимог та потреб споживачів при визначенні поняття «якість товару».
- 61) Сутність поняття властивість. Прості та складні властивості товару.
- 62) Визначення показника якості товару. Фізичні та нефізичні показники якості товару.
- 63) Основні показники якості товару.
- 64) Основні значення показників якості товару.
- 65) Рівень якості продукції (товару).
- 66) Визначення поняття «Номенклатура споживчих властивостей і показників якості товарів».
- 67) Поняття і етапи оцінки якості.
- 68) Визначення понять градація, клас, сорт.
- 69) Що таке стандартний товар?
- 70) Брак: усунений та не усунений.
- 71) Засоби партійної ідентифікації.
- 72) Класифікація кількісних характеристик товарів.
- 73) Абсолютна маса, як розмірно-масова властивість товару.
- 74) Довжина, як розмірно-масова властивість товару.
- 75) Похідні величини довжини: площа, об'єм.
- 76) Вода, як переважний компонент товарів з підвищеною вологістю.

- 77) Неорганічні речовини як хімічні властивості товару.
- 78) Що Ви розумієте під поняттям «товарна політика»?
- 79) Яке основне завдання товарної політики?
- 80) Основна мета товарної політики.
- 81) Що є найважливішим у товарній політиці?
- 82) Назвіть основні складові асортиментної політики підприємства. 83) Що таке комерційна операція? 84) Складові комерційної операції
- 85)** Основний зміст комерційної діяльності.
- 86)** Об'єкти комерційної діяльності.
- 87)** Суб'єкти комерційної діяльності.
- 88)** Назвіть основні принципи комерційної діяльності.
- 89)** Назвіть основні етапи реалізації комерційної діяльності.
- 90)** Фактори внутрішнього впливу на комерційну діяльність
- 91)** Фактори зовнішнього впливу на комерційну діяльність: прямі та непрямі.