



Львівський національний  
університет  
природокористування

Факультет управління,  
економіки та права

Кафедра підприємництва  
та торгівлі

## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### «Товарознавство»

Рівень вищої освіти – *Перший (бакалаврський) рівень*

Галузь знань – *07 «Управління та адміністрування»*

Спеціальність – *075 «Маркетинг»*

Освітньо-професійна програма – *«Маркетинг»*

Кількість кредитів – 3

Компонент освітньо-професійної програми – *вибіркова*

Мова викладання – українська

<b>Лектор курсу</b>	ЗЕЛІСКО Наталія Богданівна
<b>Профайл лектора</b>	<a href="https://lnup.edu.ua/uk/179-vykladachi/3161-vykskladzeliskon">https://lnup.edu.ua/uk/179-vykladachi/3161-vykskladzeliskon</a>
<b>Контактна інформація</b>	<a href="mailto:zeliskonb@lnup.edu.ua">zeliskonb@lnup.edu.ua</a> телефон: +380979671320

## ОПИС ДИСЦИПЛІНИ

<b>Анотація до курсу</b>	Вибіркова навчальна дисципліна «Товарознавство» спрямована на вивчення системи знань щодо наукових основ формування системного підходу до пізнання товару, надання знань щодо принципів і методів теоретичного товарознавства товарів широкого споживання, закономірностей формування споживних властивостей, якості та асортименту товарів, факторів їх формування, контролю і зберігання в сферах виробництва, обігу і споживання, конкурентоспроможності товарів, кодування та маркування. Предметом товарознавства є: поняття про товарну групу або вид товарів; стисла характеристика найбільше значущих для даного товару споживчих властивостей, класифікація товарів; чинники, що формують якість; чинники, що впливають, на зберігання товарів; втрати при зберіганні і підготовці до реалізації; засоби інформування про товар.
<b>Мета курсу</b>	Метою курсу «Товарознавство» є формування у студентів знань, навичок та компетенцій щодо надання необхідних знань з теорії товарознавства, теоретичного підходу до пізнання товару, принципів побудови класифікації та кодування товарів, оцінювання та управління якістю, засвоєння професійних категорій, фахових понять та накопичення знань, навичок і методів дослідження якості товарів.
<b>Пререквізити курсу</b>	теорія мотивації та поведінки споживача, маркетинг, економіка підприємства
<b>Формат курсу</b>	Проведення лекцій, практичних і семінарських занять та консультації для кращого розуміння тем, виконання СРС, проведення наукових досліджень та опублікування їх результатів (написання статей, тез конференцій, доповідей круглих столів, семінарів тощо). В процесі навчання студентів проводяться різні види лекцій, зокрема тематичні лекції, лекції- дискусії, проблемні лекції, лекції

	із запрошенням практичних спеціалістів зі сфери маркетингу, комунікацій, лекції з виїздом на виробництво. Семінарські заняття студентів проводяться у вигляді семінарів-диспутів, семінарів з виступами студентів, семінарів-практикумів. Використовуються також ігрові методи інтерактивного навчання (дидактичні, ділові, рольові організаційно-діяльності ігри). На практичних заняттях застосовуються такі методи як дослідження, самостійна робота, розв'язування контрольних завдань, розбір ситуацій із практики, кейси та ін.
<b>Підсумковий контроль</b>	Залік

## ПРОГРАМНІ КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ

ІК. Здатність вирішувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми у сфері маркетингової діяльності або у процесі навчання, що передбачає застосування відповідних теорій та методів і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

### Загальні компетентності:

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.

### Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

СК 2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

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

СК 14. Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

### Програмні результати навчання:

ПРН 2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

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

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

## СТРУКТУРА КУРСУ

Тема	Зміст тем курсу
<b>Тема 1. Теоретичні засади товарознавства.</b>	Поняття товарознавства як науки. Теоретичні основи та принципи товарознавства, економічна сутність категорії «товар», поняття споживної цінності, класифікація споживних властивостей товарів, основи раціонального споживання товарів
<b>Тема 2. Основи формування потреб та споживчі властивості товарів.</b>	Сутність і зміст потреб, їх види, типологія споживачів та сегментація ринків товарів, класифікація вимог до товарів. Сутності поняття «якість товару», методи оцінювання якості, показники якості, групові характеристики дефектів товарів та їх вплив на якість
<b>Тема 3. Класифікація і асортимент товарів.</b>	Сутність і зміст класифікації товарів, методи та системи класифікації, сутність, види та показники асортименту товарів, методики оцінки показників асортименту
<b>Тема 4. Товарознавча характеристика молочних товарів.</b>	Класифікація та асортимент молока та молочних товарів, фактори, що формують споживні властивості, вимоги до якості та товарознавча оцінка молока та молочних товарів
<b>Тема 5. Товарознавча характеристика яєчних товарів</b>	Класифікація та асортимент яєць харчових та яєчних товарів, фактори, що формують їх споживні властивості, вимоги до якості та товарознавча оцінка яєць харчових та яєчних товарів

<b>Тема 6. Товарознавча характеристика м'ясних товарів.</b>	Класифікація та асортимент м'ясних товарів, фактори, що формують їх споживні властивості, вимоги до якості та товарознавча оцінка м'ясних товарів
<b>Тема 7. Товарознавча характеристика рибних товарів.</b>	Класифікація та асортимент рибних товарів, фактори, що формують їх споживні властивості, вимоги до якості та товарознавча оцінка рибних товарів
<b>Тема 8. Пакування і маркування товарів</b>	Пакувальні матеріали й тара; функціональні та рекламні функції упаковки і тари, психологія і упаковка, вимоги і види маркування; інформаційна та рекламна функції маркування, роль упаковки в просуванні товарів

## АКАДЕМІЧНА ПОЛІТИКА КУРСУ

**Політика щодо перескладання.** Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку. Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, звільнення, лікарняний).

**Політика щодо відвідування.** Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, звільнення з поважних причин) студенти, які пропустили заняття, відпрацьовують їх у додатковий час згідно графіка відпрацювання пропущених занять.

**Політика щодо академічної доброчесності.** Студенти зобов'язані дотримуватися принципів академічної доброчесності відповідно до Положення «Про академічну доброчесність у Львівському національному університеті природокористування» ([https://www.lnup.edu.ua/files/principle\\_NMVZYAVO/1.pol\\_pro\\_akad\\_dobr.pdf](https://www.lnup.edu.ua/files/principle_NMVZYAVO/1.pol_pro_akad_dobr.pdf)).

**Політика щодо використання електронних засобів.** На заняттях можна користуватися електронними засобами (ноутбук, планшет, телефон) виключно для діяльності, яка пов'язана з проблематикою курсу. Їхнє використання для інших цілей не допускається. Списування під час контрольних робіт заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Для виконання тестів в системі Moodle (інших ресурсах) рекомендується використовувати ноутбуки, планшети та телефони.

**Методи контролю.** Для діагностики результатів навчання використовується поточне опитування, тестування, розв'язання задач; письмові тести та задачі за змістовими модулями (розв'язування навчальних, ситуаційних та тестових завдань, кейсів), командні проекти; презентації результатів виконаних завдань та досліджень; студентські презентації та виступи на наукових заходах. Контроль за рівнем засвоєння навчальної дисципліни передбачає використання таких його видів і методів.

## МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ

Виконання практичних та семінарських занять, питання для самоконтролю, практичні та ситуаційні завдання, перелік тематичних питань і порядок виконання самостійної роботи студентами відображені у методичних вказівках:

1. Зеліско Н.Б. Товарознавство: методичні вказівки до виконання практичних робіт і самостійної підготовки здобувачів вищої освіти ОС «Бакалавр» спеціальності 075 «Маркетинг». Дубляни: Львівський НУП, 2024. 36 с.

## ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ

*Основні:*

1. Мельник Т. Ю. Товарознавство: підручник (для студентів економічних спеціальностей). Житомир : Державний університет «Житомирська політехніка», 2020. 364с.

2. Бондарчук М.Є. Товарознавство (Теоретичні основи товарознавства). Конспект лекцій [Текст]: для студ. спец. 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» ступінь бакалавр / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, каф. підприємн. і торг. ; Кривий Ріг : [ДонНУЕТ], 2017. 114 с.
3. Байдакова Л.І., Байдакова І.М., Губа Б.М., Плахотін В.Я., Шегинський О.В. Теоретичні основи товарознавства: підручник для студентів вищих навчальних закладів. Луцьк: Ред.-вид. Відділ ЛНТУ, 2016. 284с.
4. Коркуна О., Демічковський А., Цільник О., Бордун О., Піхур О. Товарознавство: навчальнометодичний посібник. Львів : ЛДУФК ім. І. Боберського, 2019. 200 с.

*Додаткові*

5. Подвірна Т.В. Опорний конспект лекцій з дисципліни «Теоретичні основи товарознавства та підприємництва». Тернопіль : ТНТУ ім. І. Пулюя, 2017. 200 с.
6. Дикань В. Л., Каграманян А. О., Каличева Н. Є. та ін. Товарознавство та комерційна діяльність [Текст] : підручник. Харків : УкрДУЗТ, 2018. 362 с.
7. Наконечна В.І., Ротань Н.В., Арбузова Ю.В. Комерційне товарознавство: навчальний посібник. Херсон: ТОВ «Олді-Плюс», 2021. 300 с.
8. Васюта В.Б., Зельов Р.Я., Омеляненко К.С. Безпека товарів народного споживання як головна проблема сучасного товарознавства. Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. 2022. №1. С. 178-184. URL: <https://www.doi.org/10.31891/2307-5740-2022-302-1-30>
9. Васюта В., Пузак В., Лашко І. Основні напрямки розвитку сучасного товарознавства. Галицький економічний вісник. 2022. Том 74. № 1. С. 152-157. URL: [https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk\\_tntu2022.01.152](https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2022.01.152)
10. Васюта В.Б., Калембет А.В., Гвоздецька Є.М. Особливості маркування товарів в Україні. Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. 2022. №6. Том1. С. 30-34. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2023/01/2022-312-61-04.pdf>.
11. ДСТУ 4518-2008 Національний стандарт України Продукти харчові Маркування для споживачів Загальні правила Електронний ресурс. Режим доступу: <https://altair.net.ua/wpcontent/themes/wooshoplite/assets/images/public/Standart%20%DSTY%204519-2006.pdf>
12. Національний стандарт України. Непродовольчі товари. Споживче маркування товарів легкої промисловості Загальні правила. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://altair.net.ua/wp-content/themes/wooshoplite/assets/images/public/Standart%20%DSTY%204519-2006.pdf>
13. ДСТУ 3993-2000. Товарознавство. Терміни та визначення. К. :Держстандарт України, 2000. 24 с.