Міністерство освіти і науки України

ОДЕСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ

Навчально-науковий інститут бізнесу та інформаційних технологій
Кафедра менеджменту і маркетингу

СИЛАБУС
навчальної дисципліни

ТОВАРНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА

Освітній рівень	перший (бакалаврський)	
Програма навчання	обов'язкова	
Галузь знань	07	Управління та адміністрування
Спеціальність	076	Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
Освітня програма	«Економіка будівельного підприємства»	
Обсяг дисципліни	**3 кредити ECTS** (90 академічних годин)	
Види аудиторних занять	лекції, практичні заняття	
Індивідуальні та (або) групові завдання	Контрольна робота	
Форми семестрового контролю	іспит	

Викладач:
Захарченко Олег Володимирович, к.е.н., доцент кафедри менеджменту і маркетингу, robin_a@ukr.net

В процесі вивчення даної дисципліни у студентів сформуються навички, вміння та розуміння **ПРОБЛЕМ ЯКОСТІ, ВИЗНАЧЕННЯ ТА ОЦІНЮВАННЯ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ** в підприємницькій, торговельній, біржовій діяльності.

Передумовами для вивчення дисципліни є набуття теоретичних знань та практичних навичок за дисципліною: «Економіка підприємств», «Організація, планування і контроль на підприємстві», «Менеджмент».

Основні компетентності, що мають бути набуті при вивченні дисципліни:.

Загальні компетенції:

- здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях.

Спеціальні компетенції:

- критичне осмислення теоретичних засад підприємницької, торговельної та біржової діяльності.
- здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин
- здатність визначати та оцінювати характеристики товарів і послуг в підприємницькій, торговельній, біржовій діяльності

Програмні результати навчання:

знати:

– вимоги до діяльності за спеціальністю, зумовлені необхідністю забезпечення сталого розвитку України, її зміцнення як демократичної, соціальної і правової держави.

– основні принципи та засоби наукового пізнання товарів;

– загальні системи класифікації товарів;

– основні вимоги до збереження, якості та кількості товарів на етапах їх просування.

володіти:

– товарознавчими методами класифікації асортиментних груп товарів;

– методами ідентифікації товарної інформації;

– методологією товарної інформації.

вміти:

– використовувати базові знання з підприємництва, торгівлі і біржової діяльності 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, торговельній та біржовій діяльності

– організовувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.

– демонструвати здатність діяти соціально відповідально на основі етичних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства.

– застосовувати інноваційні підходи в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності

– оцінювати характеристики товарів і послуг у підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності за допомогою сучасних методів

– використовувати методи наукового пізнання товарів при створенні класифікаційних систем та асортиментних груп товарів;

– використовувати засоби та критерії ідентифікації товарів і розрізняти сфальсифіковані товари.

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва тем	Кількість годин			
		лекції	практичні	лабораторні	самостійна
1	Зміст та завдання товарної політики підприємства	2	2		5
2	Процес товаропостачання та його учасники	4			5
3	Товар та послуга в підприємницькій, торговій та біржовій діяльності як категорії маркетингу	4	2		5
4	Класифікація товарів та послуг у підприємницькій, торговій та біржовій діяльності	2	2		5
5	Ціна як економічна категорія	2	2		5
6	Якість продукції та методи її оцінювання у підприємницькій, торговій та біржовій діяльності	2	2		5

7	Зміст та значення конкурентоспроможності продукції при здійсненні підприємницької, торгівельної та біржової діяльності	2	2		5
8	Товарна марка та упакування	2			5
9	Планування нового продукту та розробка товарів	2	2		5
10	Життєвий цикл товарів у підприємницькій, торговій та біржовій діяльності	2	2		5
	Всього	**24**	**16**		**50**

Критерії оцінювання та засоби діагностики

Мінімальний та максимальний рівень оцінювання щодо отримання «іспиту» за навчальною дисципліною «Товарна політика підприємства» складає 60 балів і може бути досягнений наступними засобами оцінювання:

Засоби оцінювання		Мінімальна кількість балів	Максимальна кількість балів
Вид контролю	Кількість у семестрі		
Поточний контроль знань:		36	60
в т.ч.: - усне опитування або письмовий експрес-контроль на практичних заняттях та лекціях;	кожне заняття	36	60
- виступ (доповідь) студентів при обговоренні питань на практичних заняттях;	1		
- тестування;	2		
- реферат;	1		
- участь у конференціях;	1		
- підготовка та видання наукових публікацій (тези, статті);	1		
Підсумковий (семестровий) контроль знань – іспит	1	24	40
Разом		**60**	**100**

Контрольна робота. З дисципліни передбачено виконання контрольної роботи. Зміст роботи пов’язаний з формуванням товарної політики підприємства. Методичні рекомендації щодо виконання роботи представлені в методичних вказівках [10].

Підсумковий контроль знань проводиться у вигляді іспиту. Завдання для іспиту складаються з теоретичних питань по тематиці навчальної дисципліни.

Інформаційне забезпечення

1. Закон України "Про підприємництво" No698-12 від 07.02.91
2. Закон України "Про підприємства в Україні" No887-12 від 27.03.91
3. Закон України "Про господарські товариства" No1576-12 від 19.09.91

4. Закон України "Про сільськогосподарську кооперацію" No469/97-ВР від 17.07.97
5. Декрет Кабінету Міністрів "Про державний нагляд за додержанням стандартів, норм і правил та відповідальність за їх порушення" No30-93 від 08.04.93
6. Декрет Кабінету Міністрів "Про стандартизацію і сертифікацію" No46-93 від 10.05.93
7. Закон України "Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності" No2132-12 від 18.02.92
8. Окландер М.А., Кірносова М.В. Маркетингова товарна політика: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2020. 208 с.
9. Ілляшенко, Сергій Михайлович. Маркетингова товарна політика [Текст] : підруч. [для вищ. навч. закл.] / С.М.Ілляшенко. - Суми : Університетська книга, 2015. - 231 с

Допоміжні джерела інформації

10. Захарченко О.В., Нагуляк В.О. Методичні вказівки до виконання курсової роботи з дисципліни «Маркетингова товарна політика» для студентів напряму 6.030507 «Маркетинг» (форма навчання – денна) – Одеса: друкарня ОДАБА, 2012р. - 19с.
11. Маркетингова товарна політика [Текст] : навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / Євген Крикавський [та ін.] ; Нац. ун-т "Львів. політехніка", Рівнен. ін-т слов'янознавства Київ. славіст. ун-ту. - Рівне : Зень, 2014. - 267 с.