

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КАРПАТСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ
СТЕФАНИКА**



Факультет/інститут економічний

Кафедра менеджменту і маркетингу

СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

ТОВАРОЗНАВСТВО

Спеціальність D 5 Менеджмент

Спеціальність D 3 Маркетинг

Затверджено на засіданні кафедри менеджменту і маркетингу,
Протокол №5 від 19 лютого 2026 р.

1. Загальна інформація	
Назва дисципліни	Товарознавство
Викладач (-і)	Шурпа С.Я., к.е.н., доцент кафедри менеджменту і маркетингу
Контактний телефон викладача	+38(050)1304480
Е-mail викладача	svitlana.shurpa@cnu.edu.ua
Формат дисципліни	Очний та заочний
Обсяг дисципліни	3 кредитів ECTS, 90 год
Посилання на сайт дистанційного навчання	https://d-learn.pnu.edu.ua/course/subscription/through/url/100eec30a874ebaf0cdf
Консультації	Очні консультації: згідно розкладу консультацій: Графік консультацій – Кафедра менеджменту і маркетингу
2. Анотація до навчальної дисципліни	
<p>Сучасний ринок характеризується наявністю значної кількості товарів, які відрізняються один від одного різними ознаками. Призначенням товарознавства є упорядкування товарів та надання глибоких знань про якість, характеристики, критерії оцінки товарів.</p> <p>Товарознавство - розкриває основні характеристики товарів, які визначають їхні споживчі вартості, надає відомості про чинники забезпечення цих характеристик. Товарознавчі знання сьогодні необхідні не тільки товарознавцям, а й фахівцям з маркетингу та споживачам. Останні одержують знання про товар за допомогою засобів інформації - маркірування, реклами, журнальних та газетних публікацій і тому важливим доповненням інформації, яка надходить з засобів масової інформації, є товарознавчі знання про товар.</p> <p>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.</p> <p>Метою товарознавства є деталізоване вивчення основних характеристик товарів, які складають споживчу вартість.</p>	
3. Мета та цілі навчальної дисципліни	
<p>Метою дисципліни "Товарознавство", як комплексної наукової дисципліни, є вивчення споживчих товарів, їх класифікації, якості, споживчих властивостей основних напрямків, досягнень і перспектив науково-технічного прогресу в області виробництва і використання матеріальних ресурсів, сировинної бази, а також відпрацювання практичних навиків контролю якості товарів, оцінка рівня якості, методів визначення показників якості, визначення основних характеристик асортименту і властивостей різних груп товарів для удосконалення маркетингової діяльності.</p>	

4. Програмні компетентності та результати навчання

Програмні компетентності

Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності. ЗК7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

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

Здатність розробляти маркетингове забезпечення розвитку бізнесу в умовах невизначеності.

Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційної діяльності.

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

Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос- функціональному розрізі.

Здатність пропонувати вдосконалення щодо функцій маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання:

Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

Збирати та аналізувати необхідну інформацію, розраховувати економічні та маркетингові показники, обґрунтовувати управлінські рішення на основі використання необхідного аналітичного й методичного інструментарію.

Оцінювати ризики провадження маркетингової діяльності, встановлювати рівень невизначеності маркетингового середовища при прийнятті управлінських рішень.

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

5. Організація навчання

Обсяг курсу – 90 год.

Вид заняття	Загальна кількість годин	
	Денна форма навчання	Заочна форма навчання
лекції	16	6
практичні	14	4
самостійна робота	60	80

Ознаки курсу

Семестр	Спеціальність	Курс (рік навчання)	Статус дисципліни
5	Маркетинг Менеджмент	3	вибіркова

Тематика навчальної дисципліни

Тема, план	Кількість годин (денна форма навчання/заочна форма навчання)		
	лекція	практичне заняття	самостійна робота студента
Тема 1. Сутність товарознавства і його визначення. Основи товарознавчої грамотності.	2/1	2/-	6/10

Тема 2. Класифікація і кодування товарів.	2/1	1/-	6/10
Тема 3. Якісні і кількісні характеристики товарів	2/-	1/1	8/10
Тема 4. Характеристики товарів в контексті якості: класи, асортимент і дефекти	2/-	2/-	8/10
Тема 5. Контролюючі чинники, які забезпечують якість товарів	2/1	2/1	8/10
Тема 6. Безпека товарів: принципи та вимоги	2/1	2/1	8/10
Тема 7. Товарна інформація: як товари розмовляють зі споживачем	2/1	2/-	8/10
Тема 8. Сучасні виклики товарознавчої експертизи	2/1	2/1	8/10
	16/4	14/6	60/80
6. Система оцінювання навчальної дисципліни			

<p>Загальна система оцінювання навчальної дисципліни</p>	<p>Система оцінювання 100 бальна: 50 балів протягом семестру, 50 балів за іспит.</p> <p>Зараховано – «відмінно» (90-100 балів (A – за шкалою ECTS))– студент демонструє повні і глибокі знання навчального матеріалу, достовірний рівень розвитку умінь та навичок, правильне й обґрунтоване формулювання практичних висновків, наводить повний обґрунтований розв’язок прикладів та задач, аналізує причинно-наслідкові зв’язки; вільно володіє науковими термінами;</p> <p>Зараховано – «добре» (70-89 балів (за шкалою ECTS: 80-89 – B; 70-79 – C)) – студент демонструє повні знання навчального матеріалу, але допускає незначні пропуски фактичного матеріалу, вміє застосувати його до розв’язання конкретних прикладів та задач, у деяких випадках нечітко формулює загалом правильні відповіді, допускає окремі несуттєві помилки та неточності розв’язках;</p> <p>Зараховано – «задовільно» (50-69 балів (за шкалою ECTS: 60-69 – D; 50-59 - E) – студент володіє більшою частиною фактичного матеріалу, але викладає його не досить послідовно і логічно, допускає істотні пропуски у відповіді, не завжди вміє правильно застосувати набуті знання до розв’язання конкретних прикладів та задач, нечітко, а інколи й невірно формулює основні твердження та причинно-наслідкові зв’язки;</p> <p>Незараховано (менше 50 балів (за шкалою ECTS: 26-49 – FX; 1-25 - F)) – студент не володіє достатнім рівнем необхідних знань, умінь, навичок, науковими термінами.</p>
<p>Вимоги до письмових робіт</p>	<p>Письмові (індивідуальні чи творчі завдання) повинні бути підготовлені самостійно.</p>
<p>Практичні заняття</p>	<p>Практичне заняття проводиться з метою формування у студентів умінь і навичок з предмету, їх перевірка та закріплення.</p> <p>За метою і структурою практичні заняття є ланцюжком, який пов’язує теоретичне навчання і практичні навички з дисципліни, а також передбачає контроль знань студентів. Оцінки за практичне заняття враховуються при виставленні підсумкової оцінки з дисципліни.</p>
<p>Самостійна робота</p>	<p>Для контролю самостійної роботи студента розміщені тестування у Системі дистанційного навчання Карпатського національного університету імені В. Стефаніка.</p> <p>Одним з видів самостійної роботи є творче завдання (презентація) метою якої є розкриття креативного мислення.</p> <p>Згідно графіку навчального процесу в період контролю за самостійною роботою студент проходить тестування на платформі дистанційного навчання та завантажує роботу на гугл диск.</p>

<p>Методи навчання</p>	<p>Наочні методи навчання - ґрунтуються на візуальному сприйнятті інформації для полегшення вивчення навчального матеріалу (використання ілюстрацій, графіків, схем, мультимедійних матеріалів (презентації, відео).</p> <p>Інтерактивні методи навчання - ґрунтуються на принципі зворотного зв'язку, коли здобувач освіти отримує відповіді, зауваження та поради щодо певної проблематики від викладача чи одногрупників; коли здобувачі освіти взаємодіють між собою, а викладач виступає координатором та наставником, а також стежить за дотриманням навчальних та етичних норм (відповіді на запитання та опитування думок здобувачів освіти, кейс-стаді тощо).</p> <p>Практичні методи навчання - передбачають виконання задач та вправ, які спрямовані на розвиток навичок і практичного застосування знань.</p> <p>Інноваційні методи навчання - поєднують інтерактивні та комп'ютерні технології. Серед інноваційних методів навчання використовуються: компетентісний метод, використання інформаційно-комунікаційних технологій та діджитал-інструментів, зокрема інструменти Google.</p> <p>Методи дистанційного навчання - ґрунтуються на використанні інформаційних технологій, в т.ч. університетської системи дистанційного навчання (https://d-learn.pnu.edu.ua), платформ для організації відеоконференцій: Zoom Video Communications.</p>
<p>Умови допуску до підсумкового контролю</p>	<p>Підсумковий контроль – Залік.</p> <p>Предмет вважається зарахованим у разі накопичення 50 і більше балів. Система оцінювання сформована так, щоб студент виконав у певні міри кожен вид завдань.</p> <p>Бал за завдання можна отримати у дистанційній формі (у разі дії карантинних/військових обмежень (перебуваючи на індивідуальному графіку навчання).</p>
<p>Підсумковий контроль</p>	<p>Підсумковий контроль – Залік.</p> <p>Система https://asu-srv.pnu.edu.ua (журнал) підсумовує всі накопичені бали згідно внесеного розподілу балів (враховуючи невідпрацьовані пари («н»). Підсумковий бал виставляється на останньому практичному занятті.</p> <p>Оцінка студента формується таким чином: Залік (100 балів): 35 балів – усне опитування 20 балів – Упаковка (презентація 15-20 слайдів, перелік тем на d-learn.pnu.edu.ua) 35 балів – Анотації (товарознавчі характеристики товару - 7 шт, кожна по 5 балів (перелік товарів на d-learn.pnu.edu.ua)), 10 балів – контроль самостійної роботи (тестування)</p>

7. Політика курсу

Письмові роботи: студент повинен самостійно виконувати навчальні завдання, завдання поточного та підсумкового контролю результатів навчання (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей).

Студент опрацьовує питання, що призначені для самостійного вивчення і для контролю проходить тестування в системі дистанційного навчання у визначений для контролю самостійної роботи період згідно графіку навчального процесу.

Здобувачі вищої освіти, які мають з навчальної дисципліни оцінку від 1 до 49, були недопущені або не з'явилися на підсумковий контроль, дозволяється ліквідувати академічну заборгованість відповідно до графіка ліквідації академзаборгованості за встановленими правилами.

Очікується, що студенти будуть дотримуватися принципів академічної доброчесності, усвідомлюючи наслідки її порушення, що визначається «Положенням про запобігання та виявлення плагіату у Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника» (URL: <https://pnu.edu.ua/положення-про-запобігання-плагіату/>). Списування під час контрольних робіт та екзамену заборонені. Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише для виконання он-лайн тестування. Для обчислень можна використовувати калькулятор.

Вживати їжу та напої під час занять в аудиторії забороняється (крім води або за медичними показаннями).

Відвідування занять є важливою складовою навчання. Очікується, що всі студенти відвідають усі лекції і практичні заняття курсу. Студенти мають інформувати викладача про неможливість відвідати заняття. Пропуски занять відпрацьовуються в обов'язковому порядку на консультаціях, при цьому оцінка не ставиться, а «нб» округляється.

Політика щодо дедлайнів та перескладання: роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (на 20% менше).

У студентів є можливість отримати додаткові бали пройшовши онлайн курси на навчальних платформах Prometheus, Coursera (чи інших рекомендованих кафедрою обліку і оподаткування: URL: <https://koia.pnu.edu.ua/platformy-dlia-neformalnoi-osvity/>), а також у випадку успішного проходження бізнес-ігор від АІСРА&СІМА. Слід враховувати, що приймаються сертифікати, які розширюють знання з дисципліни «Управлінський облік». Попередньо студент повинен погодити коректність обраного курсу (написавши лист на електронну адресу: yuliia.maksymiv@cnu.edu.ua).

Результати неформальної освіти визнаються згідно «Положення про визнання результатів навчання, здобутих шляхом неформальної освіти, в Прикарпатському національному університеті імені Василя Стефаника» (URL: <https://surl.li/xpiocw>)

При використанні технологій штучного інтелекту студенти повинні дотримуватись «Рекомендацій щодо відповідального впровадження та використання технологій штучного інтелекту в закладах вищої освіти» (URL: <https://surl.li/zntjtk>)

8. Рекомендована література та інші джерела

1. Методи визначення фальсифікації товарів [Текст] : підручник / Дубініна А.А., Овчиннікова І.Ф., Дубініна С.О., Летута Т.М., Науменко М.О. – Рек. МОН. – К. : ВД "Професіонал", ЦУЛ, 2010. – 272 с.
2. Крикавський Є.В., Чухрай Н.І. Товарознавство: Підручник. – Львів: Видавництво Національного університету "Львівська політехніка" 2011. – 336с.
3. Черевко, О. І. Обладнання підприємств сфери торгівлі [Текст]: навч. посіб. / О. І. Черевко, О. В. Новікова, В. О. Потапов. – Рек. МОН. – К. : Ліра-К, 2010. – 648 с.
4. Бірта, Г. О. Генно-модифіковані організми : за і проти [Текст] : навч. посібник / Габрієлла Олександрівна Бірта, Ю. Г. Бургу. – Рек. МОН. – К. : ЦУЛ, 2013. – 128 с.
5. Комерційне товарознавство [Текст] : навч. посібник / В.А.Павлова, Г.А.Рижкова, Л.А.Гончар, В.М.Орлова, О.Р.Сергєєва, О.В.Кузьменко. – Рек. МОН. – К. : Кондор, 2012. – 286 с.
6. Назаренко, Л. О. Експертиза товарів (Експертиза продовольчих товарів) [Текст]:навч. посібник / Людмила Олександрівна Назаренко. – К. : ЦУЛ, 2014. – 312 с.
7. Бірта, Г. О. Товарознавство сировини, матеріалів і засобів виробництва [Текст]: навч.посібник. Розділ 1 : Товарознавство рослинної і тваринної сировини / Габрієлла Олександрівна Бірта, Ю. Г. Бургу. – Рек. МОН. – К. : ЦУЛ, 2013. – 370 с.
8. Товарознавство непродовольчих товарів [Текст]: навч.посібник / Радченко Л.О. – Рек. МОН. – Х. : Світ книг, 2013. – 943 с.
9. Назаренко, Л. О. Експертиза товарів: слайд-курс (Експертиза продовольчих товарів): навч. посібник / Людмила Олександрівна Назаренко. – К. : ЦУЛ, 2018. – 312 с.
10. Товарознавство: Навч. посібник/Під. ред. О.О. Шубіна. – К.: НМЦВО МОіНУ країни, Студцентр, 2009. – 432 с.
11. Бірта, Г. О. Товарознавство продовольчих товарів (спекурс) [Текст]: навч. посібник/Габрієлла Олександрівна Бірта, Ю. Г. Бургу.– Рек. МОН. – К. : ЦУЛ, 2012. – 224с.
12. Оснач О.Ф. Товарознавство Промислове обладнання, прилади, інструменти. Навчальний посібник. – К.: Видавництво "Центр учбової літератури", 2014. – 304 с.
13. Сирохман І.В. Товарознавство пакувальних матеріалів і тари: підручник (для студ.вищ.навч.закл.)/І.В.Сирохман,В.М.Загородня.- К.: Центр учбової літератури, 2009. – 616с.
14. 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%20DSTY%204519-2006.pdf>
15. 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%20DSTY%204519-2006.pdf>
16. ДСТУ 3993-2000. Товарознавство. Терміни та визначення. – К. :Держстандарт України, 2000. – 24 с.
17. Шурпа С.Я. Формування стереотипів поведінки споживача / С. Я. Шурпа, О.Я. Головецька // The 6th International scientific and practical conference "Actual trends of modern scientific research" (January 17-19, 2021) MDPC Publishing, Munich, Germany. 2021. 767 p. – С. 707-713.
18. Tetiana Ustik, Viktoriia Karmazina, Svitlana Shurpa, Olena Zhuk, Olha Boiko, Larysa Radkevych, "The Impact of Digitalization on Marketing Communications: New Challenges for Branding and Advertising Business", WSEAS Transactions on Information Science and Applications, vol. 20, pp. 344-355, 2023. DOI: 10.37394/23209.2023.20.37
19. Yankovoi, R., Kulish, D., Melnyk, V., Shurpa, S., Pidkaminnyi, I. «Formation of international marketing strategy for domestic enterprises in conditions of increased financial risks», Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice, 4(51), pp. 466–479, 2023. DOI: 10.55643/fcaptr.4.51.2023.4111
20. Гречаник, Н., Шурпа, С., Коледіна, К. (2024). Особливості впливу соціальних медіа на поведінку споживачів. Економіка та суспільство, (65). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-65-28>
21. Благун , І., Шурпа С. (2025). Трансформація маркетингових комунікацій у промисловому секторі: виклики цифрової епохи. Актуальні проблеми розвитку економіки регіону, 1(21), 260–267.
22. Благун І.І., Буртняк І.В., Шурпа С. Я. Адаптація інструментів цифрового маркетингу до потреб промислового сегмента: досвід країн ЄС і перспективи для України. VIA ECONOMICA. 2024., вип. 10 : Частина 1. С. 7–12. DOI 10.32782/2786-8559/2025-10-1

Викладач
Світлана ШУРПА