

ЕКСПЕРТИЗА ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ

1. Мета, основні завдання та предмет дисципліни.

Мета навчальної дисципліни: формування професійних компетентностей щодо організації, проведення, документального супроводу товарознавчої експертизи кількості та якості харчових продуктів та непродовольчих товарів; оволодіння практичними навичками експертизи окремих товарних груп та ознайомлення з можливостями її використання під час ідентифікаційної, класифікаційної експертизи та експертизи якості товарів, які відображають ступінь дотримання договірних зобов'язань, вимог нормативних документів та рівень захисту прав споживачів.

Завдання:

- ознайомлення з теоретичними та прикладними основами товарознавчої експертизи товарів;
- оволодіння засобами і методами проведення експертизи харчових продуктів та непродовольчих товарів;
- вивчення організації і порядку проведення експертизи окремих груп харчових продуктів та непродовольчих товарів;
- оволодіння навичками документального оформлення результатів експертизи товарів;
- ознайомлення з метою, завданням та порядком проведення санітарно-епідеміологічної, ветеринарної, екологічної, судової, митної експертизи.

Предмет дисципліни – засоби і методи проведення товарознавчої експертизи харчових продуктів та непродовольчих товарів.

2. Загальні, фахові компетентності, програмні результати навчання.

Згідно з вимогами Стандарту вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» та освітньо-професійної програми «Маркетинг» РДГУ для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти дисципліна забезпечує набуття здобувачами вищої освіти загальних та фахових компетентностей.

Загальні компетентності:

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

ЗК 8. Здатність проведення досліджень на відповідному рівні.

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

Фахові компетентності:

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

СК 13. Здатність планування і провадження ефективної маркетингової діяльності ринкового суб'єкта в крос-функціональному розріз.

Очікувані результати навчання:

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

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

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

При цьому здобувач вищої освіти повинен:

знати:

- особливості законодавчого та нормативного регулювання у галузі експертизи продовольчих, непродовольчих товарів та послуг;

- методики та методів проведення експертизи товарів;

- питання, пов'язані з ідентифікацією та фальсифікацією товарів,

вміти:

- ідентифікувати партії продовольчих та непродовольчих товарів, розшифровувати маркування товарів;

- практично застосовувати методи експертизи товарів та послуг;

- обґрунтовувати доцільність та необхідність проведення експертизи визначеної групи товарів;

- організувати та провести експертизу якості та кількості товарів, документально оформляти результати експертизи відповідно до вимог нормативних документів;

- оцінити вплив різноманітних факторів на результати експертизи товарів;

- практично застосовувати результати санітарно-епідеміологічної, ветеринарної, фітосанітарної, екологічної експертизи;

- обґрунтувати та визначити різновид та засоби фальсифікації товарів;

- здатність створювати ефективні комунікації в процесі організації та проведення експертизи товарів та послуг;

- аналізувати фактичні дані, реалістично оцінювати ситуацію, логічно обґрунтовувати висновки на основі фактичних даних, коротко викладати результати експертної перевірки, приймати рішення в складних ситуаціях.

3. Тематичний план дисципліни.

Тема 1. Концептуальні засади експертизи товарів.
Тема 2. Інформаційні засоби експертизи товарів.
Тема 3. Організація проведення експертизи товарів.
Тема 4. Технологія проведення експертизи товарів.
Тема 5. Санітарно-епідеміологічна експертиза.
Тема 6. Ветеринарно-санітарна та фітосантарна експертизи.

Тема 7. Екологічна експертиза.
Тема 8. Товарознавчі експертизи, що призначаються слідчими органами.
Тема 9. Митна експертиза.
Тема 10. Ідентифікація та фальсифікація товарів.

4. Дисципліна викладається кафедрою менеджменту.

5. Викладацький склад: Шимко О. В., к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту.

6. Основна література:

1. Про безпечність та якість харчових продуктів: Закон України від 06.09.2005р. URL: www.zakon.rada.gov.ua.

2. Батутіна А.П. Експертиза товарів: навч. посіб. К.: ЦНЛ, 2004.

3. Батутіна А. П., Ємченко І. В., Троякова А. О. Експертиза товарів (практикум): навч. посіб. Львів: «Магнолія 2006». 2017.

4. Назаренко Л.О. Експертиза товарів («Експертиза продовольчих товарів»): навч. Посіб. К.: «Центр учбової літератури», 2014.

5. Методика проведення товарознавчої експертизи експертами торгово-промислових палат в Україні: К.: ТПП України, 2010.