

Активні методи взаємодії (аналіз випадків, дискусія, мозковий штурм, рольова гра) повинні бути збалансовані з умовно «пасивними» — міні-лекція, розповідь, спостереження, самоаналіз.

Орієнтовним змістом роботи ми визначаємо наступні питання:

- 1) позиція консультанта та особистісна позиція;
- 2) індивідуальні особливості студента;
- 3) група, типологія групи;
- 4) інформаційна база консультанта;
- 5) професійне консультування, майбутня професія;
- 6) міні-лекції для колег з питань нової літератури, проблем тощо.

**А. О. Болотніков**, асистент кафедри маркетингу

### **ОРГАНІЗАЦІЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ ПРИ ВИВЧЕНІ ДИСЦИПЛІНИ «ТОВАРОЗНАВСТВО»**

Дисципліна «Товарознавство» входить у блок професійно-орієнтованих дисциплін за фаховим спрямуванням «Маркетинг» навчального плану освітньо-кваліфікаційного рівня «Бакалавр з економіки». Вона тісно зв'язана з такими фундаментальними дисциплінами, як: «Фізика», «Хімія», «Політекономія», «Основи промислових технологій і матеріалознавства» та профілюючими: «Інфраструктура товарного ринку», «Маркетинг», «Маркетингова товарна політика», «Промисловий маркетинг», «Логістика» та ін.

Основними завданнями дисципліни є: засвоєння студентами прийнятої класифікації, видів, асортименту і властивостей предметів та знарядь праці; визначення областей їх застосування; вивчення умов і правил упаковки, маркування, зберігання та перевезення продукції виробничо-технічного призначення; ознайомлення з комплексною характеристикою основних напрямків, досягнень і перспектив НТП; формування у студентів практичних навичок оцінювання споживчих властивостей продукції, можливих варіантів її використання і заміни.

В умовах зростаючої ролі товарно-грошових відносин у суспільному виробництві, розвитку оптової торгівлі та стимулювання збуту засобів виробництва знання їх товарних характеристик для фахівців, які займаються комерційною діяльністю, стає конче необхідним. Ринок потребує реального товару, який достатньо повно відповідає needs конкретних споживачів. Це висуває на перший план проблему вивчення трьох складових: споживач, товар і ринок. Центральне місце серед них займає товар.

Підготовка бакалаврів, спеціалістів професійного напрямку «Економіка і підприємництво» спеціалізації «Маркетинг» спрямована на фахівців, які будуть працювати у комерційних структурах на виробництві та посередницьких організаціях. Тому і програма дисципліни «Товарознавство» орієнтована на вивчення товарів виробничо-технічного призначення. Номенклатура охоплює різноманітні групи товарів від сировини, матеріалів до виробничого обладнання. Вивчення споживчих властивостей, класифікації, асортименту товарів виробничо-технічного призначення пов'язано з великим колом специфічних питань їх упакування, маркування, умов і правил зберігання та транспортування, застосування, а також можливих варіантів заміни.

Складність у процесі засвоєні дисципліни є неможливість застосування наочно товарів і експонентів, а НТП і заміна застарілих технологій на нові значно збільшують асортимент нових товарів. Охопити всі теоретичні і практичні питання курсу на лекціях і аудиторних практичних заняттях не можливо. Тому самостійна робота студентів набуває вирішального значення.

Для організації самостійної роботи кожен студент отримує від викладача індивідуальне завдання за програмою курсу. Мета виконання цих завдань — закріплення отриманих теоретичних знань і набути додаткових для засвоєння програми курсу у цілому. Під час виконання завдання викладач проводить індивідуальні консультації, допомагає сконцентрувати увагу студента на проблемних задачах. Вирішення цих задач і письмового оформлення індивідуального завдання (реферат) передбачає виконання вимог щодо самостійної роботи студентів.

Для набуття практичних навичок студент повинен на протязі певного терміну часу, який визначає викладач, відвідати експоненти із тематики курсу й оформити звіт. Мета цих відвідувань є закріплення на практиці теоретичних знань з оцінки і порівняння властивостей та характеристик товарів виробничо-технічного призначення на місці проведення спеціалізованих виставок і ярмарок.

Контроль рівня і оцінка виконання реферату або звіту відбувається на практичному занятті. На основі обговорення доповіді студента робота оцінюється викладачем і враховується при поточній успішності.

Знання, набуті при виконанні самостійної роботи, допоможуть студентам краще засвоїти програму курсу і набути навички при розв'язанні практичних задач маркетингової діяльності організації, а також подальшого вивчення нормативних дисциплін.