

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



СИЛАБУС ВИБІРКОВОГО ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТУ
«ПРАВИЛА ТОРГІВЛІ ТА ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ»

Мова навчання – *українська*

Шифр та найменування галузі знань *07 «Управління та адміністрування»*

Код та найменування спеціальності *075 «Маркетинг»*

Освітньо-професійна програма *Маркетинг та Digital-комунікації*

Ступінь вищої освіти *бакалавр*

Затверджено на засіданні

Методичної Ради зі спеціальності *075 «Маркетинг»*

« 24 » 09 2024 р. протокол № 1.

Реєстраційний номер в навчальному відділі

R 23-01 / 2024-25

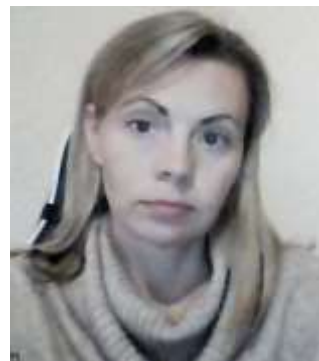
1. Загальна інформація

Кафедра: [Маркетингу, підприємництва і торгівлі](#)

Викладач: Памбук Світлана Андріївна, доцент кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі, кандидат технічних наук, доцент

[Профайл](#)

Контакти:
pambuk@ukr.net, 048-712-41-03



Освітній компонент викладається на 3 курсі у 5 семестрі

Кількість: кредитів - 3, годин – 90

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	практичні
денна	30	16	14
заочна	12	6	6
Самостійна робота, годин	Денна – 60		Заочна – 78

[Розклад занять](#)

2. Анотація освітнього компоненту

Маркетинг і торгівля є невід’ємними елементами мистецтва продажів, оскільки жоден, навіть найкращий товар не може продати себе сам. В сучасних умовах торгівля є складним, багаторівневим, динамічним бізнесом. Фахівці в галузі маркетингу і комерції з метою успішної торгівлі повинні шукати покупців, виявляти їх потреби, закуповувати відповідні товари, складувати, перевозити, домовлятися про ціни та умови продажу. При цьому фахівці з закупівлі можуть створити чудовий асортимент, домогтися низької вартості товарів, але якщо ці товари не будуть реалізовані споживачем, компанія не отримає прибутку. Тому фахівцям в галузі маркетингу необхідно всебічно і досконало знати не тільки прийому впливу на споживача, але і законодавчі основи регулювання як процесу торгівлі, так і механізми захисту прав споживачів.

Освітній компонент «Правила торгівлі та захист прав споживачів» є одним з основоположних компонентів для професійних діячів ринку, чий бізнес полягає в реалізації товарів і послуг кінцевим споживачам. У зв'язку з цим актуальним є вивчення даної дисципліни студентами спеціальності 075 «Маркетинг».

Освітній компонент «Правила торгівлі та захист прав споживачів» базується на знаннях, отриманих здобувачем вищої освіти в результаті вивчення освітніх компонент «Маркетинг», «Маркетингові комунікації».

3. Мета освітнього компоненту

Мета освітнього компоненту «Правила торгівлі та захист прав споживачів» є ознайомлення із системою, структурою, особливостями та правилами різних форм торгівлі, а також з перспективами організаційних заходів щодо захисту прав споживачів в Україні та світі. Забезпечення належного захисту прав споживачів спрямоване не лише на захист інтересів конкретного споживача, а й на вдосконалення соціального клімату в державі.

У результаті вивчення освітнього компоненту студент повинен

знати:

- - значення, сутність та функції торгівлі;
- - правила оптової, роздрібною торгівлі, та торгівлі на ринках;
- - основні терміни та поняття у області захисту прав споживачів;
- - основні права споживачів товарів, робіт, послуг;
- - механізм захисту прав споживачів при здійсненні окремих видів торговельної діяльності;

- структуру організацій захисту прав споживачів: державних, громадських об'єднань і установ;
- - особливості продажу різних груп товарів та надання послуг.

вміти:

- - аналізувати законодавство із захисту прав споживачів з точки зору забезпечення діяльності;
- - аналізувати та інтерпретувати чинні нормативні документи в сфері торгівлі;
- - застосовувати положення Закону України «Про захист прав споживачів»;
- - приймати самостійні рішення при розв'язанні ситуаційних задач в області захисту прав споживачів.

4. Компетентності та програмні результати навчання

У результаті вивчення освітнього компоненту «Правила торгівлі та захист прав споживачів» здобувач вищої освіти отримує наступні програмні компетентності та програмні результати навчання, які визначені в Стандарті вищої освіти зі спеціальності [075 «Маркетинг»](#) та [освітньо-професійній програмі «Маркетинг та Digital-комунікації»](#) підготовки бакалаврів.

Інтегральна компетентність

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 1. Здатність реалізовувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства прав і свобод людини і громадянина України.

ЗК 7. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.

ЗК 14. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

СК 5. Здатність коректно застосовувати методи, прийоми та інструменти маркетингу.

СК 6. Здатність проводити маркетингові дослідження у різних сферах маркетингової діяльності.

Програмні результати навчання:

ПРН 3. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

ПРН 14. Виконувати функціональні обов'язки в групі, пропонувати обґрунтовані маркетингові рішення.

5. Інформаційний обсяг освітнього компоненту

5.1 Перелік лекційних завдань

Тема	Зміст теми	Кількість годин	
		денна	заочна
Змістовний модуль 1. Законодавство у сфері реклами			
1	Тема 1. Значення, сутність та правила торгівлі. <i>(Поняття та сутність торгівлі. Об'єкт та предмет курсу Організаційна структура торгівлі та показники її розвитку. Правила роздрібної торгівлі. Правила оптової торгівлі).</i>	2	1

2	Тема 2. Правила торгівлі на ринках. (Сутність торгівлі на ринках, її роль і значення. Типи підприємств ринків. Правила і особливості організації роботи продовольчих, непродовольчих та змішаних ринків. Загальні вимоги до організації роботи підприємств ринків. Правила роботи продовольчих та непродовольчих ринків).	2	0,5
3	Тема 3. Правова основа захисту прав споживачів. (Виникнення законодавства про захист прав споживачів у світі. Загальна характеристика законодавства про захист прав споживачів в Україні. Основні напрями захисту прав споживачів).	2	0,5
4	Тема 4. Організації, які захищають права споживачів. (Структура управління у справах захисту прав споживачів. Права спеціалістів управління у справах захисту прав споживачів).	2	0,5
5	Тема 5. Складові забезпечення права споживачів на якість та безпеку товарів. (Засади державної політики у галузі забезпечення якості та безпеки товарів. Законодавча база забезпечення захисту прав споживачів на якість і безпеку товарів. Організація та особливості проведення експертизи товарів).	2	0,5
6	Тема 6. Складові забезпечення права споживача на інформацію. (Вимоги до інформації. Вимоги до маркування. Засоби реклами та принципи рекламної діяльності. Принципи рекламної діяльності відповідно до Закону України "Про рекламу").	2	1
7	Тема 7. Захист прав споживача у разі придбання продукції належної та неналежної якості. (Поняття належної якості. Поняття неналежної якості продукції. Права споживача у разі придбання продукції належної та неналежної якості відповідно до Закону України "Про захист прав споживачів").	2	1
8	Тема 8. Захист прав споживачів при здійсненні окремих видів діяльності. (Захист прав споживачів у сфері торгівлі на ринку. Захист прав споживачів у сфері дрібнороздрібної та комісійної торгівлі. Захист прав споживачів у сфері побутового обслуговування населення).	2	1
Разом за ОК:		16	6

5.2 Перелік практичних робіт

№ з/п	Назва практичної роботи	Кількість годин	
		денна	заочна
1	Практична робота № 1 – Правила роздрібної торгівлі та торгівлі на ринках	2	1
2	Практична робота № 2 – Особливості продажу продовольчих і непродовольчих товарів	2	1
3	Практична робота № 4 – Правове регулювання якості товарів	2	0,5
4	Практична робота № 5 – Складові забезпечення права споживача на інформацію	2	0,5
5	Практична робота № 6 – Судовий та позасудовий захист прав споживачів	2	1
6	Практична робота № 7 – Захист прав споживачів при здійсненні окремих видів торговельної діяльності	2	1
7	Практична робота № 8 – Захист прав споживачів при наданні послуг	2	1
Всього за ОК:		14	6

5.3 Перелік завдань до самостійної роботи

№ з/п	Назва теми	Кількість годин	
		денна	заочна
1	<p><i>Написання реферату з теми законодавства у сфері реклами.</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Відповідальність за порушення законодавства про захист прав споживачів 2. Громадські організації споживачів 3. Класифікація та характеристика підприємств торгівлі 4. Форми та умови продажу товарів 5. Методи продажу та умови застосування 6. Спеціалізація і типізація торговельної мережі 7. Правил продажу товарів на замовлення та поза торговельними приміщеннями 8. Судовий захист прав споживачів 9. Захист прав споживачів у сфері обслуговування 10. Захист прав споживача у сфері побутового обслуговування 	30	40
2	<p><i>Опрацювати матеріал і дати письмові відповіді:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Правила роздрібної торгівлі. 2. Правила оптової торгівлі 3. Класифікація роздрібної торговельної мережі та її основні складові. 4. Правила продажу продовольчих товарів. 5. Правила продажу непродовольчих товарів 6. Правила роботи магазинів 7. Правила роботи продовольчих ринків 8. Правила роботи непродовольчих ринків 9. Виникнення законодавства про захист прав споживачів у світі 10. Міжнародні організації із захисту прав споживачів. 11. Права споживачів, визнані міжнародною спільнотою. 12. Керівні принципи ООН на захист прав споживачів. 13. Організації, які захищають права споживачів. 14. Законодавча база забезпечення захисту прав споживачів 15. Права споживача у разі придбання продукції належної та неналежної якості. 	30	38
Всього за ОК:		60	78

6. Система оцінювання та вимоги

Контроль успішності навчання здобувача проводиться у формах вхідного, поточного і підсумкового контролів.

Вхідний контроль якості навчання здійснюється на початку курсу проведенням перевірки залишкових знань здобувачів за ОК, що забезпечують вивчення даного освітнього компоненту (діагностика первинних знань здобувачів).

Формами поточного контролю є:

- *письмові контрольні роботи за окремими темами або модульні контрольні роботи;*
- *тестування знань здобувачів з певних тем або з певних окремих питань ОК;*
- *виконання і захист практичних робіт;*
- *усне опитування;*

Підсумковий контроль – *диференційований залік.*

Нарахування балів:

Вид роботи, що підлягає контролю	Максимальна кількість оціночних балів	
	денна ф.н.	заочна ф.н.
Змістовний модуль 1. Законодавство у сфері реклами		
Лекційний курс*	8	6
Практичні роботи*	35	15
Самостійна робота*	17	39
Тестування*	40	40
Всього за змістовний модуль 1	100	100
Всього	100	100

*Є можливість визнання результатів неформальної освіти відповідно до п.2 [Положення про порядок перезарахування результатів навчання \(навчальних дисциплін\) в Одеському національному технологічному університеті.](#)

Критерії оцінювання програмних результатів навчання здобувачів**Практичні роботи**

4,5 - 5 балів	<i>Практична робота відпрацьована та захищена вчасно, оформлена відповідно до вимог, надані повні обґрунтовані відповіді, складений висновок</i>	відмінно
4,0 - 4,4 балів	<i>Практична робота відпрацьована та вчасно захищена, має невеликі відхилення при оформленні або при відповіді допущені неточності</i>	дуже добре
3,5 – 3,9 балів	<i>Практична робота відпрацьована, але захищена пізніше визначеного строку, або має неповні відповіді, допущені несуттєві помилки</i>	добре
2,1 – 3,4 балів	<i>Практична робота відпрацьована, але захищена пізніше визначеного строку, або має неповні відповіді, допущені більш суттєві помилки</i>	достатньо
0-2 балів	<i>Практична робота не відпрацьована або дані незадовільні відповіді</i>	незадовільно

Самостійна робота

16 - 17 балів (35-39 з.ф.)	<i>Самостійна робота підготовлена та захищена вчасно, оформлена у вигляді презентації, має чітко оформлені висновки, всі відповіді вірні.</i>	відмінно
13 - 15 балів (30-34 з.ф.)	<i>Самостійна робота підготовлена та захищена вчасно, має невеликі відхилення при оформленні або при відповіді допущені неточності</i>	дуже добре
24 – 29 балів	<i>Самостійна робота підготовлена та захищена пізніше визначеного строку, або має неповні відповіді, допущені більш суттєві помилки</i>	достатньо
0-23 балів	<i>Самостійна робота не підготовлена, або не захищена, або дані незадовільні відповіді</i>	незадовільно

Тестування (оцінювання)

36,0-40,0	<i>90 - 100 % правильних відповідей</i>	відмінно
30,0 -35,0	<i>75 – 89% правильних відповідей</i>	добре
24,0 – 29,0	<i>60 – 74% правильних відповідей</i>	достатньо
0 – 23,0	<i>36 – 59 % правильних відповідей</i>	незадовільно

7. Засоби діагностики успішності навчання

Методи навчання, які використовуються у процесі проведення занять, а також самостійних робіт за ОК:

- **інтерактивні**: використання комп'ютерної техніки, офісних і спеціалізованих програм під час проведення лекцій, практичних занять, робота в малих групах, кейс-метод, мозковий штурм);
- **словесні**: лекції у традиційному їх викладі; практичні заняття для вивчення основних положень законодавства в сфері захисту прав споживачів (групове обговорення нагальних питань; дискусії, робота в малих групах, мозковий штурм,);
- **самостійна робота**: робота з навчально-методичними матеріалами, робота із законодавчою базою в сфері захисту прав споживачів та правил торгівлі, складання скетчів за темами лекцій, підготовка презентації та реферату за обраною темою.

8.Інформаційні ресурси

Базові (основні):

1. Методичні вказівки до практичних занять з дисципліни "Правила торгівлі та захист прав споживачів" [Електронний ресурс] : для студентів СВО "Бакалавр" спец.: 075 "Маркетинг", 076 "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність" ден. та заоч. форм навчання / І. А. Устенко, М. Р. Мардар, Т. М. Черевата ; відп. за вип. В. В. Лагодієнко ; Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. — Одеса : ОНАХТ, 2019. — Електрон. текст. дані: 36 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ-cnv.BibRecord.164952>

2. Маркетинг, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку [Текст] : кол. монографія / відп. ред. М. Р. Мардар ; відп. секретар О. В. Євтушок ; Одес. нац. акад. харч. технологій, Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. — Одеса : Лерадрук, 2020. — 757 с. : табл., рис.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ.1626597>

3. Методичні вказівки до практичних занять з дисципліни "Захист прав споживачів з елементами товарознавства харчової сировини" [Електронний ресурс] : для студентів спец. 073 "Менеджмент" ден. та заоч. форм навчання / М. Р. Мардар, І. А. Устенко ; відп. за вип. М. Р. Мардар ; Каф. маркетингу, підприємництва і торгівлі. — Одеса : ОНАХТ, 2016. — Електрон. текст. дан.: 26 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ-cnv.BibRecord.157405>

4. Захист прав споживачів [Текст] : навч. посіб. / І. О. Дудла ; Чернігів. держ. технол. ун-т. — Київ : ЦУЛ, 2007. — 448 с.

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHТ-cnv.BibRecord.47482>

5. Закон України "Про захист прав споживачів" [Текст] : за станом на 08 серпня 2013 р. / Україна. Верховна Рада. — Офіц. вид. — Київ : Парлам. вид-во, 2013. — 44 с. — (Закони України).

<https://elc.library.ontu.edu.ua/library-w/DocumentDescription?docid=OdONAHNT-cnv.BibRecord.91399>

Додаткові

1. Балджи М. Д., Однолько В. О. Економіка та організація торгівлі: навчальний посібник. – К. : ФОП Гуляєва В.М., 2021. 344 с.

2. Комісія ООН з міжнародного торгового права (UNCITRAL). URL:<https://uncitral.un.org/>

3. Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів: постанова Кабінету Міністрів України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF>

4. Правове регулювання підприємницької діяльності у сфері торгівлі : збірник нормативно-правових актів / Упоряд. О. І. Дорошенко, В. Й. Дон, О. С. Распопов.– Дніпропетровськ : Дніпрокнига, 2008.– 1048 с.

5. Захист прав споживачів [Текст] : навч. посіб. / О. В. Зверева ; Донец. ун-т економіки і права. — Київ : ЦУЛ, 2007. — 192 с.

6. Особливості правового регулювання відповідальності виробника за неякісну продукцію [Текст] / Кузьміна, М. // Підприємництво, господарство і право. — Київ, 2011. — № 8. — С. 30-33.

7. Захист прав споживачів у сфері побуту та послуг на державному та місцевому рівнях [Текст] / Я. В. Лісун // Економіка харчової промисловості [Текст]. — 2011. — № 1 (9). — С. 64-68 : табл.

9. Політика освітнього компоненту

Політика всіх освітніх компонент в ОНТУ є уніфікованою та визначена з урахуванням законодавства України, [Корпоративному кодексу ОНТУ](#), [Кодексу академічної доброчесності ОНТУ](#), [Положення про організацію освітнього процесу ОНТУ](#), [Положення про порядок перезарахування результатів навчання \(навчальних дисциплін\) в ОНТУ](#), [вимог ISO 9001:2015](#) та [роботодавців](#)

Викладач

ПІДПИСАНО

Світлана ПАМБУК

Розглянуто та затверджено на засіданні кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі

Протокол від «12» 09.2024 р. № 2

Завідувач кафедри

ПІДПИСАНО

Володимир ЛАГОДІЄНКО

ПОГОДЖЕНО:

Гарант ОП *Маркетинг та Digital-комунікації*
доцент кафедри маркетингу,
підприємництва і торгівлі

ПІДПИСАНО

Вікторія МІЛЬЧЕВА