

щоб у кожній новоствореній групі були експерти з кожного аспекту проблеми (наприклад, перша група аналізувала один макропоказник, після переформування нова група повинна узагальнити всі опрацьовані показники, друга – стратегічну мету розвитку і загальні перспективи, третя – причини сучасного стану, четверта – першочергові заходи вирішення проблем).

УДК 378.14

Т.М. Летуга, канд. техн. наук, проф. (*ХДУХТ, Харків*)

С.О. Ленерт, канд. техн. наук (*ХДУХТ, Харків*)

ОРГАНІЗАЦІЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ ПРИ ВИВЧЕННІ ДИСЦИПЛІНИ «ТОВАРНА ІНФОРМАЦІЯ»

Дисципліна «Товарна інформація» відображає специфіку товаропросування в межах держави та за кордоном за допомогою засобів товарної інформації і спрямована на набуття студентами теоретичних знань та практичних навичок, необхідних для успішної діяльності майбутніх фахівців у відповідності до вимог кваліфікації фахівців зі спеціальності «Підприємство, торгівля та біржова діяльність».

Насичення споживчого ринку великою кількістю різноманітних товарів, асортимент яких постійно розширюється і швидко оновлюється, викликало проблему забезпечення суб'єктів ринку якісною товарною інформацією. Це означає, що подана інформація повинна відповідати інформаційним потребам усіх суб'єктів ринку: споживачів, виробників та комерсантів. Споживачів вона повинна захистити від потенційної шкоди, якої може завдати споживання недоброякісних та фальсифікованих виробів, і забезпечити, таким чином, реалізацію їх прав. Для виробників належне, з погляду вимог сучасного ринку, інформаційне забезпечення їхніх товарів, за інших рівних умов (високий рівень якості, відповідна цінова політика) означає суттєве підвищення конкурентоспроможності останніх і надання їм споживчих переваг порівняно з аналогами. Для торгівлі як посередника отримання якісної товарної інформації від виробників і надання її споживачам є одним із шляхів реалізації своєї безпосередньої функції.

Загальна система організації самостійної роботи при вивченні дисципліни «Товарна інформація» передбачає:

– самостійне вивчення окремих підрозділів та тем у поза аудиторний час, виконання індивідуальних завдань з використанням адаптованих методичних вказівок та посібників, складених викладачами;

- підготовку до проведення практичних занять, що включає опрацювання теоретичних питань відповідного розділу дисципліни, які виносяться на контрольне опитування;

- опрацювання розділів, які виносяться на модульну контрольну роботу та систематизацію теоретичного матеріалу при підготовці до складання підсумкового контрольного заходу при вивченні дисципліни;

- систематичний контроль та оцінку виконання завдань СРС, одержання об'єктивної інформації про рівень знань студентів з аналізу поточної успішності;

- зосередження консультативної діяльності викладачів на керуванні формуванням навичок пізнавальної діяльності студентів з урахуванням їх здібностей.

Проведення міні досліджень. Наприклад: «Аналіз здійснення покупок споживачами у конкретній торгівельній мережі. З'ясування впливу тих чи інших засобів товарної інформації на здійснення покупок», «Комплексна оцінка впливу товарної інформації на споживача при здійсненні покупок в Інтернет», «Оцінка ефективності рекламних заходів (на прикладі конкретної торгової марки)», «Порівняльний аналіз переваг і недоліків функціонування товарної інформації у конкретних торговельних мережах», «Аналіз впливу товарної інформації на просування торгової марки в Інтернет, розширення її асортименту і послуг (на прикладі конкретної торгової марки)».

Розробка власних проєктів. Наприклад: «Обґрунтоване удосконалення засобів товарної інформації (етикетки, кольєретки, бірки)», «Розробка реклами і рекламного салогану для конкретного товару (з урахуванням кольоропараметричних і технічних вимог до товарної інформації)», «Обґрунтоване удосконалення інформаційних знаків (маніпуляційних, попереджувальних, екологічних тощо) з обов'язковим врахуванням вимог до них», «Розробка ефективної презентації щодо оптимізації ефективності рекламних заходів з метою збільшення обсягів продажу (із застосуванням схем викладки товарів, позиціонування, розміщення товарної інформації)», «Розробка плану покращення сервісу для конкретної торговельної мережі із застосуванням засобів товарної інформації».

В цілому використання запропонованої системи організації навчальної роботи виявило стимулювання систематичної роботи під час семестру у 70% студентів. Серед них виділяється близько 20% студентів, які вміють ефективно організовувати свій час, успішно формують навички самостійного поповнення знань, глибоко засвоюють навчальний матеріал. Нові вимоги до якості підготовки сучасного фахівця мають знайти відображення в змісті і формах організації навчального процесу, самостійної роботи зокрема, спрямованих на формування у студента професійно-творчої підготовки.