

Автор: д.т.н., проф. Платов Ю.Т.

I. Название дисциплины – Товароведение, экспертиза и стандартизация

II. Шифр дисциплины (присваивается Управлением академической политики и организации учебного процесса)

III. Цели и задачи дисциплины:

А. Цели дисциплины: Дисциплина «Товароведение, экспертиза и стандартизация» - привить навыки в области стандартизации и оценки соответствия, товароведения и экспертизы товаров, необходимые для профессиональной маркетинговой деятельности.

Б. Задачи дисциплины: В ходе изучения дисциплины ставятся задачи: ознакомиться с основами технического регулирования, задачами, принципами, методами оценки соответствия; ознакомиться с объектами, методами товароведения, с номенклатурой показателей качества, с методами формирования ассортимента; ознакомиться с объектами и субъектами экспертизы, видами и методами экспертной оценки, с особенностями экспертизы отдельных групп товаров.

IV. Место дисциплины в структуре ООП:

А. Информация об образовательном стандарте и учебном плане:

— тип образовательного стандарта и вид учебного плана (ФС - специалист ФГОС);

— направление подготовки – отделение «Маркетинг», очная форма обучения;

— наименование учебного плана (в соответствии с утвержденным Перечнем ООП) – специальность 061500 «Маркетинг», квалификация: маркетолог.

Б. Информация о месте дисциплины в образовательном стандарте и учебном плане:

— общепрофессиональная дисциплина федеральная компонента (ОПД.Ф);

— курс - пятый;

— семестр – девятый;

Г. Общая трудоемкость– 156 ак.ч.

Д. Форма промежуточной аттестации – экзамен

V. Формы проведения занятий:

А. Для дисциплин:

— форма занятий с указанием суммарной трудоемкости по каждой форме:
лекции - 26;

практические занятия(семинары)-26

лабораторная работа - 0;

самостоятельная работа - 104;

— формы текущего контроля: контрольные работы 2 раза в семестр

VI. Распределение трудоемкости по разделам и темам» а также формам проведения занятий с указанием форм текущего контроля и промежуточной аттестации:

№ п/п	Наименование разделов и тем дисциплин / Наименование разделов (этапов) практики	Трудоемкость (в ак.часах) по формам занятий (для дисциплин) и видам работ (для практик)			Самостоятельная работа	Формы контроля
		<i>Аудиторная работа (с разбивкой по формам и видам)</i>				
		<i>Лекции</i>	<i>Практические занятия (семинары) / Полевые работы</i>	<i>Лабораторная работа / Камеральная работа</i>		
	РАЗДЕЛ 1. Основы технического регулирования, стандартизации					

	и подтвержде ния соответствия					
1	Основы технического регулирования	5	2	1	2	
2	Основы стандартизации	11	2	1	8	
3	Основы метрологии	11	1	2	8	
4	Основы подтвержде ния соответствия	9	1	2	6	аттестация
	Раздел 2. Основы товароведени я					
5	Предмет, задачи и методы товароведени я	6	1	1	4	
6	Классификация и кодирование товаров	14	2	1	11	
7	Основы формирован ия и управления ассортимент ом товаров	10	2	2	6	
8	Номенклату ра показателей качества	13	2	2	9	
9	Качество товаров	9	2	2	5	
10	Факторы, обеспечивающ ие сохраняемость товаров	14	2	2	10	
11	Оценка и контроль качества товаров	9	2	2	5	
12	Виды и средства	8	1	2	5	

	товарной информации					
13	Маркировка товаров	9	2	2	5	аттестация
	Раздел 3. Экспертиза товаров					
14	Основы товарной экспертизы	6	1	1	4	
15	Виды, показатели и методы идентификации товаров	12	1	1	10	
16	Виды и средства фальсификации товаров	10	2	2	6	аттестация
	Итого	156	26	26	104	Экзамен

VII. Содержание дисциплины по разделам и темам - аудиторная и самостоятельная работа:

РАЗДЕЛ 1. Основы технического регулирования, стандартизации и подтверждения соответствия

Тема 1. Основы технического регулирования

Техническое законодательство как основа деятельности по стандартизации, метрологии и декларирования соответствия. Понятие о техническом регулировании: сущность, объекты, роль в устранении технических барьеров в торговле. Технические регламенты: цель принятия, структура, группировка, порядок разработки и принятия, применение.

Тема 2. Основы стандартизации

Предмет, цель и задачи стандартизации. Система стандартизации в России. Характеристика национальных стандартов. Характеристика стандартов организации. Международная стандартизация.

Тема 3. Основы метрологии

Терминология в области метрологии. Роль измерений и значение метрологии. Понятие о средствах измерений и их метрологических характеристиках. Понятие о государственной системе обеспечения единства измерений. Цель, объекты и сферы распространения государственного метрологического контроля и надзора.

Тема 4. Основы подтверждения соответствия

Цели и принципы подтверждения соответствия. Обязательная и добровольная сертификация. Декларирование соответствия.

Тема 5. Предмет, задачи и методы товароведения

Ключевые понятия: продукция, товар, товароведение. Предмет, цели и задачи товароведения. Межпредметные связи товароведения с другими дисциплинами. История и направления развития товароведения.

Тема 6. Классификация и кодирование товаров

Классификация как метод товароведения: основные понятия (классификация, объект, признак классификации, его значение, система классификации). Разновидности метода классификации, их сущность, структура, преимущества и недостатки. Правила классификации при иерархическом и фасетном методах.

Кодирование товаров: основные понятия (кодирование, код, структура кода). Основные элементы кода: определение. Разновидности метода кодирования: определение,

преимущества и недостатки, применимость.

Классификаторы: понятие, назначение, структура. Категории классификаторов. Краткая характеристика ОКП, его частей. Применение методов классификации в ОКП. Товароведная классификация товаров. Классификационные группировки товаров. Общая классификация товаров.

Тема 7. Основы формирования и управления ассортиментом товаров

Основные понятия: ассортимент, номенклатура товаров. Отличительные признаки. Классификация ассортимента по местонахождению, широте охвата, степени удовлетворения и характеру потребностей.

Свойства и показатели ассортимента: определение, назначение, расчет. Влияние отдельных показателей на результаты маркетинговой деятельности. Управление ассортиментом. Понятие. Формирование ассортимента. Факторы, влияющие на формирование ассортимента. Регулирование этих факторов.

Ассортиментная политика: понятие, цели и задачи. Направления развития и совершенствование ассортимента. Виды нормативных и технических документов, регламентирующих ассортимент товаров.

Тема 8. Номенклатура показателей качества товаров

Требования к товарам. Потребительские свойства. Номенклатура потребительских свойств и показателей качества. Требования, предъявляемые к номенклатуре показателей. Типовая и развернутая номенклатуры показателей качества. Общая характеристика показателей качества: назначения, надежности, эргономических, эстетических, экологических и безопасности.

Тема 9. Качество товаров

Качество: основные понятия. Требования к качеству. Свойства и показатели качества: понятия, их классификация. Наименование и значение показателей. Понятие об уровне и техническом уровне качества товаров. Товароведные показатели качества: деление на группы (органолептические, физико-химические, микробиологические). Примеры показателей, входящих в эти группы. Виды нормативных документов, устанавливающих требования к качеству товаров.

Тема 10. Факторы, обеспечивающие сохраняемость товаров

Классификация сохраняющих факторов. Степень их значимости для торговых организаций и потребителей.

Упаковка: понятие, назначение. Классификация упаковки, требования к ней. Эффективность разных видов упаковки для сохраняемости товаров.

Хранение: Основные понятия. Условия хранения: составные элементы. Режим хранения: климатический и санитарно-гигиенический. Климатический режим: показатели и их влияние на сохраняемость товаров. Значимость отдельных показателей для обеспечения количества и качества. Классификация потребительских товаров по требованиям к оптимальному температурно-влажностному режиму. Регулирование показателей режима хранения.

Санитарно-гигиенический режим складов: показатели, их значимость для обеспечения количества и качества. Профилактические и текущие мероприятия по созданию и поддержанию санитарно-гигиенического режима. Уход за товарами при хранении. Санитарно-эпидемиологические требования к хранению.

Размещение товаров. Принципы и правила размещения, их взаимосвязь. Показатели рационального использования складов.

Тема 11. Оценка и контроль качества товаров

Методы определения значений показателей качества: объективный (измерительный, регистрационный, расчетный), субъективный (органолептический, экспертный, социологический), статистический.

Дефекты товаров: классификация, методы обнаружения. Причины возникновения дефектов, пути устранения или утилизации. Влияние дефектов на издержки обращения, рентабельность коммерческой деятельности, конкурентоспособность и цену товаров.

Характеристика видов контроля качества товаров. Градация товаров по качеству (сортам, группам качества, группам сложности и пр.). Организация контроля товаров в торговле.

Уровень качества товаров: понятие, виды. Методы оценки: дифференциальный, комплексный, смешанный. Интегральный показатель качества. Учет уровня качества при определении цены в различных коммерческих ситуациях.

Новизна товаров: понятие, классификация товаров по новизне.

Тема 12. Виды и средства товарной информации

Основные понятия. Виды и формы товарной информации, их назначение, отличительные особенности. Требования к товарной информации. Правовая база. Значение в маркетинговой деятельности. Средства товарной информации: классификация, назначение.

Тема 13. Маркировка товаров.

Маркировка: понятие, назначение, виды, носители, структура, краткая характеристика. Информационные знаки: понятие, классификация. Назначение, символика и краткая характеристика информационных знаков разных групп. Товарные знаки. Значение в маркетинговой деятельности.

Тема 14. Основы товарной экспертизы

Понятие и цели экспертизы. Виды экспертизы: социологическая, товарная, технологическая, экономическая, экологическая, патентно-лицензионная, судебно-правовая.

Методы экспертизы. Организация и порядок проведения экспертизы. Структура и содержание заключения экспертизы. Документальное оформление. Особенности экспертизы отдельных товаров в маркетинговой деятельности.

Тема 15. Виды, показатели и методы идентификации товаров

Место идентификации в различных видах деятельности по оценке, подтверждению и управлению качеством товаров. Функции идентификации.

Обоснование необходимости идентификации основополагающих характеристик товаров.

Виды идентификации в зависимости от определяемых характеристик товаров: ассортиментная, качественная, партионная. Краткая характеристика отдельных видов идентификации.

Прослеживаемость товаров: понятие, обеспечение на разных этапах товародвижения. Взаимосвязь идентификации и прослеживаемости товаров.

Показатели (критерии) идентификации: органолептические, физико-химические; их применимость, достоверность, доступность в разных условиях проведения идентификации. Критерии выбора достоверности показателей. Нормативные документы для целей идентификации.

Оценка пригодности стандартов и ТУ для целей идентификации.

Методы идентификации: органолептические и измерительные, условия их применения, преимущества и недостатки использования при проведении идентификации.

Тема 16. Виды и средства фальсификации товаров

Товары фальсифицированные, дефектные, контрафактные и товары-заменители, их отличия.

Виды фальсификации в зависимости от изменяемых характеристик товара: ассортиментная, качественная, количественная, стоимостная и информационная; в зависимости от места фальсификации: технологическая, предреализационная. Средства для разных видов фальсификации; особенности, позволяющие использовать их в качестве заменителей подделываемых товаров. Способы обнаружения разных видов фальсификации. Градации фальсифицированного товара.

VIII. Перечень компетенций, формируемых в результате освоения дисциплины по видам компетенций:

В результате изучения дисциплины студенты должны:

а) уметь пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;

б) управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг;

в) уметь идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации;

г) осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой или маркетинговой);

IX. Используемые образовательные, научно-исследовательские и научно-производственные технологии:

А. Образовательные технологии – рецензирование литературных источников, доклады на семинарах, проведение совместных исследований, представление (презентация) коллективных разработок;

Б. Научно-исследовательские технологии – использование результатов научных исследований российских и зарубежных ученых для разработки товаров более полно удовлетворяющих потребности

В. Научно-производственные технологии – проведение «мозговой атаки» для выявления потребностей и предсказания «новых товаров»

X. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов, оценочные средства контроля успеваемости и промежуточной аттестации:

А. **Учебно-методические рекомендации для обеспечения самостоятельной работы студентов:** использовать свои экспериментальные расчеты по рассматриваемым вопросам, представлять при презентации своих разработок раздаточный материал на CD-дисках или других носителях.

Б. **Примерный список заданий для проведения текущей и промежуточной аттестации (темы для докладов; рефератов, презентаций и др. - по видам заданий):**

Объекты для выполнения самостоятельных работ:

А. Основные принципы и объекты технического регулирования

Б. Классификация и кодирование на примере отдельных групп товаров

В. Номенклатура потребительских свойств на примере отдельных групп товаров

Г. Основные объекты товарной экспертизы

Д. Основные виды и методы идентификации на примере отдельных групп товаров

В. **Примерный список вопросов для проведения текущей и промежуточной аттестации:**

1. Виды нормативных документов, устанавливающих требования к качеству товаров

2. Факторы, формирующие качество товара.

3. Требования к упаковке и маркировке товаров и их роль в маркетинговой деятельности.

4. Товарный знак и его функции

5. Основные способы выявления контрафактной продукции

XI. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

А. Основная литература – с выделением подразделов (по прилагаемой форме);

Б. Дополнительная литература – с выделением подразделов (по прилагаемой форме);

В. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы – с выделением подразделов;

№ п/п	Автор	Название книги / статьи	Отв. редактор (для коллективн	Место издания	Издательство	Год задания	Название журнала (сборника)	Том (выпуск) журнал а / сборник	Номер журнала
-------	-------	-------------------------	-------------------------------	---------------	--------------	-------------	-----------------------------	---------------------------------	---------------

			ых работ)					а	
1	Лифиц И.М.	Стандартизация, метрология и подтверждения соответствия		Москва	Изд-во ООО «Юрайт-Издат»	2010			
2	Николаева М.А.	Теоретические основы товароведения		Москва	Изд-во «Норма»	2008			
3	Николаева М.А., Положишниковова М.А.	Идентификация и обнаружение фальсификации продовольственных товаров		Москва	Изд-во «Инфра М»	2009			

Ресурсы Интернет

<http://www.rospotrebnadzor.ru>

ХII. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

А. Помещения – на одну-две группы;

Б. Оборудование – компьютерный класс.