Министерство образования и науки Российской Федерации

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования

«Хабаровская государственная академия экономики и права»

Факультет «Международные экономические отношения»

Кафедра логистики и коммерции

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_И.Б. Миронова

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_\_г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

**Теоретические основы товароведения**

для студентов направления 100700 «Торговое дело»

профиль «Международная коммерция»

дневной формы обучения

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **д/о** |  | |
| Курс: | **II** |  | |
| Семестр: | 4 |  | |
| Аудиторная работа |  |  | |
| в том числе: |  |  | |
| лекции | 34 |  | |
| практические  занятия | 34 |  | |
| лабораторные  работы |  |  | |
| самостоятельная  работа | 76 | |  |
| индивидуальная работа | 23 | |  |
| **Всего часов** | **144** | |  |
| Форма итогового  контроля | Экзамен  курсовая  работа |  | |

Хабаровск 2011

Рабочая программа составлена в соответствии с содержанием и требованиями с государственного образовательного стандарта по направления 100700 «Торговое дело» профиль «Международная коммерция» и программой дисциплины «Теоретические основы товароведения». Составитель к.т.н., доцент Машихина Л. Г., Рудецкая А.В. Рабочая программа пересмотрена и обсуждена на заседании кафедры логистики и коммерции « » 20 г., протокол № .

Зав. кафедрой логистики и коммерции\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ к.э.н., доцент Н.В. Андрианова

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г.

Согласовано

Начальник учебного отдела

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.В. Клычникова

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г.

1. **цели и задачи дисциплины**

**«Теоретические основы товароведения»**

Дисциплина “Теоретические основы товароведения” является одной из профилирующих при подготовке бакалавров по направлению 100700 «Торговое дело» профиль «Международная коммерция».

Целью товароведения является изучение основополагающих характеристик товара, составляющих его потребительскую стоимость, а также их изменение на всех этапах товародвижения.

Для достижения данной цели товароведение как наука и учебная дисциплина должна решать следующие задачи:

* определение основополагающих характеристик, составляющих потребительную стоимость;
* установление принципов и методов товароведения, обуславливающих его научные основы;
* систематизация множества товаров путём рационального использования методов классификации и кодирования;
* изучение свойств и показателей ассортимента для анализа ассортиментной политики промышленной или торговой организации;
* управление ассортиментом организации;
* установление требований к качеству товаров, определение номенклатуры потребительских свойств их показателей;
* оценка качества товаров, в том числе отечественных и импортных;
* выявление градаций качества и дефектов товаров, причин их возникновения и мер по предупреждению реализации некачественных товаров;
* обеспечение качества и количества товаров на разных этапах их технологического цикла путём учёта формирующих и сохраняющих факторов;
* установление видов товарных потерь, причин их возникновения и разработка мер по их предупреждению или снижению;
* информационное обеспечение товародвижения от изготовителя до потребителя;
* товароведная характеристика конкретных товаров.

После изучения данной дисциплины студент должен

знать:

* основные понятия из области товароведения;
* методы и принципы товароведения;
* основные методы классификации товаров и их кодирования;
* понятие ассортимента и сущность управления им;
* основные требования к качеству товаров и градации качества;
* факторы, влияющие на качество товаров;
* товарную информацию;
* основы идентификации и экспертизы товаров.

уметь:

* анализировать основные показатели, характеризующие ассортимент товаров;
* оперировать товарной информацией;
* пользоваться документацией, применяемой в товароведении;
* составлять экспертное заключение.

иметь представление:

* об идентификации товаров;
* об основных видах экспертизы, методах проведения;
* об основных видах фальсификации товаров и методах ее обнаружения.

**2. Содержание дисциплины «ТЕОРИТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТОВАРОВЕДЕНИЯ»**

* 1. Тематический план и распределение часов по курсу

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Тема | Всего ауд. часов: | В том числе | | Кол- во часов самост.  работы  студентов | Кол- во  индивид.  работы  студентов |
| д/о | лекции | практические  ( семинарские)  занятия |
| д/о | д/о |
| 1. Предмет, цель, задачи и методы товароведения | 8 | 4 | 4 | 12 | 2 |
| 2. Классификация и кодирование товаров | 12 | 6 | 6 | 12 | 4 |
| 3. Ассортимент товаров | 12 | 6 | 6 | 14 | 4 |
| 4. Требование к товарам, их потребительские свойства и показатели качества | 12 | 6 | 6 | 14 | 4 |
| 5. Факторы, формирующие качество товаров | 12 | 6 | 6 | 12 | 4 |
| 6. Средства информации о товарах | 12 | 6 | 6 | 12 | 4 |
| Итого: | 68 | 34 | 34 | 76 | 22 |

* 1. **Программа дисциплины**

**Тема 1. Предмет, цель, задачи и методы товароведения**

Товар как объект коммерческой деятельности. Понятие о потребительской и меновой стоимости товара, их взаимосвязи и роли в сфере товарообращения.

Предмет, цель и задачи товародвижения. Связь товародвижения с естественно - научными обще профессиональными, специальными дисциплинами. Характеристика методов товароведения: методы научного познания, методы практической товароведной деятельности. Методы научного познания: эмпирические и аналитические.

Характеристика эмпирических методов: измерительные, органолептические.

Аналитические методы: методы управления научным познанием, методы систематизации: идентификация, классификация, обобщение.

Значение товароведения при подготовке высококвалифицированных коммерсантов.

Тема 2. Классификация и кодирование товаров

Понятие о классификации. Общие принципы и правила классификации. Методы классификации: иерархический, фасетный и др. Виды классификации: учебная, отраслевая, экономико-статистическая. Значение классификации.

Кодирование товаров: цель, правила кодирования, структура кодов. Виды кодов: цифровой, буквенный, буквенно-цифровой, штриховой. Методы кодирования: порядковый, серийно-порядковый, последовательный, параллельный.

Штриховое кодирование товаров: значение, построение и нанесение штриховых кодов.

Классификаторы – нормативные документы по стандартизации. Характеристика категорий классификаторов.

Общероссийский классификатор продукции (ОКП): структура, кодирование продукции.

Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД): структура, кодирование товаров.

Классификация товаров: товароведная; применяемая в маркетинге; применяемая в международной коммерческой деятельности.

Тема 3. Ассортимент товаров

Понятие об ассортименте товаров, его классификация (по местонахождению, в зависимости от широты охвата товаров; по степени удовлетворения потребностей; в зависимости от характера потребностей).

Свойства ассортимента: широта, полнота, устойчивость, новизна, структура, рациональность и др. и их показатели.

Управление ассортиментом. Основополагающие элементы управления: формирование ассортимента, установление уровня требований по показателям рациональности ассортимента.

Понятие об ассортиментной политике организации.

Направления формирования ассортимента: сокращение, стабилизация, обновление, совершенствование, гармонизация.

Тема 4. Требования к товарам, их потребительские свойства и показатели качества

Требования, предъявляемые к товарам: текущие и перспективные, общие и специфические.

Понятие качества товаров. Показатели качества: единичные, комплексные, относительные, базовые и др.

Номенклатура потребительских свойств и показатели: показатели социального назначения, функциональные показатели, показатели экономических свойств, показатели надёжности, показатели эстетических свойств, экономические показатели, показатели безопасности.

Оценка качества товаров. Градация качества товаров: стандартный, нестандартный товар, брак. Понятие о природном и товарном сортаменте.

Тема 5. Факторы, влияющие на качество товара

Понятие о факторах, влияющих на качество товаров, их классификация.

Факторы, непосредственно влияющие на качество: сырьё и материалы, конструкция изделия, технология производства и др.

Химический состав и строение исходных материалов, их влияние на качество.

Основные свойства исходных материалов и их влияние на качество товаров: химические, физические, биологические, технологические.

Факторы, способствующие сохранению качества товаров при доведении их от производителя до потребителя: упаковка, маркировка, условия транспортирования и хранения, реализация, послепродажное обслуживание, потребление.

Тема 6. Информация о товаре

Понятие о товарной информации, её виды: основополагающая, коммерческая, потребительская. Формы товарной информации: словесная, цифровая, изобразительная, символическая, штриховая. Требования, предъявляемые к товарной информации.

Средства товарной информации: маркировка, технические и нормативные документы; справочная, учебная и научная литература; реклама и пропаганда.

Маркировка товаров, её функции. Виды маркировки товаров: товарная, отправительская, специальная, транспортная; производственная и торговая. Носители производственной и торговой маркировки.

Структура маркировки: текст, рисунок, информационные знаки. Информационные знаки: товарные знаки и знаки обслуживания, знаки соответствия, штриховой код, компонентные знаки, размерные знаки, эксплуатационные знаки, манипуляционные знаки, предупредительные знаки, экологические знаки.

Технические документы, содержащие информацию о товаре: товарно-сопроводительные и эксплуатационные.

* 1. **Развёрнутый тематический план лекций и практических занятий**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Тема | Содержание лекции | Количество часов | Содержание практического занятия | Количество часов |
| 1. Предмет, цель,  задачи и методы  товароведения | 1. Товар как объект коммерческой деятельности. 2. Предмет, цели и задачи товароведения, связь с другими дисциплинами. 3. Характеристика методов товароведения. 4. Значение товароведения при подготовке бакалавров данного направления | 4 | 1. Товар как объект коммерческой деятельности 2. Понятие о потребительной и меновой стоимости товара, их взаимосвязи и роли в сфере товарообращения и рекламы 3. Предмет, цели и задачи товароведения 4. Связь “товароведения” с другими дисциплинами 5. Характеристика методов товароведения:    1. Эмпирические    2. Аналитические   6. Значение товароведения при подготовке бакалавров данного направления | 4 |
| 2. Классификация и  кодирование товаров | 1. Понятие о классификации, её значение 2. Методы классификации 3. Виды классификации 4. Кодирование товаров 5. Штриховое кодирование 6. Классификаторы – нормативно-технические документы    1. Общероссийский классификатор продукции    2. Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности   7. Классификация товаров | 6 | 1. Понятие о классификации 2. Значение классификации 3. Методы классификации: иерархический, фасетный 4. Виды классификации: учебная, отраслевая, экономико-статистическая 5. Кодирование товаров: понятие, цель, структура кодов 6. Методы кодирования: порядковый, серийно-порядковый, последовательный, параллельный 7. Штриховое кодирование: понятие, значение, структура кодов 8. Классификаторы: понятия, категории 9. Общероссийский классификатор продукции 10. Товарная номенклатура внешнеэкономической деятльености. 11. Классификация товаров:     1. Товароведная;     2. Применяемая в маркетинге;     3. Применяемая в МКД. | 6 |
| 3. Ассортимент товаров | 1. Понятие об ассортименте, его классификация 2. Свойства ассортимента и показатели 3. Управление ассортиментом | 6 | 1. 1. Понятие об ассортименте, его   классификация   1. Свойства и показатели ассортимента    1. Широта и её показатели;    2. Полнота и её показатели;    3. Устойчивость и её показатели;    4. Новизна и её показатели    5. Структура ассортимента    6. Гармоничность ассортимента    7. Ассортиментный перечень   3. Управление ассортиментом | 6 |
| 1. Требование к   товарам, их потребительские свойства и  показатели качества | 1. Требования, предъявляемые к товарам 2. Качество товара: понятие, показатели качества 3. Номенклатура потребительских свойств 4. Методы определения показателей свойств 5. Оценка качества товаров 6. Градации качества | 6 | 1. Требования, предъявляемые к товарам: текущие, перспективные, общие т специфические 2. Качество товара: понятие, показатели качества (единичные, комплексные, относительные, базовые и др.) 3. Характеристика номенклатуры потребительских свойств: фундаментальные, экономические, надёжности, эстетические и другие 4. Методы определения показателей свойств (органолептический, измерительный, регистрационный, социологический, экспертный и другие) 5. Оценка качества 6. Градации качества | 6 |
| 4. Факторы, влияющие на качество товара | 1. Понятие о факторах, влияющих на качество, их классификация 2. Факторы, непосредственно влияющие на качество товаров 3. Химический состав и строение исходных материалов, их влияние на качество 4. Основные свойства исходных материалов и их влияние на качество товаров 5. Факторы, способствующие сохранению качества при доведении их от производителя до потребителя | 6 | 1. Понятие о факторах, влияющих на качество товаров, их классификация 2. Характеристика факторов, непосредственно влияющих на качество товаров 3. Влияние химического состава и строения исходных материалов на качество товаров 4. Основные свойства исходных материалов и их влияние на качество товаров    1. Химические свойства    2. Физические свойства    3. Физико-химические свойства    4. Биологические свойства 5. Характеристика факторов, способствующих сохранению качества при доведении их от производителя до потребителя    1. Упаковка    2. Маркировка    3. Хранение    4. Транспортирование    5. Реализация    6. Послепродажное обслуживание    7. Потребление | 6 |
| 5. Информация о товаре | 1. Понятие о товарной информации, её классификация, виды, предъявляемые требования 2. Средства товарной информации: понятие, классификация 3. Маркировка товаров    1. Понятие, классификация, требования, структура;    2. Носители производственной и торговой маркировки;    3. Информационные знаки, применяемые при маркировке товаров    4. Характеристика информационных ресурсов. | 6 | 1. Понятие о товарной информации. 2. Характеристика видов товарной классификации: основополагающая, коммерческая, потребительская. 3. Формы товарной информации: словесная, цифровая, изобразительная, символическая, штриховая. 4. Требования, предъявляемые к товарной информации. 5. Понятие о средствах товарной информации, её классификация. 6. Маркировка товаров: понятие, классификация, требования, структура. 7. Носители производственной маркировки. 8. Характеристика носителей торговой маркировки. 9. Информационные знаки, применяемые при маркировке товаров. 10. Характеристика информационных ресурсов.     1. Нормативные документы, содержание информации о товаре.     2. Характеристика технических документов, содержащих информацию о товаре. | 6 |

**2.4. самостоятельная работа студента**

**Самостоятельная работа студентов может осуществляться в двух формах:**

* аудиторная самостоятельная работа под контролем преподавателя;
* внеаудиторная самостоятельная работа.

По данному разделу дисциплины «Теоретические основы товароведения» предусматривается внеаудиторная самостоятельная работа. Она направлена на закрепление полученных на занятиях знаний в ходе просмотренного лекционного и рекомендованного дополнительного материала и на выполнение заданий практического характера:

* на конкретных примерах показать применение иерархического и фасетного методов классификации;
* составить код товара, используя ОКП, ТН ВЭД;
* подготовить сообщение по торговому или промышленному ассортименту конкретной организации;
* проанализировать сообщение по торговому или промышленному ассортименту конкретной организации;
* проанализировать показатели торгового или промышленного ассортимента организации;
* изучить требования к качеству конкретной группы товаров, показатели качества;
* ознакомиться в магазине (на складе, базе ) с видами и средствами информации о товаре и др.

**Формы контроля самостоятельной работы студентов:**

* устный опрос;
* письменная контрольная работа;
* реферат;
* научный доклад на конференции.

В соответствии с распределением часов по видам занятий при изучении дисциплины «Теоретические основы товароведения» на самостоятельную работу студентов отводится 76 часов, из них на индивидуальную- 22 часа.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Тема | Кол-во часов | Форма контроля (устный опрос; решение задач; контрольная работа; защита курсовой работы и т. п.) |
| 1. Предмет, цель, задачи и методы товароведения | 12 | Устный опрос |
| 2. Классификация и кодирование товаров | 12 | Реферат |
| 3. Ассортимент товаров | 14 | Реферат |
| 4. Требования к товарам, их потребительские свойства и показатели качества | 14 | Устный опрос |
| 5. Факторы, формирующие качество товаров | 12 | Реферат |
| 6. Средства информации о товарах | 12 | реферат |
| Всего | 76 | - |

**2.5. Индивидуальная работа студентов**

Индивидуальная работа студентов по данному разделу дисциплины «Теоретические основы товароведения» проводится с учетом особенностей дисциплины в формировании знаний, умений и навыков, определяемых квалификационными характеристиками направления «Торговое дело», структурой, объемом и степенью новизны материала, уровнем обеспеченности учебными и методическими материалами и др.

Основными формами индивидуальной работы студентов при изучении дисциплины «Теоретические основы товароведения» являются:

* написание рефератов с элементами НИРС по вопросам дисциплины;
* выполнение работ аналитического характера;
* подготовка наглядных материалов по отдельным темам дисциплины.

Отличительной особенностью каждой формы индивидуальной работы студентов является наличие индивидуальных заданий, которые основываются на реальных практических данных торговых и промышленных организаций региона.

На индивидуальную работу студентов отводится 22 часа

Индивидуальное задание выдается студенту в начале семестра.

1. **учебно-методические материалы по дисциплине**
   1. **Список рекомендуемой основной литературы**
2. Аристов О. В. Управление качеством : учеб. пособие для вузов. – М. : ИНФРА-М, 2003. − 240 с.
3. Бойко Т. С. Товароведение и экспертиза товаров : учеб. пособие. – Хабаровск : РИЦ ХГАЭП, 2003. − 112 с.
4. Вилкова С. А. Экспертиза потребительских товаров: учебник / С. А. Вилкова. – М. : Дашков и Ко, 2007. − 252 с.
5. Жиряева Е. В. Товароведение. – СПб. : Литерат, 2002. − 413 с.
6. Мазур И. И. Управление качеством : учеб. пособие / И. И. Мазур, В. Д. Шапиро. – М. : Высшая школа, 2003. − 334 с..
7. Николаева М. А. Теоретические основы товароведения : учебник / М. А. Николаева. – М. : НОРМА, 2006. − 448 с.
8. Товароведение и экспертиза потребительских товаров : учебник. – М. : Инфра, 2006. − 544 с.

**3.2. Иллюстративные материалы по дисциплине “ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТОВАРОВЕДЕНИЯ”**

Тема 1. Предмет, цели, задачи и методы товароведения

№1. – Классификация методов товароведения.

№2. – Классификация методов систематизации.

Тема 2. Классификация и кодирование товаров"

№1. – Схема иерархического метода классификации.

№2. – Схема фасетного метода классификации.

№3. – Структура кодов.

№4. – Структура штрихового кода.

№5. – Кодирование продукции по ОКП.

№6. – Кодирование продукции по ТН ВЭД.

№7. – Товароведная классификация товаров.

№8. – Классификация товаров, применяемая в маркетинге.

№9. Классификация товаров, применяемая в международной коммерческой деятельности.

Тема 3. Ассортимент товаров

№1. – Классификация ассортимента товаров.

№2. – Номенклатура показателей ассортимента.

Тема 4. Требования к товарам, их потребительские свойства и показатели качества

№1. – Классификация требований, предъявляемых к товарам.

№2. – Номенклатура потребительских свойств товаров.

№3. – Классификация показателей качества товаров.

№4. – Классификация методов определения показателей качества.

№5. – Классификация видов контроля качества.

№6. – Градации качества.

Тема 5. Факторы, влияющие на качество товаров

№1. – Классификация факторов, влияющих на качество товара.

№2. – Химические свойства и их показатели.

№3. – Физические свойства.

№4. – Показатели, характеризующие массу материалов и изделий.

№5. – Показатели механических свойств.

№6. – Классификация факторов, сохраняющих качество товаров при доведении их от производителя до потребителя.

Тема 6. Информация о товаре

№1. – Классификация информации о товаре.

№2. – Классификация средств информации о товаре.

№3. – Носители производственной и торговой маркировки.

№4. – Структура маркировки.

№5. – Информационные знаки, применяемые при маркировке товаров.

№6. – Классификация информационных ресурсов.

**4. КОНТРОЛЬ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ**

4.1. Входящий контроль знаний студентов

С целью выявления остаточных знаний у студентов, полученных или по отдельным профессиональным и специальным дисциплинам, которые предшествуют изучению данного курса и являются необходимыми для успешного освоения его программы осуществляется входной контроль знаний студентов. Входной контроль осуществляется в письменной форме по наиболее важным вопросам таких дисциплин, как:

* Экономическая теория;
* Основы технологии производства товаров.

4.2. Текущий контроль знаний студентов

Текущий контроль знаний студентов осуществляется по основным темам курса в форме:

* Устных опросов студентов на практических занятиях;
* Решения хозяйственных ситуаций;
* Выполнения практических заданий;
* Выполнения письменных контрольных работ;
* Выполнения индивидуальных заданий;
* Написания рефератов.

4.3. Выходной контроль

Выходной контроль знаний студентов по изученной дисциплине – это сдача экзамена в письменной или устной формах по вопросам.

Вопросы к экзамену по дисциплине “Теоретические основы товароведения”

1. Предмет, цели, задачи товароведения.
2. Характеристика методов товароведения.
3. Классификация: понятие, принципы, правила.
4. Методы классификации.
5. Виды классификации.
6. Кодирование товаров: цель, структура и виды кодов.
7. Штриховое кодирование товаров.
8. Характеристика классификаторов.
9. Классификация товаров.
10. Ассортимент товаров: понятие, классификация.
11. Свойства и показатели ассортимента.
12. Управление ассортиментом.
13. Требования, предъявляемые к товарам.
14. Номенклатура потребительских свойств товаров и показателей.
15. Качество товаров: понятие, показатели качества.
16. Методы определения показателей качества.
17. Оценка качества товаров.
18. Градации качества продукции.
19. Понятие о факторах, влияющих на качество товара, их классификация.
20. Факторы, непосредственно влияющие на качество товаров.
21. Характеристика основных свойств исходных материалов и их влияния на качество.
22. Факторы, способствующие сохранению качества товаров.
23. Информация о товарах: понятия, классификация, виды, формы и предъявляемые требования.
24. Средства товарной информации.
25. Маркировка товаров: понятие, виды, функции, структура, носители производственной и торговой маркировки.
26. Характеристика информационных знаков, применяемых для маркировки товаров.

5. ПРОТОКОЛ согласования рабочей программы с другими дисциплинами

направления 100700 «Торговое дело»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование  базовых дисциплин, усвоение которых необходимо для данной дисциплины | Кафедра | Предложения и  замечания | ФИО  преподавателя |
| Организация, технология и проектирование предприятий | ЛиК |  |  |
| Основы  производства  товаров и услуг | ЛиК |  |  |
| Стандартизация, метрология и подтверждение соответствия | ЛиК |  |  |