Министерство образования и науки Российской Федерации

Государственное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

«Хабаровская государственная академия экономики и права»

 Кафедра логистики и коммерции

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор по учебной работе

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

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

ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

 **Теоретические основы товароведения**

для студентов направления 100700 «Торговое дело»

профиль «Логистика в торговой деятельности»

дневной, заочной и заочной сокращенной форм обучения

Хабаровск 2011

 Программа разработана в соответствии с требованиями государственного образовательного стандарта, предъявляемыми к минимуму содержания дисциплины и в соответствии с примерной программой дисциплины, утвержденной департаментом образовательных программ и стандартов профессионального образования с учетом особенностей региона и условий организации учебного процесса Хабаровской государственной академии экономики и права.

Программу составили:

Машихина Л. Г. к.т.н., доцент

Рудецкая А.В.

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры логистики и коммерции

Протокол № от « » 20 г.

Зав. кафедрой логистики и коммерции \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Н.В. Андрианова

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 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 «Логистика в торговой деятельности».

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»**

**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 общепрофессиональными, 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 бакалавров по направлению.

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.

**3. Список рекомендуемой литературы**

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