



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОП

Л.О. Коршенко

«28» июня 2016 г.

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
товароведения и экспертизы товаров

Л.А. Текутьева

«28» июня 2016 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Товарная информация

Направление подготовки 38.03.07 Товароведение

профиль «Товарный менеджмент»

Форма подготовки заочная

курс 3

лекции 4 час.

практические занятия 4 час.

лабораторные работы час.

в том числе с использованием МАО лек. / пр. 2 / лаб. час.

всего часов аудиторной нагрузки 8 час.

в том числе с использованием МАО 2 час.

самостоятельная работа 64 час.

в том числе на подготовку к зачету 4 час.

контрольные работы (количество)

курсовая работа / курсовой проект семестр

зачет 3 курс

экзамен курс

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 04 декабря 2015 г. № 1429

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры товароведения и экспертизы товаров, протокол № 13 от 28 июня 2016 г.

Заведующий кафедрой: Текутьева Л.А.

Составитель: канд. техн. наук, доцент Коршенко Л.О.

I. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от « ____ » _____ 20__ г. № ____

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

II. Рабочая программа пересмотрена на заседании кафедры:

Протокол от « ____ » _____ 20__ г. № ____

Заведующий кафедрой _____
(подпись) (И.О. Фамилия)

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Товарная информация»

Учебный курс «Товарная информация» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.07 Товароведение, профиля «Товарный менеджмент».

Дисциплина «Товарная информация» включена в состав дисциплин по выбору вариативной части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (4 часа), практические занятия (4 часа, в том числе МАО 2 часа), самостоятельная работа студентов (64 часа, в том числе 4 часа на подготовку к зачету). Дисциплина реализуется на 3 курсе.

Дисциплина «Товарная информация» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Теоретические основы товароведения и экспертизы», «Безопасность товаров», «Научные основы формирования ассортимента товаров», «Стандартизация, подтверждение соответствия и метрология», и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Коммерческая деятельность», «Информационное обеспечение товароведения и экспертизы товаров», «Менеджмент и экспертиза продовольственных товаров», «Менеджмент и экспертиза непродовольственных товаров», «Мерчандайзинг потребительских товаров», «Организация и управление коммерческой деятельностью», «Таможенная экспертиза», «Идентификация и обнаружение фальсификации товаров», «Менеджмент качества», «Бренд-менеджмент», «Товарный консалтинг и аудит качества», «Технология хранения, транспортирования и упаковывания потребительских товаров», «Международная торговля», «Категорийный менеджмент».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов, сгруппированных в шести темах: товарная информация: понятие, виды, формы, средства и источники; требования, предъявляемые к товарной информации;

правовая база в области товарной информации; маркировка: требования, функции, структура, носители производственной и торговой маркировки; информационные знаки; штриховое кодирование; особенности маркировки однородных групп продовольственных и непродовольственных товаров.

Цель – приобретение теоретических знаний в области средств товарной информации, получение практических навыков работы с различными видами и формами товарной информации, формирование культуры работы в информационных системах с целью организации поиска нормативных документов, регламентирующих способы нанесения и интерпретации сведений о товаре для повышения эффективности работы торговых предприятий.

Задачи:

– дать представление о роли и месте информации о потребительских товарах в торговой деятельности;

– дать понятие о средствах, видах, формах товарной информации и сферах ее использования в организации торгово-технологических процессов на предприятии;

– сформировать умения поиска и использования нормативно-правовой и технической документации в области товарной информации в профессиональной деятельности;

– способствовать развитию навыков выявления и анализа полноты, достоверности и достаточности информации о потребительских характеристиках товаров на основании сведений, представленных на маркировке и в товарно-сопроводительных документах.

Для успешного изучения дисциплины «Товарная информация» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

– умение использовать нормативно-правовые акты в своей профессиональной деятельности;

– знание ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов,

формирующих и сохраняющих их качество;

– знание методов идентификации, оценки качества и безопасности товаров для диагностики дефектов, выявления опасной, некачественной, фальсифицированной и контрафактной продукции, сокращения и предупреждения товарных потерь;

– системное представление о правилах и порядке организации и проведения товарной экспертизы, подтверждения соответствия и других видов оценочной деятельности;

– умение проводить приемку товаров по количеству, качеству и комплектности, определять требования к товарам и устанавливать соответствие их качества и безопасности техническим регламентам, стандартам и другим документам.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие профессиональные компетенции (элементы компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-11 умение оценивать соответствие товарной информации требованиям нормативной документации	Знает	основные понятия в области товарной информации и нормативно-правовую базу, регламентирующую состав и порядок ее нанесения
	Умеет	применять знания в области товарной информации для осуществления торгово-технологических процессов и оценивать ее соответствие требованиям нормативной документации
	Владеет	навыками получения сведений о товарах для осуществления торгово-технологических процессов и использования нормативно-правовой базы для оценки соответствия товарной информации требованиям действующей нормативной документации

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Товарная информация» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: дискуссия (семинар-пресс-конференция, «мозговой штурм»), кейс-задача (кейс-стади), реферат, кроссворд.

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Тема 1. Понятие о товарной информации (0,5 час.)

Товарная информация: основные понятия. Виды товарной информации: основополагающая, коммерческая и потребительская (информация для потребителей). Формы информации: словесная, изобразительная, символическая.

Назначение и краткая характеристика товарной информации разных видов и форм. Средства и источники товарной информации. Функции товарной информации и требования, предъявляемые к ней.

Тема 2. Правовая база в области товарной информации (0,5 час.)

Правовая база товарной информации: законы РФ в области информационного обеспечения продавцов и потребителей; объекты, нормы, устанавливаемые ими. Права и ответственность продавцов по вопросам товарной информации. Права потребителей на информацию о товарах, их изготовителях и продавцах.

Тема 3. Маркировка товаров (0,5 час.)

Маркировка товаров как один из видов предоставления информации для потребителей. Маркировка: понятие, назначение, функции, виды. Способы нанесения информации и требования к ним. Структура маркировки: основные, дополнительные и информационные надписи, манипуляционные знаки, дополнительные сведения.

Маркировка товаров: производственная и торговая. Носители торговой маркировки: кассовый и товарный чеки, ценники. Носители производственной маркировки: этикетка, товарный ярлык, вкладыш, бирка и др.

Тема 4. Информационные знаки (1 час.)

Информационные знаки: понятие, назначение. Классификация на группы и подгруппы: товарные знаки и знаки обслуживания, знаки наименования места происхождения товара, знаки соответствия и качества, компонентные знаки, размерные знаки, эксплуатационные знаки, манипуляционные знаки, предупредительные знаки, экологические знаки.

Характеристика информационных знаков разных групп и подгрупп: понятие, назначение, применяемая символика, сущность заложенной в информационных знаках информации.

Особенности маркировки сертифицированных товаров и их упаковки. Правовая база использования товарных знаков. Право на товарный знак, регистрация, экспертиза, выдача свидетельства. Международная регистрация знаков. Передача товарного знака. Прекращение правовой охраны товарного знака.

Тема 5. Штриховое кодирование (0,5 час.)

Штриховое кодирование: понятие, назначение. Преимущества использования штриховых кодов. Классификация штриховых кодов: коды EAN, UPC, Interleaved 2 of 5 (ITF), GS1-128, Code 39, Codabar.

Типы штрихового кода EAN. Структура штриховых кодов EAN разных типов. Применение штриховых кодов разных типов.

Критерии правильности считывания штриховых кодов: воспроизводство символов, соблюдение цветовых сочетаний, размеров светового поля, размещение на маркировке, размеры штрихового кода. Технология нанесения и считывания штриховых кодов. Особенности технологии товародвижения с использованием штриховых кодов.

Тема 6. Маркировка однородных групп потребительских товаров (1 час.)

Маркировка продовольственных товаров. Общие и специфичные требования к информации для потребителей пищевых продуктов и табачных изделий. Особенности маркировки продовольственных товаров: консервов; ветеринарная и товароведная маркировка мяса и мясопродуктов и др.

Маркировка непродовольственных товаров. Стандарты, устанавливающие требования к информации для потребителей. Особенности маркировки непродовольственных товаров однородных групп: носители, сведения о товаре. Производственная и торговая маркировка обувных товаров, парфюмерно-косметических товаров, моющих и чистящих средств и других непродовольственных товаров.

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Практические занятия

(4 час., в том числе 2 час. с использованием методов активного обучения)

Занятие 1. Правовая и нормативная база обеспечения товарной информации (0,5 час.)

Метод активного обучения – семинар-пресс-конференция (0,25 час.)

1. Правовая база: законы РФ в области обеспечения товарной информации; объекты, нормы, устанавливаемые ими.

2. Нормативная база в области обеспечения товарной информации: виды нормативных документов, регламентирующих требования к товарной информации, нормы и правила, установленные в этих документах.

3. Правовая информация и способы ее распространения.

4. Основные характеристики и классификация справочно-правовых систем.

5. Специализированные справочно-правовые системы для торговли.

Занятие 2. Маркировка товаров как один из видов предоставления информации для потребителей (0,5 час.)

Метод активного обучения – семинар-пресс-конференция (0,25 час.)

1. Маркировка товаров и международная торговля.

2. Стандартизация в области маркировки товаров.

3. Требования, предъявляемые к маркировке товаров.

4. Торговая и производственная маркировка: понятие, носители, способы нанесения информации и требования к ним.

Занятие 3. Изучение маркировки однородных групп продовольственных и непродовольственных товаров (1 час.)

1. Изучение маркировки продовольственных товаров.

2. Изучение маркировки непродовольственных товаров.

Занятие 4. Использование штрихового кодирования товаров (1 час.)

Метод активного обучения – кейс-стади (0,5 час.)

1. Штриховое кодирование: понятие, назначение, преимущества использования.
2. Классификация штриховых кодов. Типы штрихового кода EAN, их структура.
3. Технология нанесения, считывания и использования штриховых кодов в торговле.
4. Особенности технологии товародвижения с использованием штриховых кодов.

Занятие 5. Право потребителя на информацию о товаре (1 час.)

Метод активного обучения – «мозговой штурм» (1 час.)

1. Правовая и нормативная база обеспечения товарной информации.
2. Назначение и характеристика товарной информации разных видов и форм. Требования, предъявляемые к товарной информации. Признаки недостоверной информации: искажение, введение потребителя в заблуждение.
3. Информационные знаки, используемые для информации о товарах. Их характеристика, назначение, применяемая символика, сущность заложенной в информационных знаках информации.
4. Торговая и производственная маркировка: носители, структура, требования, предъявляемые к их содержанию.
5. Особенности маркировки сертифицированных товаров и их упаковки.

III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Товарная информация» представлено в Приложении 1 и включает в себя:

- план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию;
- характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;
- требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;
- критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1.	Тема 1. Понятие о товарной информации Тема 2. Правовая база в области товарной информации	ПК-11	знает	Дискуссия (УО-4) Реферат (ПР-4) Кроссворд	Тест (ПР-1), вопросы к зачету: 1-35
	Тема 3. Маркировка товаров Тема 4. Информационные знаки		умест	Дискуссия (УО-4) Кейс-задача (ПР-11) Практическое задание (ПР-11)	Тест (ПР-1), вопросы к зачету: 1-35
	Тема 5. Штриховое кодирование Тема 6. Маркировка однородных групп потребительских товаров		владеет	Дискуссия (УО-4) Кейс-задача (ПР-11) Практическое задание (ПР-11)	Тест (ПР-1), вопросы к зачету: 1-38

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

(печатные и электронные издания)

1. Евдохова Л.Н. Теоретические основы товароведения: Учебное пособие / Евдохова Л.Н., Пинчукова Ю.М., Болотько А.Ю. - Мн.:Вышэйшая школа, 2016. - 263 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1011075>
2. Зонова Л.Н. Теоретические основы товароведения и экспертизы [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров / Л.Н. Зонова, Л.В. Михайлова, Е.Н. Власова. - М.: Дашков и К, 2016. - 192 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60521.html>
3. Калачев С.Л. Теоретические основы товароведения и экспертизы: учебник для бакалавров / С.Л. Калачев. - М.: Изд-во Юрайт, 2015. - 477 с. - Режим доступа: <https://www.biblio-online.ru/book/teoreticheskie-osnovy-tovarovedeniya-i-ekspertizy-386314>
4. Николаева М.А. Теоретические основы товароведения: учебник / М.А. Николаева. - М.: Юр.Норма, НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 448 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/502706>
5. Николаева М.А. Товарная информация: Учебник / М.А. Николаева, Л.В. Карташова. - М.: Юр.Норма, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 256 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/515222>
6. Райкова Е.Ю. Теоретические основы товароведения и экспертизы [Электронный ресурс]: учебник / Е.Ю. Райкова. - М.: ИТК «Дашков и К», 2015. - 412 с. - Режим доступа: <https://rucont.ru/efd/287083>

Дополнительная литература

(печатные и электронные издания)

1. Андреева Е.И. Идентификация товаров при проведении таможенной экспертизы / Е.И. Андреева. - М.: Российская таможенная академия, 2013. -

166 с. - Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/69714.html>

2. Григорян Е.С. Товароведение: учебное пособие / Е.С. Григорян. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 265 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/354879>

3. Елисеева Л.Г. Идентификационная и товарная экспертиза продуктов растительного происхождения [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л.Г. Елисеева, Т.Н. Иванова и др.; Под ред. Л.Г. Елисеевой. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 524 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=233727>

4. Идентификация и фальсификация непродовольственных товаров [Электронный ресурс]: учебное пособие / Под общ. ред. д.э.н., проф. И.Ш. Дзахмишевой. - 2-е изд., доп. и перераб. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2013. - 360 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=415020>

5. Карпухина С.И. Разработка и защита товарного знака по дисциплине «Защита интеллектуальной собственности и патентоведение»: методические указания к домашнему заданию / С.И. Карпухина. - М.: Изд-во МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2006. - 24 с. - Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=52099

6. Коммерческое товароведение: учебник / Под общ ред. В.И. Теплова. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. - 696 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=415262>

7. Музыкант В.Л. Брендинг: Управление брендом: учебное пособие / В.Л. Музыкант. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 316 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/416049>

8. Николаева М.А. Идентификация и обнаружение фальсификации продовольственных товаров: учебное пособие / М.А. Николаева, М.А. Положишникова. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. - 464 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=368315>

9. Попов Г.В. Идентификация и фальсификация товаров. Лабораторный

практикум: учебное пособие / Г.В. Попов, Н.Л. Клейменова. - Воронеж: Изд-во Воронежского государственного университета инженерных технологий, 2012. - 52 с. - Режим доступа: http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=9908

10. Старов С.А. Управление брендами [Электронный ресурс]: учебник / С.А. Старов; Высшая школа менеджмента СПбГУ. - 2-е изд., испр. - СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2008. - 500 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=493519>

11. Товароведение и экспертиза потребительских товаров: учебник / Рук. авт. колл. В.В. Шевченко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2009. - 752 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=177302>

12. Ходыкин А.П. Товароведение непродовольственных товаров [Электронный ресурс]: учебник / А.П. Ходыкин, А.А. Ляшко, Н. И. Волошко, А.П. Снитко. - 3-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. - 544 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=415319>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Библиотека ГОСТов и нормативных документов. Режим доступа: <http://libgost.ru/>

2. ГОСТ ЭКСПЕРТ: Единая база ГОСТов РФ. Режим доступа: <http://gostexpert.ru/>

3. ГОСТы, СНИПы, СанПиНы и др.: Образовательный ресурс. Режим доступа: <http://g-ost.ru/>

4. Евразийский экономический союз: Правовой портал. Режим доступа: <http://www.eurasiancommission.org/>

5. Открытая база ГОСТов. Режим доступа: <http://standartgost.ru/>

6. Товароведение и экспертиза товаров: Форум товароведов. Статьи по товароведению, экспертизе товаров, стандартизации, сертификации, торговле. Режим доступа: <http://www.znaytovar.ru/>

7. Codex Alimentarius. International Food Standards. Режим доступа: <http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/codex-home/en/>

Перечень информационных технологий и программного обеспечения

1. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
2. Справочно-правовая система «Гарант». Режим доступа: www.garant.ru
3. Справочная система «Кодекс». Режим доступа: <http://www.kodeks.ru/>
4. Программное обеспечение: Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint.

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Реализация дисциплины «Товарная информация» предусматривает следующие виды учебной работы: лекции, практические занятия, самостоятельную работу студентов, текущий контроль и промежуточную аттестацию.

Освоение дисциплины «Товарная информация» предусматривает со стороны преподавателя текущий контроль за посещением студентами лекций, подготовкой и выполнением практических работ и всех видов самостоятельной работы.

Промежуточной аттестацией по дисциплине «Товарная информация» является зачет, который проводится в виде тестирования.

Рекомендации по планированию и организации времени, отведенного на изучение дисциплины

Оптимальным вариантом планирования и организации студентом времени, необходимого для изучения дисциплины, является равномерное распределение учебной нагрузки, т.е. систематическое ознакомление с теоретическим материалом на лекционных занятиях и закрепление полученных знаний при подготовке к практическим занятиям и заданий, предусмотренных для самостоятельной работы студентов.

Подготовку к практическим занятиям необходимо проводить заранее, чтобы была возможность проконсультироваться с преподавателем по возникающим вопросам. В случае пропуска, необходимо предоставить письменную разработку пропущенного практического занятия.

Самостоятельную работу следует выполнять согласно графику и требованиям, предложенным преподавателем.

Алгоритм изучения дисциплины

Изучение курса должно вестись систематически и сопровождаться составлением подробного конспекта. В конспект рекомендуется включать все виды учебной работы: лекции, самостоятельную проработку рекомендуемой основной и дополнительной литературы, материалы, используемые для подготовки к практическим занятиям, решение кроссвордов, ответы на вопросы для самоконтроля и другие задания, предусмотренные для самостоятельной работы студентов.

Основным промежуточным показателем успешности студента в процессе изучения дисциплины является его готовность к практическим занятиям.

Приступая к подготовке к практическим занятиям, прежде всего, необходимо ознакомиться с планом занятия, изучить соответствующую литературу, нормативно-правовую документацию. По каждому вопросу практического занятия студент должен определить и усвоить ключевые понятия и представления. В случае возникновения трудностей студент должен и может обратиться за консультацией к ведущему преподавателю.

Критерием готовности к практическим занятиям является умение студента ответить на все контрольные вопросы, рекомендованные преподавателем.

Знания, полученные студентами в процессе изучения дисциплины, должны закрепляться не повторением, а применением материала. Этой цели при изучении дисциплины «Товарная информация» служат активные формы

и методы обучения, такие как дискуссия (семинар-пресс-конференция, «мозговой штурм»), кейс-задача (кейс-стади), которые дают возможность студенту освоить профессиональные компетенции и проявить их в условиях, имитирующих профессиональную деятельность.

Особое значение для освоения теоретического материала и для приобретения и формирования умений и навыков имеет самостоятельная работа студентов. Самостоятельная работа студентов по данной дисциплине предусматривает изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, написание рефератов, решение кроссвордов, подготовку к практическим занятиям и промежуточной аттестации – зачету.

Для самопроверки усвоения теоретического материала, подготовки к практическим занятиям и сдаче зачета студентам предлагаются вопросы для самоконтроля.

Рекомендации по использованию методов активного обучения

Для повышения эффективности образовательного процесса и формирования активной личности студента важную роль играет такой принцип обучения как познавательная активность студентов. Целью такого обучения является не только освоение знаний, умений, навыков, но и формирование основополагающих качеств личности, что обуславливает необходимость использования методов активного обучения, без которых невозможно формирование специалиста, способного решать профессиональные задачи в современных рыночных условиях.

Для развития профессиональных навыков и личности студента по дисциплине «Товарная информация» используются такие методы активного обучения как дискуссия (семинар-пресс-конференция, «мозговой штурм») и кейс-задача (кейс-стади).

Семинар-пресс-конференция (групповая дискуссия) – процесс общения участников в форме диалога, в ходе которого происходит формирование практического опыта совместного участия в обсуждении и разрешении

теоретических и практических проблем. На семинаре обучающиеся учатся точно выражать свои мысли в докладах и выступлениях, активно отстаивать свою точку зрения, аргументировано возражать, опровергать ошибочную позицию собеседника. В такой работе студент получает возможность построения собственной деятельности, что и обуславливает высокий уровень его интеллектуальной и личностной активности, включенности в процесс учебного познания.

Необходимым условием развертывания продуктивной дискуссии являются личные знания, которые приобретаются студентами на предыдущих занятиях, в процессе самостоятельной работы.

Особая роль в семинаре принадлежит преподавателю, который должен организовать такую подготовительную работу, которая обеспечит активное участие в дискуссии каждого студента. Он определяет проблему и отдельные подпроблемы, которые будут рассматриваться на семинаре; подбирает основную и дополнительную литературу для докладчиков и выступающих; распределяет функции и формы участия студентов в коллективной работе; руководит всей работой семинара; подводит итоги состоявшейся дискуссии.

Во время семинара преподаватель задает вопросы, делает отдельные замечания, уточняет основные положения докладов студентов, фиксирует противоречия в рассуждениях.

«Мозговой штурм» (мозговая атака, брейнсторминг) – один из наиболее популярных методов, позволяющий найти решение сложных проблем путем применения специальных правил обсуждения.

Метод мозгового штурма заключается в стимулировании творческой активности студентов, при котором участникам обсуждения предлагается высказывать как можно большее количество вариантов решения, в том числе самых фантастичных. Затем из общего числа высказанных идей отбираются наиболее удачные, которые могут быть использованы на практике.

Целью данного метода является организация коллективной мыслительной деятельности обучающихся по поиску нетрадиционных путей решения проблем.

Использование метода мозгового штурма в учебном процессе позволяет решить следующие задачи:

- творческое усвоение студентами учебного материала;
- связь теоретических знаний с практикой;
- активизация учебно-познавательной деятельности студентов;
- формирование способности концентрировать внимание и мыслительные усилия на решении актуальной задачи;
- формирование опыта коллективной мыслительной деятельности.

Проблема, формулируемая на занятии по методике мозгового штурма, должна иметь теоретическую или практическую актуальность и вызывать активный интерес студентов. Общим требованием, которое необходимо учитывать при выборе проблемы для мозгового штурма – возможность многих неоднозначных вариантов решения проблемы, которая выдвигается перед учащимися как учебная задача.

Кейс-стади – техника обучения, использующая описание реальных практических ситуаций (от англ. **case** — «случай»).

Обучающихся просят проанализировать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них.

Решение кейса проходит в несколько этапов:

- ознакомление с представленной ситуацией и ее особенностями;
- анализ ситуации – перевод изложенной в кейсе информации в набор логически связанных вопросов, выделение основной проблемы, факторов и персоналий, которые могут реально воздействовать на ситуацию;
- оценка принятых мер;
- предоставление развернутых ответов на вопросы к кейсу;
- обсуждение действий и сравнение их возможной эффективности.

На этапе ознакомления с кейсом студенты самостоятельно оценивают ситуацию, изложенную в тексте, устанавливают ключевые факторы и проводят анализ проблем, стоящих перед предприятием. Затем формулируют план действий и оценивают возможности его реализации. По окончании

самостоятельного анализа студенты должны ответить на вопросы, выполнить задания и составить письменный отчет в виде конспекта по данному кейсу.

Углубленное понимание описанной в кейсе проблемы достигается за счет коллективного обсуждения во время занятия. Для этого учебная группа делится на подгруппы (3-5 человек) с целью максимального вовлечения в процесс анализа ситуации каждого студента. В завершении работы над кейсом подгруппы делают доклад о своих результатах. Затем обсуждаются результаты работы по кейсу всей учебной группы в целом, и сравнивается активность участников подгрупп. В заключении преподаватель подводит итоги обсуждения темы и оценивает работу студентов.

Рекомендации по работе с литературой

При самостоятельной работе с рекомендуемой литературой студентам необходимо придерживаться определенной последовательности:

- при выборе литературного источника теоретического материала лучше всего исходить из основных понятий изучаемой темы курса, чтобы точно знать, что конкретно искать в том или ином издании;
- для более глубокого усвоения и понимания материала следует читать не только имеющиеся в тексте определения и понятия, но и конкретные примеры;
- чтобы получить более объемные и системные представления по рассматриваемой теме необходимо просмотреть несколько литературных источников (возможно альтернативных);
- не следует конспектировать весь текст по рассматриваемой теме, так как такой подход не дает возможности осознать материал; необходимо выделить и законспектировать только основные положения, определения и понятия, позволяющие выстроить логику ответа на изучаемые вопросы.

Рекомендации по подготовке к зачету

Подготовка к зачету и его результативность также требует у студентов умения оптимально организовывать свое время. Идеально, если студент

ознакомился с основными положениями, определениями и понятиями курса в процессе аудиторного изучения дисциплины. Тогда подготовка к зачету по контрольным вопросам позволит систематизировать изученный материал и глубже его усвоить.

Подготовку к зачету лучше начинать с распределения предложенных контрольных вопросов по темам курса. Затем необходимо выяснить наличие теоретических источников (конспекта лекций, учебников, учебных пособий).

При изучении материала следует выделять основные положения, определения и понятия, можно их конспектировать. Выделение опорных положений даст возможность систематизировать представления по дисциплине и, соответственно, результативнее подготовиться к зачету.

VII. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Товарная информация» необходимы:

- учебная аудитория с мультимедийным проектором и экраном;
- правовая, нормативная и техническая документация (Законы РФ, ТР ТС, ГОСТы, ТУ и др.);
- носители торговой и производственной маркировки продовольственных и непродовольственных товаров (ценники, товарные и кассовые чеки, этикетки, ярлыки, вкладыши, кольеретки, бирки, контрольные ленты, клейма, штампы и др.).

В читальных залах Научной библиотеки ДВФУ предусмотрены рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья, оснащены дисплеями и принтерами Брайля, оборудованные портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувелечителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и

ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья все здания ДВФУ оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной системы.



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**
по дисциплине «Товарная информация»

Направление подготовки 38.03.07 Товароведение
профиль «Товарный менеджмент»
Форма подготовки заочная

г. Владивосток
2016

План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Дата / сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1.	До начала экзаменационной сессии	Выполнение реферата	24	Защита реферата
2.	До начала экзаменационной сессии	Решение кроссворда	20	Защита кроссворда
3.	До начала и в течение экзаменационной сессии	Подготовка к практическим занятиям	16	Участие в дискуссии, в обсуждении кейс-задачи, отчет по практическому заданию
4.	До начала и в течение экзаменационной сессии	Подготовка к зачету	4	Тестирование
ИТОГО			64	

Рекомендации по самостоятельной работе студентов

Особое значение для освоения теоретического материала и для приобретения и формирования умений и навыков имеет самостоятельная работа студентов.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине «Товарная информация» предусматривает изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, написание рефератов, решение кроссвордов, подготовку к практическим занятиям и промежуточной аттестации – зачету.

Для самопроверки усвоения теоретического материала, подготовки к практическим занятиям и сдаче зачета студентам предлагаются вопросы для самоконтроля.

Рекомендации по работе с литературой

При самостоятельной работе с рекомендуемой литературой студентам необходимо придерживаться определенной последовательности:

– при выборе литературного источника теоретического материала лучше всего исходить из основных понятий изучаемой темы курса, чтобы точно знать, что конкретно искать в том или ином издании;

- для более глубокого усвоения и понимания материала следует читать не только имеющиеся в тексте определения и понятия, но и конкретные примеры;
- чтобы получить более объемные и системные представления по рассматриваемой теме необходимо просмотреть несколько литературных источников (возможно альтернативных);
- не следует конспектировать весь текст по рассматриваемой теме, так как такой подход не дает возможности осознать материал; необходимо выделить и законспектировать только основные положения, определения и понятия, позволяющие выстроить логику ответа на изучаемые вопросы.

Методические указания к выполнению реферата

Цели и задачи реферата

Реферат (от лат. *refero* – докладываю, сообщаю) представляет собой краткое изложение проблемы практического или теоретического характера с формулировкой определенных выводов по рассматриваемой теме.

Целями написания реферата являются:

- развитие у студентов навыков поиска актуальных проблем в области товарной информации;
- развитие навыков краткого изложения материала с выделением лишь самых существенных моментов, необходимых для раскрытия сути проблемы;
- развитие навыков анализа изученного материала и формулирования собственных выводов по выбранному вопросу в письменной форме, научным, грамотным языком.

Задачами написания реферата являются:

- научить студента максимально верно передать мнения авторов, на основе работ которых студент пишет свой реферат;
- подготовить студента к дальнейшему участию в научно-практических конференциях, семинарах и конкурсах;
- помочь студенту определиться с интересующей его темой, дальнейшее раскрытие которой возможно осуществить при написании курсовой работы или выпускной квалификационной работы.

Основные требования к содержанию реферата

Реферат должен быть написан каждым студентом самостоятельно. Студент должен использовать только те литературные источники (научные статьи, монографии, пособия и т.д.), которые имеют прямое отношение к избранной им теме. Не допускаются отстраненные рассуждения, не связанные с анализируемой проблемой. Оглавление должно четко отражать основное содержание работы и обеспечивать последовательность изложения. Студенту необходимо строго придерживаться логики изложения – начинать с определения и анализа понятий, перейти к постановке проблемы, проанализировать пути ее решения и сделать соответствующие выводы. Работа должна быть достаточно краткой, но раскрывающей все вопросы содержания и тему.

По своей структуре реферат должен иметь титульный лист, оглавление, введение (где студент формулирует проблему, подлежащую анализу и исследованию), основной текст (где последовательно раскрывается избранная тема), заключение (где студент формулирует выводы, сделанные на основе основного текста работы), список использованных источников (10-15 наименований). В список использованных источников вносятся не только источники, на которые студент ссылается при подготовке реферата, но и иные, которые были изучены им при подготовке реферата.

Оформление реферата осуществляется в соответствии с Требованиями к оформлению письменных работ, выполняемых студентами и слушателями ДВФУ (2011 г.) или Методическими указаниями ШЭМ ДВФУ по выполнению и оформлению выпускных квалификационных и курсовых работ (сост. В.В. Лихачева, А.Б. Косолапов, Г.М. Сысоева, Е.П. Володарская, Е.С. Фищенко. – Владивосток: Издательский дом Дальневост. федерал. ун-та, 2014. – 43 с.).

Порядок сдачи реферата и его оценка

Реферат пишется студентами в сроки, устанавливаемые преподавателем по реализуемой дисциплине, и сдается преподавателю, ведущему дисциплину.

При оценке реферата учитываются соответствие содержания выбранной теме, четкость структуры работы, умение работать с научной литературой и

нормативными и техническими документами, логически мыслить, владеть профессиональной терминологией, грамотность оформления.

По результатам проверки реферата и его защиты студенту выставляется определенное количество баллов, которое учитывается при общей оценке промежуточной аттестации.

Критерии оценки реферата

– пять баллов – выставляется студенту, если студент выразил свое мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно;

– четыре балла – работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы;

– три балла – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы;

– два балла – если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст, без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Тематика рефератов

1. Законодательное обеспечение права потребителя на информацию о товарах.
2. Нормативное обеспечение права потребителя на информацию о товарах.
3. Информация для покупателей и порядок ее предоставления в торговом предприятии.
4. Классификаторы в информационном обеспечении товародвижения.
5. Информационно-поисковые системы.
6. Требования к маркировке товаров за рубежом.
7. Современные системы штрихового кодирования.
8. Совершенствование технологии товародвижения с использованием штрихового кодирования.
9. Экологическая маркировка товаров в России и за рубежом.
10. Идентифицирующие функции маркировки алкогольных напитков.
11. Требования к маркировке пищевых продуктов за рубежом.
12. Информация для потребителей о парфюмерно-косметических изделиях.
13. Информационные процессы в торговле. Информационные ресурсы национальных и международных сетей.
14. Специализированная справочно-правовая система «Кодекс».
15. Право потребителей на информацию и защита прав потребителей. Состояние вопроса в России и за рубежом.
16. Знаки оценки соответствия национальных и международных организаций зарубежных стран.
17. Правила оформления эксплуатационных документов при реализации технически сложных товаров.
18. Стандартизация в области маркировки товаров.
19. Информационные знаки, применяемые для маркировки товаров.
20. Экологические информационные знаки зарубежных стран.
21. Федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной

собственности: область компетенции.

22. Ответственность за незаконное использование товарного знака и наименования места происхождения товара.

23. История создания штрихового кодирования.

24. Технология использования штрихового кодирования в торговле.

25. Штрих-код как критерий предпочтительного выбора товаров продавцами, применяющими технологию товародвижения с использованием штриховых кодов.

26. Особенности маркировки товаров за рубежом.

27. Реклама как средство информации о товаре.

28. Правовая охрана товарного знака в зарубежных странах.

29. Деятельность ассоциации автоматической идентификации ЮНИСКАН/GSI RUSSIA.

30. Правовая охрана товарных знаков в России.

31. Современные средства автоматической идентификации товаров.

32. Товарные знаки: создание, регистрация и правовая защита.

33. Современные требования, предъявляемые к маркировке консервов (алкогольных напитков, мясных товаров и др.).

34. Современные требования, предъявляемые к маркировке драгоценных металлов (электробытовых товаров, мебели и др.).

35. Информация для потребителей о парфюмерно-косметических изделиях.

Методические указания к решению кроссворда

Кроссворд – игра-задача, в которой фигура из рядов пустых клеток заполняется перекрещивающимися словами со значениями, заданными по условиям игры.

Кроссворды содержат игровую (разгадывание) и учебную (овладение определенными знаниями, умениями и навыками) задачи, из чего следует, что достоинство данного дидактического средства заключается в том, что

кроссворды вносят в познавательный процесс игровой элемент, активизируют умственную деятельность, стимулируют сознательный поиск в изучаемой области.

Решение кроссворда предполагает дачу правильных ответов на поставленные вопросы и требует от студента умения работать со справочной и учебной литературой, нормативными и техническими документами, что способствует развитию личностных качеств, способность сопоставлять, побуждает к расширению и углублению знаний, тренирует память, расширяет кругозор, стимулирует интерес к изучаемой теме и к дисциплине в целом.

Порядок сдачи кроссворда и его оценивание

Кроссворд выполняется студентами в сроки, устанавливаемые преподавателем по реализуемой дисциплине, и сдается преподавателю, ведущему дисциплину.

При оценке решения кроссворда учитывается количество правильных данных ответов на поставленные вопросы.

По результатам проверки кроссворда и его защиты студенту выставляется определенное количество баллов, которое учитывается при общей оценке промежуточной аттестации.

Критерии оценки кроссворда

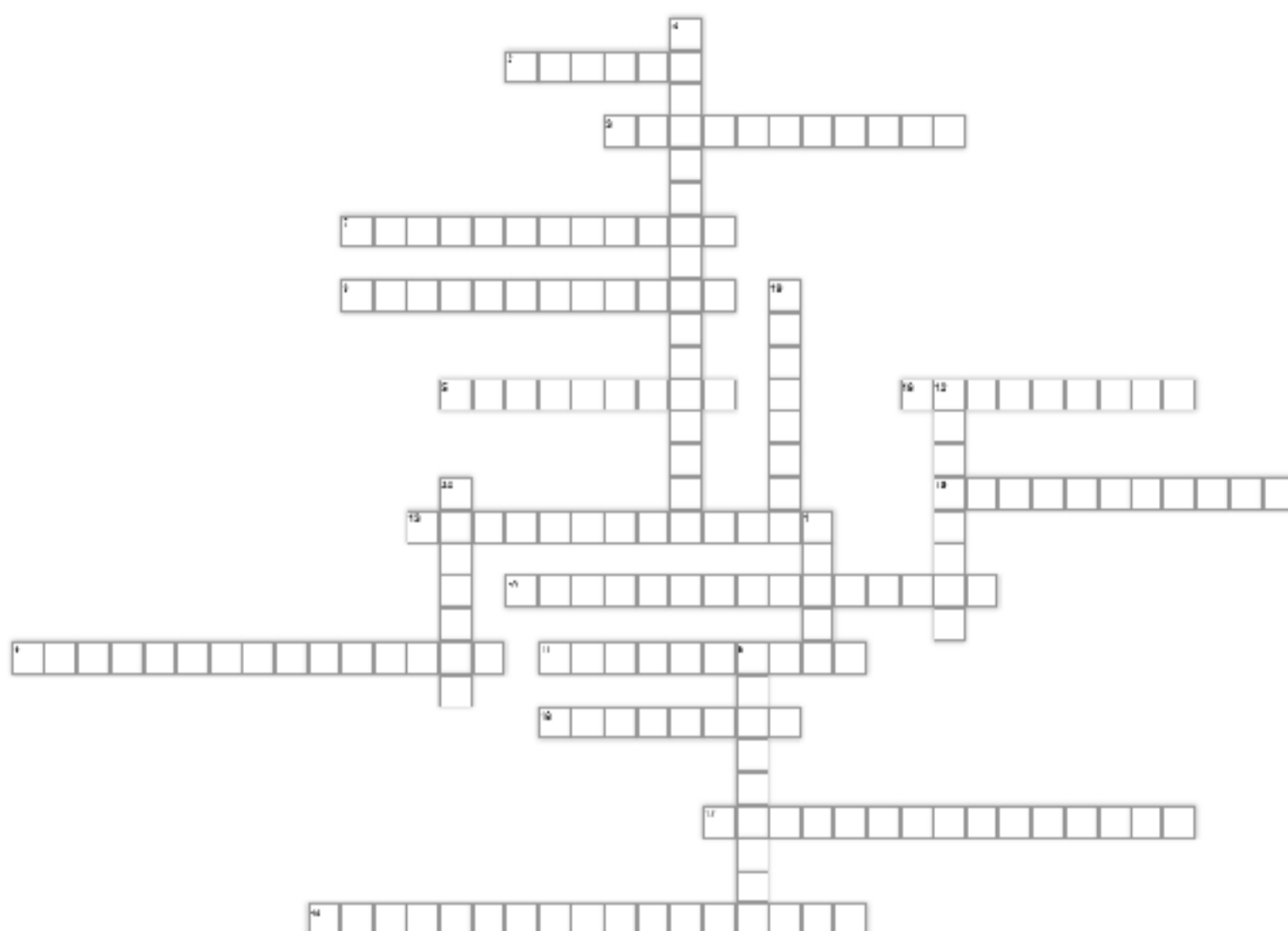
– пять баллов – выставляется студенту, если студент дал правильные ответы на все поставленные в кроссворде вопросы;

– четыре балла – не более 2 неправильных или отсутствующих ответов на поставленные в кроссворде вопросы;

– три балла – 3-4 неправильных или отсутствующих ответов на поставленные в кроссворде вопросы;

– два балла – более 4 неправильных или отсутствующих ответов на поставленные в кроссворде вопросы.

Варианты кроссвордов



1. Изделие заданных формы, размеров и материала, предназначенное для нанесения маркировки, прикрепляемое или прилагаемое к упаковке или продукции или вкладываемое в упаковку.
2. Носитель торговой маркировки.
3. Штриховой код, в котором знаки не разделены между собой знаком-разделителем, а конец символа штрих-кода обозначает начало следующего символа.
4. Знаки, предназначенные для информирования о способах ухода и монтажа товаров.
5. Знак, предназначенный для автоматизированных идентификаций и учета информации о товаре, закодированный в виде цифр или штрихов.
6. Знаки, предназначенные для информации о способах обращения с товарами.
7. Маркировка, информирующая о получателе, отправителе и способах обращения с упакованной продукцией при ее транспортировании и хранении.
8. Сигнальное слово, которое обозначает в предупредительной

маркировке большой риск.

9. Реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

10. Штриховой код, который может считываться в двух направлениях (слева направо и справа налево).

11. Слова, обозначения, торговые марки, фирменные знаки, иллюстрированный материал или символы, относящиеся к пищевому продукту и размещенные на упаковке, документах, уведомлениях, этикетках, кольеретках или кольцевых ярлыках, сопровождающих данный пищевой продукт.

12. Штрих-код, читаемый в одном направлении (по горизонтали) и позволяющий кодировать до 20-30 символов.

13. Маркировка, информирующая о применяемых упаковочных материалах и о возможности утилизации упаковки после извлечения продукции.

14. Знаки, предназначенные для обеспечения безопасности потребителей и окружающей среды.

15. Системы кодирования (по стране-происхождения).

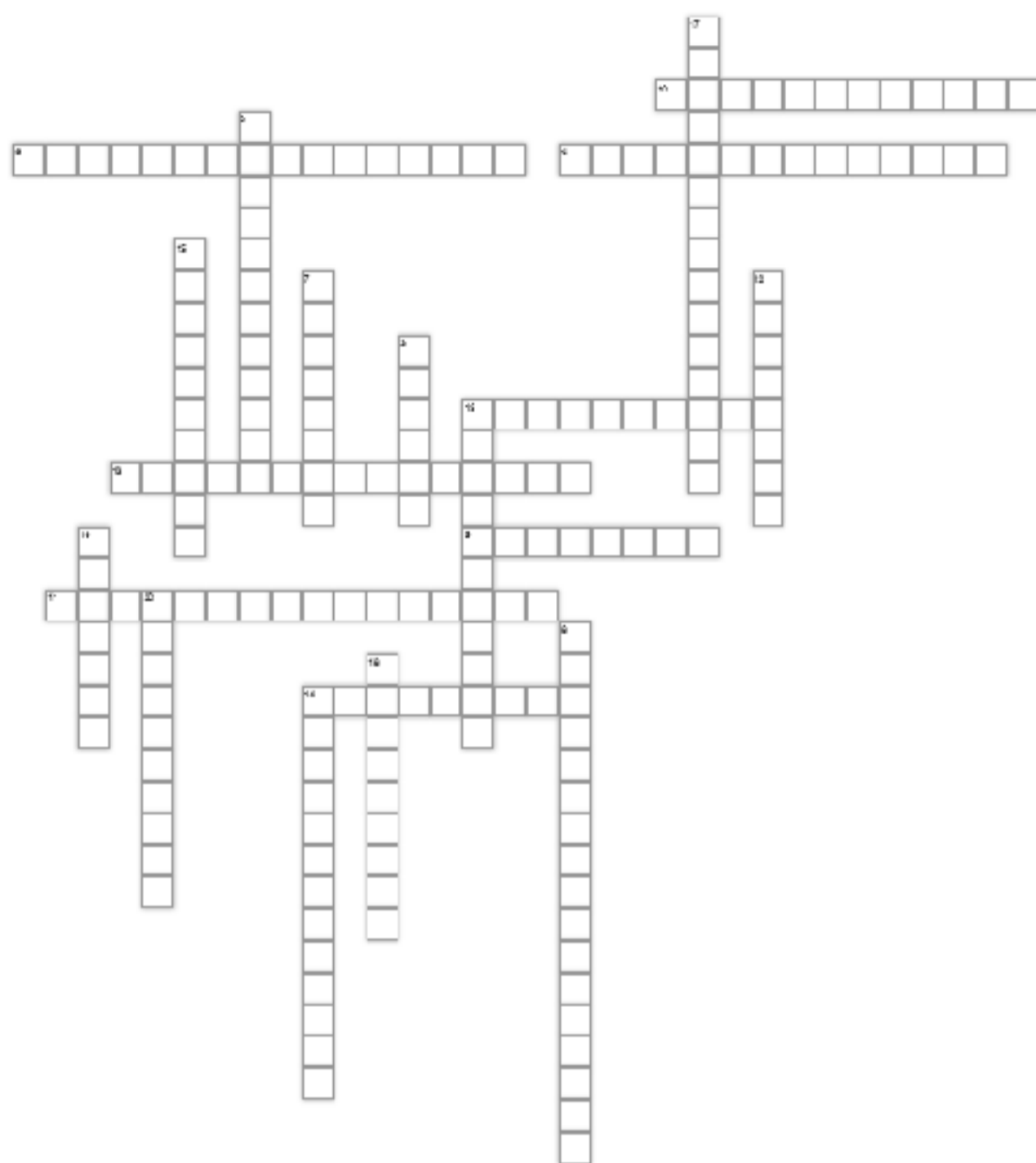
16. Количество символов, которое может быть закодировано в единице длины штрих-кода.

17. Вид товарной информации.

18. Информация о товаре или услуге, изготовителе, продавце, предусмотренные законодательством и доводимые до покупателя с целью ознакомления с товаром и особенностями его использования.

19. Средство информации об упакованной продукции и ее изготовителе, располагаемое на самой продукции, на листе-вкладыше или на ярлыке, прикрепляемое или прилагаемое к упаковочной единице.

20. Носитель информации, на который наносится маркировка и который помещается в потребительскую упаковку и (или) транспортную упаковку либо прилагается к потребительской упаковке и (или) к транспортной упаковке.



1. Требование, предъявляемое к товарной информации.
2. Информационные знаки, которые обозначаются буквой «Е» и трех- или четырехзначным цифровым кодом.
3. Основной размер, которому кратны все величины, определяющие параметры элементов изображения штрихового кода.
4. Основная функция маркировки.
5. Средство или комплекс средств, обеспечивающих защиту продукции от повреждения и потерь, окружающей среды от загрязнений, а также обеспечивающих процесс обращения продукции.
6. Вид товарной информации.
7. Сигнальное слово, которое обозначает в предупредительной маркировке потенциальную угрозу риска.

8. Знаки, предназначенные для обеспечения безопасности потребителя и окружающей среды при эксплуатации потенциально опасных товаров путем предупреждения об опасности или указания на действия о предупреждении опасности.

9. Ведомство, осуществляемое регистрацию товарных знаков.

10. Вид товарной информации, к которой относится штриховое кодирование.

11. Документы, предназначенные для передачи и хранения информации о правилах эксплуатации сложно-технических товаров.

12. Способ кодирования информации.

13. Маркировка, информирующая об изготовителе и качестве упакованной продукции.

14. Первичный источник товарной информации.

15. Этикетка небольших размеров разнообразной формы, наклеиваемая на горловину бутылки.

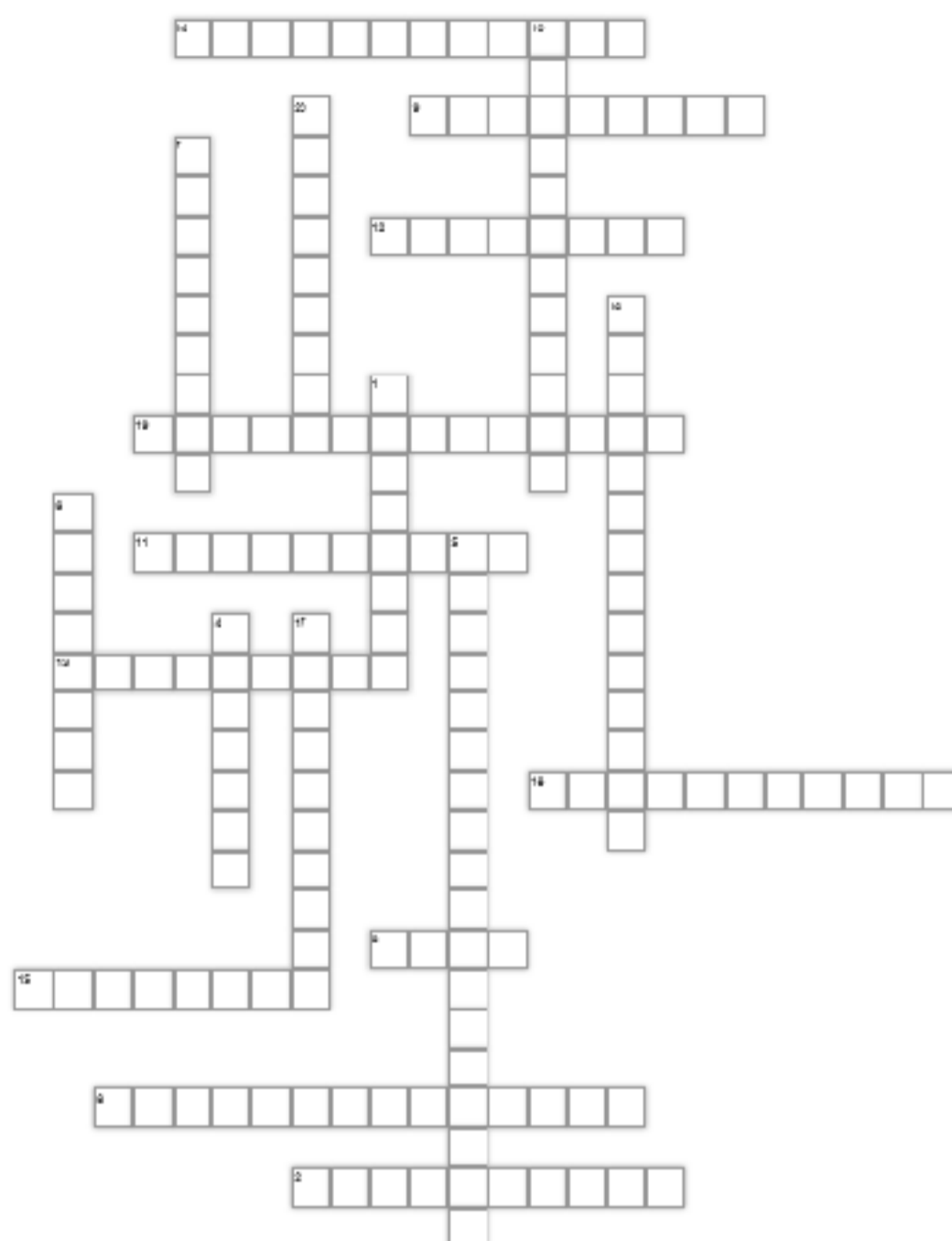
16. Информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

17. Форма товарной информации, обеспечивающая зрительное и эмоциональное восприятие сведений о товарах с помощью художественных и графических изображений.

18. Условное обозначение состава и последовательности расположения знаков в штрих-коде.

19. Штриховой код, в котором знаки разделены межзначными интервалами (знаком-разделителем). В таком коде знаки могут считываться отдельно друг от друга.

20. Товарные знаки, присваиваемые государством предприятиям или фирмам за особые заслуги.



1. Штриховой код, кодирующий только цифры.
2. Товарные знаки, которые присваиваются и не подлежат регистрации в патентных органах.
3. Установленное сочетание в штрих-коде штрихов и пробелов различной ширины, соответствующее определенной цифре, букве или специальному знаку кода.
4. Средство товарной информации.
5. Требование к информации, обязательное для выполнения лицом, получившим доступ к определенной информации, требование не передавать такую информацию третьим лицам без согласия ее обладателя.
6. Информационный ресурс товарной информации.
7. Сигнальное слово, которое обозначает в предупредительной маркировке риск средней степени.

8. Знаки, предназначенные для идентификации отдельных или совокупных характеристик товара.

9. Способ кодирования информации.

10. Вид товарной информации.

11. Текст, условное обозначение или рисунок, нанесенные на упаковку и (или) товар, а также другие вспомогательные средства, предназначенные для идентификации товара или отдельных его свойств.

12. Знаки, способные отличать собственно товары и услуги одних юридических лиц от однородных товаров и услуг других юридических или физических лиц.

13. Штрих-код, читаемый в двух направлениях – по горизонтали и вертикали и позволяющий кодировать до нескольких страниц текста.

14. Системы кодирования (по стране-происхождения).

15. Маркировка в виде текста, условного обозначения или рисунка, нанесенная продавцом на товарные или кассовые чеки, упаковки и (или) товар.

16. Достаточность товарной информации.

17. Сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления.

18. Гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

19. Основное назначение средств товарной информации.

20. Владелец товарного знака.

Вопросы для самоконтроля

Вопросы для самоконтроля предназначены для самопроверки студентом усвоения теоретического материала, подготовки к практическим занятиям и сдаче зачета. Для удобства пользования вопросы для самоконтроля разбиты по темам теоретической части курса.

Тема 1. Понятие о товарной информации

1. Сформулируйте понятия: информация, информационное обеспечение, информационные ресурсы.
2. Какие существуют виды и формы информации о товаре?
3. Назначение и краткая характеристика товарной информации разных видов и форм.
4. Какие функции выполняет товарной информации?
5. Средства товарной информации: классификация и назначение.
6. Понятие информационных ресурсов, их назначение и краткая характеристика.
7. Перечислите свойства товарной информации и дайте им характеристику.
8. Требования, предъявляемые к товарной информации.
9. Объясните, что понимают под достоверностью (доступностью, достаточностью) товарной информации?
10. Охарактеризуйте нормативные документы в области товарной информации.

Тема 2. Правовая база в области товарной информации

1. Какие законы РФ формируют правовую базу в области товарной информации?
2. В каких законах РФ определены права потребителей на информацию о товарах, их изготовителях и продавцах?
3. Правовая информация и способы ее распространения.
4. Какая предусматривается ответственность за ненадлежащую информацию?
5. Перечислите права потребителей на информацию о товарах, их изготовителях и продавцах в соответствии с законом РФ «О защите прав потребителей».
6. Перечислите требования, предъявляемые к информации о товарах, в

соответствии с законом РФ «О защите прав потребителей».

7. Перечислите основные положения федерального закона «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», регламентирующие требования к информации и устанавливающие меры по ее защите.

8. Какие существуют меры ответственности за предоставление потребителям ненадлежащей информации о товарах, их изготовителях и продавцах?

9. Перечислите требования, предъявляемые к рекламе в федеральном законе «О рекламе».

10. Что такое «ненадлежащая реклама»?

Тема 3. Маркировка товаров

1. Дайте определение термину «маркировка».

2. Назовите основные функции и виды маркировки.

3. Назовите основные носители товарной маркировки.

4. Назовите основные носители производственной маркировки.

5. Что такое кольеретка?

6. Охарактеризуйте назначение и содержание транспортной маркировки.

7. Перечислите и охарактеризуйте требования нормативных документов к маркировке товаров.

8. Дайте характеристику общим требованиям, предъявляемым к маркировке товаров.

9. Дайте характеристику специфичным требованиям, предъявляемым к маркировке товаров.

10. Из каких элементов состоит маркировка товаров? Охарактеризуйте их.

Тема 4. Информационные знаки

1. Назовите группы и виды информационных знаков, укажите их значение и месторасположения на маркировке.

2. Товарные знаки: понятие, назначение, классификация. Передача и прекращение правовой охраны товарного знака.

3. Знаки соответствия и знаки качества: понятие, классификация в зависимости от сферы применения.

4. Особенности маркировки сертифицированных товаров и их упаковки.

5. Относительные особенности товарного знака и наименования места происхождения товара.

6. Какие существуют разновидности компонентных знаков в зависимости от их технологических функций?

7. В чем состоит особенность эксплуатационных и манипуляционных знаков?

8. Перечислите и охарактеризуйте основные виды предупредительных знаков.

9. Экологические знаки: понятие, классификация и назначение. Наиболее распространенные экознаки.

10. Значимость экологических знаков.

Тема 5. Штриховое кодирование

1. Штриховое кодирование: понятие, назначение.

2. Преимущества использования штриховых кодов.

3. Классификация штриховых кодов: EAN, UPC, Interleaved 2 of 5 (ITF), GS1-128, Code 39, Codabar.

4. Какие требования предъявляются к нанесению штриховых кодов?

5. Какие существуют типы штрихового кода EAN?

6. Охарактеризуйте структуру штриховых кодов EAN разных типов.

7. Перечислите критерии правильности считывания штриховых кодов.

8. Технология нанесения и считывания штриховых кодов.

9. Особенности технологии товародвижения с использованием штриховых кодов.

10. Какие существуют системы кодирования товарной информации?

Тема 6. Маркировка однородных групп потребительских товаров

1. Какие общие требования предъявляются к информации для потребителей о продовольственных товарах?

2. Какие требования предъявляются к маркировке состава пищевой продукции?

3. Какие нормативные документы устанавливают требования к информации для потребителей о продовольственных товарах?

4. Особенности маркировки консервов: расшифровка условных обозначений на штампах банок.

5. Ветеринарное и товароведное клеймение мяса.

6. Какие общие требования предъявляются к информации для потребителей о непродовольственных товарах?

7. Какие нормативные документы устанавливают требования к информации для потребителей о непродовольственных товарах?

8. В чем состоит особенность маркировки обуви?

9. Какой существует знак, указывающий на срок годности косметических и гигиенических средств?

10. Что означают знаки «Яблочко» и «Кролик» на маркировке непродовольственных товаров?



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ЭКОНОМИКИ И МЕНЕДЖМЕНТА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по дисциплине «Товарная информация»

Направление подготовки 38.03.07 Товароведение
профиль «Товарный менеджмент»
Форма подготовки заочная

г. Владивосток
2016

Паспорт фонда оценочных средств

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-11 умение оценивать соответствие товарной информации требованиям нормативной документации	Знает	основные понятия в области товарной информации и нормативно-правовую базу, регламентирующую состав и порядок ее нанесения
	Умеет	применять знания в области товарной информации для осуществления торгово-технологических процессов и оценивать ее соответствие требованиям нормативной документации
	Владеет	навыками получения сведений о товарах для осуществления торгово-технологических процессов и использования нормативно-правовой базы для оценки соответствия товарной информации требованиям действующей нормативной документации

№ п/п	Контролируемые темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций	Оценочные средства		
			текущий контроль	промежуточная аттестация	
1.	Тема 1. Понятие о товарной информации	ПК-11	знает	Дискуссия (УО-4) Реферат (ПР-4) Кроссворд	Тест (ПР-1), вопросы к зачету: 1-35
	Тема 2. Правовая база в области товарной информации				
	Тема 3. Маркировка товаров			умеет	
Тема 4. Информационные знаки					
	Тема 5. Штриховое кодирование		владеет	Дискуссия (УО-4) Кейс-задача (ПР-11) Практическое задание (ПР-11)	Тест (ПР-1), вопросы к зачету: 1-38
	Тема 6. Маркировка однородных групп потребительских товаров				

Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		Критерии	Показатели
	знает (пороговый уровень)	основные понятия в области товарной информации и нормативно-правовую базу, регламентирующую состав и порядок ее нанесения	знание основных понятий в области товарной информации и нормативно-правовой базы, регламентирующей состав и порядок ее нанесения	<ul style="list-style-type: none"> – способность перечислить средства, виды, формы, функции товарной информации, дать их характеристику; – способность охарактеризовать сферы использования товарной информации; – способность перечислить и охарактеризовать нормативно-правовые и технические документы, регламентирующие состав и порядок нанесения информации о товарах; – способность перечислить и охарактеризовать требования, предъявляемые к товарной информации
ПК-11 умение оценивать соответствие товарной информации требованиям нормативной документации	умеет (продвинутый)	применять знания в области товарной информации для осуществления торговых технологических процессов и оценивать ее соответствие требованиям нормативной документации	умение применять знания в области товарной информации для осуществления торговых технологических процессов и оценивать ее соответствие требованиям нормативной документации	<ul style="list-style-type: none"> – способность различать виды и формы товарной информации, используемые при осуществлении торговых технологических процессов; – способность по товарной информации определять основные характеристики товаров (количественные, качественные, ассортиментные и стоимостные) для осуществления торговых технологических процессов; – способность по товарной информации грамотно описывать потребительские свойства товаров и устанавливать их показатели; – способность проводить оценку информации на маркировке товаров в соответствии с требованиями нормативно-правовых и технических документов; – способность по товарной информации идентифицировать ассортиментную принадлежность, отдельные или совокупные характеристики товаров

	владеет (высокий)	навыками получения сведений о товарах для осуществления торговых-технологических процессов и использования нормативно-правовой базы для оценки соответствия товарной информации требованиям действующей нормативной документации	владение навыками получения сведений о товарах для осуществления торговых-технологических процессов и использования нормативно-правовой базы для оценки соответствия товарной информации требованиям действующей нормативной документации	<ul style="list-style-type: none"> – способность владеть эффективными способами и приемами получения товарной информации для осуществления торговых-технологических процессов; – способность выбирать и использовать наиболее эффективные и точные средства и источники получения товарной информации для осуществления торговых-технологических процессов; – способность подтверждать соответствие информации на маркировке товаров установленным требованиям; – способность самостоятельно систематизировать и обобщать товарную информацию для осуществления торговых-технологических процессов; – способность выявлять и распознавать информационную фальсификацию товаров
--	----------------------	--	---	---

Зачетно-экзаменационные материалы

Оценочные средства для промежуточной аттестации

Тестовые задания

1. основополагающая товарная информация включает:

- а) вид, наименование товара, сорт, массу нетто, наименование предприятия изготовителя, дату выпуска, срок хранения и срок годности;
- б) штриховой код;
- в) номер продукции по ОКП, условные обозначения.

2. Требования, предъявляемые к товарной информации:

- а) достоверность, доступность, достаточность;
- б) красота исполнения;
- в) лаконичность.

3. Понятность информации о товаре включает:

а) термины и определения, которые приводятся в терминологических стандартах и словарях и не требуют пояснений;

б) информацию, требующую пояснения продавца;

в) аннотацию.

4. Достаточность информации предполагает:

а) рациональную информацию о товаре;

б) сведения, дублирующие основную информацию о товаре;

в) использование символов.

5. Назначение средств товарной информации:

а) информирование потребителей, продавцов, изготовителей;

б) информирование потребителей и продавцов;

в) идентификация товаров.

6. Информационные ресурсы включают:

а) нормативные документы;

б) технические документы;

в) стандарты;

г) технические условия;

д) ценники.

7. Функции маркировки:

а) информационная;

б) идентифицирующая;

в) мотивационная;

г) эмоциональная;

д) производственная.

8. Кольеретка – это:

а) нанесенная типографским способом на банку или бутылку информация о товаре;

б) этикетка особой формы, накладываемая на горлышко бутылки;

в) разновидность этикетки для сообщения кратких сведений о товаре.

9. Клеймение и штампование применяют:

- а) для маркировки мяса крупного рогатого скота и птицы;
- б) для всех продовольственных товаров;
- в) для всех продовольственных и промышленных товаров.

10. Формы письменной информации в текстовом элементе маркировки:

- а) буквенная;
- б) цифровая;
- в) словесная;
- г) изобразительная.

11. Штриховой код – это:

- а) знак для автоматизированной идентификации товара;
- б) цифровая и буквенная информация;
- в) информация о товаре.

12. Штриховые коды делят на:

- а) европейский EAN;
- б) американский UPC;
- в) индийский OHL.

13. Информационные знаки представляют собой:

- а) условные обозначения, предназначенные для идентификации и характеристики товаров;
- б) художественное оформление товара;
- в) цифровая информация.

14. Эксплуатационные знаки наносят на:

- а) этикетки;
- б) ярлыки;
- в) бирки;
- г) упаковку.

15. Требования, предъявляемые к клеймам и штампам:

- а) четкость оттисков;
- б) сохраняемость к внешним воздействиям;

- в) безопасность;
- г) правдивость;
- д) доступность.

16. Доступность информации включает:

- а) языковую доступность, востребованность, понятность, отсутствие дезинформации;
- б) право потребителя на необходимую информацию, обязанность продавца ее предоставить;
- в) общепринятые термины.

17. Манипуляционные знаки предназначены для:

- а) информации о способах обращения с товарами;
- б) обеспечения безопасности потребителя;
- в) экологической чистоте товара.

18. Предупредительные знаки предназначены:

- а) для обеспечения безопасности потребителей и окружающей среды;
- б) для обеспечения безопасности природных факторов;
- в) для обеспечения государственной безопасности.

19. Востребованность информации включает:

- а) право потребителя на информацию;
- б) право продавца на информацию;
- в) право потребителя и продавца на предоставление информации о товаре.

20. Потребительская товарная информация включает:

- а) штриховой код, информационные знаки;
- б) пищевую ценность, состав, функциональное назначение;
- в) дату изготовления, сроки изготовления.

21. Классификация средств товарной информации в зависимости от назначения включает:

- а) информационные ресурсы;
- б) специальную литературу;
- в) маркировку и рекламу.

22. Носители производственной маркировки:

- а) упаковка товаров;
- б) этикетки;
- в) бирки;
- г) вкладыши;
- д) кольеретки;
- е) клейма и штампы.

23. Маркировка включает следующие элементы:

- а) текст;
- б) рисунок;
- в) условные обозначения;
- г) вкладыш.

24. Условные обозначения характерны:

- а) для производственной маркировки;
- б) для торговой маркировки;
- в) для условных обозначений.

25. Носители информационных знаков:

- а) ярлыки;
- б) бирки;
- в) эксплуатационные документы.

26. Штриховой код EAN – 8, используют для маркировки:

- а) транспортной тары;
- б) крупногабаритных товаров;
- в) товаров небольшого размера.

27. Эксплуатационные знаки предназначены для:

- а) информирования покупателей о потребительских свойствах товаров;
- б) формирования у потребителя умения эксплуатировать товар;
- в) обеспечения безопасности потребителя.

28. Экологические знаки включают:

- а) знаки, информирующие об экологической чистоте и безопасности для окружающей среды;

б) знаки, информирующие об экологической чистоте и способах утилизации товаров и тары;

в) знаки опасности для окружающей среды.

29. Носители товарной маркировки:

а) ценники;

б) товарные и кассовые чеки;

в) счета;

г) меню;

д) штампование;

е) упаковка товара;

ж) товар.

30. Штриховой код служит для:

а) классификации товаров;

б) сертификации товаров;

в) идентификации товаров;

г) защиты от фальсификации.

31. Основной функцией маркировки товаров является:

а) идентифицирующая;

б) информационная;

в) эмоциональная;

г) мотивационная.

32. Условные обозначения, предназначенные для идентификации отдельных или совокупных характеристик товара, называются:

а) идентифицирующими знаками;

б) информационными знаками;

в) эмоциональными знаками;

г) мотивационными знаками.

33. Знак соответствия – это:

а) знак, подтверждающий соответствие выпускаемой в обращение продукции требованиям технических регламентов;

б) знак, подтверждающий соответствие продукции требованиям, установленным региональными стандартами;

в) знак, подтверждающий соответствие объектов сертификации требованиям системы добровольной сертификации или национальному стандарту;

г) знак, подтверждающий соответствие продукции требованиям, установленным национальными стандартами или другими нормативными документами.

34. Знак обращения на рынке – это:

а) знак, подтверждающий соответствие выпускаемой в обращение продукции требованиям технических регламентов;

б) знак, подтверждающий соответствие продукции требованиям, установленным региональными стандартами;

в) знак, подтверждающий соответствие объектов сертификации требованиям системы добровольной сертификации или национальному стандарту;

г) знак, подтверждающий соответствие продукции требованиям, установленным национальными стандартами или другими нормативными документами.

35. Знаки, информирующие об опасности продукции для окружающей среды, относят к:

а) экологическим;

б) знакам безопасности;

в) манипуляционным;

г) эксплуатационным.

36. Знаки, предназначенные для информирования о способах обращения с товарами, – это:

а) эксплуатационные;

б) предупредительные;

в) манипуляционные;

г) знаки обращения на рынке.

37. Знаки, способные отличать однородную продукцию одних юридических или физических лиц от других,— это:

- а) фирменные знаки;
- б) знаки соответствия;
- в) знаки качества;
- г) эксплуатационные знаки.

38. Транснациональный знак соответствия – это:

- а) знак, подтверждающий соответствие выпускаемой в обращение продукции требованиям технических регламентов;
- б) знак, подтверждающий соответствие продукции требованиям, установленным региональными стандартами;
- в) знак, подтверждающий соответствие объектов сертификации требованиям системы добровольной сертификации или национальному стандарту;
- г) знак, подтверждающий соответствие продукции требованиям, установленным национальными стандартами или другими нормативными документами.

39. На что указывает знак ©, размещенный рядом с товарным знаком:

- а) товарный знак официально зарегистрирован в Международном реестре;
- б) товарный знак является собственностью предприятия;
- в) экологически чистая продукция;
- г) продукция безопасна для окружающей среды.

40. На что указывает знак ®, размещенный рядом с товарным знаком:

- а) товарный знак официально зарегистрирован в Международном реестре;
- б) товарный знак является собственностью предприятия;
- в) экологически чистая продукция;
- г) продукция безопасна для окружающей среды.

41. Срок действия товарного знака:

- а) 1 год;
- б) 3 года;

- в) 7 лет;
- г) 10 лет.

42. Информационные знаки – это:

- а) условные обозначения, предназначенные для идентификации отдельных или совокупных характеристик товара;
- б) обширный блок информационных данных о товаре;
- в) обозначения, способные отличать собственно товары и услуги одних юридических лиц от однородных товаров и услуг других юридических или физических лиц;
- г) знаки, предназначенные для информирования об экологической чистоте потребительских товаров или экологически безопасных способах их эксплуатации, использования или утилизации.

43. Торговый знак – это:

- а) слово, буква, группа слов или букв, которые могут быть произнесены;
- б) символ, рисунок, отличительный цвет или обозначение;
- в) фирменное имя, фирменный знак, товарный образ или их сочетание, официально зарегистрированные в Международном реестре и защищенные юридически;
- г) знаки, предназначенные для идентификации изготовителя товаров или услуг.

44. Какие из перечисленных знаков присваиваются и не подлежат регистрации в патентных органах:

- а) знаки соответствия;
- б) престижные знаки;
- в) марочные знаки;
- г) видовые знаки.

45. Какому виду предупредительных знаков свойственен символ, состоящий из литеры «F»:

- а) для знаков, предупреждающих о легко воспламеняющихся товарах;
- б) для знаков, предупреждающих о действиях для избежания опасности;
- в) для знаков, предупреждающих об опасности.

46. Потребительская товарная информация предназначена для:

- а) потребителей (создание потребительских предпочтений и знание потребительских свойств товара;
- б) изготовителей;
- в) транспортных организаций.

47. Какому виду предупредительных знаков свойственен символ, состоящий из литеры «S»:

- а) для знаков, предупреждающих об опасности;
- б) для знаков, предупреждающих о действиях для избежания опасности;
- в) для знаков, предупреждающих о легко воспламеняющихся товарах.

48. Какому виду предупредительных знаков свойственен символ, состоящий из литеры «R»:

- а) для знаков, предупреждающих о действиях для избежания опасности;
- б) для знаков, предупреждающих о легко воспламеняющихся товарах;
- в) для знаков, предупреждающих об опасности.

49. Что обозначает в предупредительной маркировке сигнальное слово «ОСТОРОЖНО»:

- а) риск средней степени;
- б) большой риск;
- в) потенциальная угроза риска.

50. Что обозначает в предупредительной маркировке сигнальное слово «ОПАСНОСТЬ»:

- а) потенциальная угроза риска;
- б) риск средней степени;
- в) большой риск.

51. Что обозначает в предупредительной маркировке сигнальное слово «ВНИМАНИЕ» или «БЕРЕГИСЬ»:

- а) потенциальная угроза риска;
- б) риск средней степени;
- в) большой риск.

52. Что не свойственно информационным знакам:

- а) краткость;
- б) выразительность;
- в) наглядность и быстрая узнаваемость;
- г) чрезмерная насыщенность.

53. Товарные знаки и знаки обслуживания – это:

- а) обозначения, способные отличать собственно товары и услуги одних юридических лиц от однородных товаров и услуг других юридических или физических лиц;
- б) условные обозначения, предназначенные для идентификации отдельных или совокупных характеристик товара;
- в) обширный блок информационных данных о товаре;
- г) знаки, предназначенные для информирования об экологической чистоте потребительских товаров или экологически безопасных способах их эксплуатации, использования или утилизации.

54. Фирменный знак – это:

- а) символ, рисунок, отличительный цвет или обозначение;
- б) знаки, предназначенные для идентификации изготовителя товаров или услуг;
- в) слово, буква, группа слов или букв, которые могут быть произнесены;
- г) фирменное имя, фирменный знак, товарный образ или их сочетание, официально зарегистрированные в Международном реестре и защищенные юридически.

55. Какие знаки подразделяются на международные и национальные:

- а) ассортиментные;
- б) престижные;
- в) знаки наименования мест происхождения товара;
- г) страны происхождения товара.

56. Эксплуатационные знаки предназначены для информации о:

а) правилах эксплуатации, способах ухода, монтажа потребительских товаров;

б) качестве товаров;

в) способах обращения с товарами.

57. Какая группа знаков не входит в классификацию товарных информационных знаков:

а) штриховое кодирование;

б) дорожные знаки;

в) размерные знаки;

г) знаки соответствия и качества.

58. В каком органе осуществляется регистрация товарных знаков:

а) патентное ведомство;

б) орган по сертификации;

в) Роспотребнадзор;

г) Госстандарт России.

59. Какой знак разрешается использовать для маркирования только сертифицированной продукции:

а) знак соответствия;

б) ассортиментный знак;

в) престижный знак;

г) знак наименования места происхождения товара.

60. Фирменное имя – это:

а) знак, предназначенный для идентификации изготовителя товаров или услуг;

б) слово, буква, группа слов или букв, которые могут быть произнесены;

в) символ, рисунок, отличительный цвет или обозначение;

г) фирменное имя, фирменный знак, товарный образ или их сочетание, официально зарегистрированные в Международном реестре и защищенные юридически.

61. Манипуляционные знаки служат для информации о:

- а) предупреждении опасности и безопасного использования товаров;
- б) способах обращения с товарами (упаковкой);
- в) экономической чистоте потребительских товаров и безопасных способах их эксплуатации.

Вопросы к зачету

1. Товарная информация: понятие и функции.
2. Виды и формы товарной информации.
3. Назначение и краткая характеристика товарной информации разных видов и форм.
4. Требования, предъявляемые к товарной информации.
5. Требования, предъявляемые к товарной информации. Признаки недостоверной информации.
6. Средства товарной информации: классификация и назначение.
7. Правовая база в области товарной информации: законы РФ в области информационного обеспечения продавцов и потребителей; объекты, нормы, устанавливаемые ими.
8. Права потребителей на информацию о товарах, их изготовителях и продавцах. Закон РФ «О защите прав потребителей».
9. Нормативная база в области товарной информации: виды нормативных документов, регламентирующих требования к товарной информации. Нормы и правила, установленные в этих документах.
10. Маркировка товаров: понятие и основные функции. Виды маркировки. Структура маркировки.
11. Производственная маркировка: понятие и назначение. Носители производственной маркировки; требования, предъявляемые к ним. Способы нанесения информации и ее содержание.
12. Торговая маркировка: понятие, основные носители, структура. Требования, предъявляемые к содержанию торговой маркировки.
13. Современные тенденции в области применения знаков соответствия.

14. Классификация знаков, используемых в составе информации о товаре.
15. Информационные знаки: понятие, назначение, классификация на группы и подгруппы.
16. Товарные знаки: понятие, назначение, классификация. Знаки обслуживания. Знаки наименования места происхождения товара.
17. Правовая база использования товарных знаков.
18. Федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности: область компетенции.
19. Ответственность за незаконное использование товарного знака и наименования места происхождения товара.
20. Знаки соответствия и знаки качества: понятие, классификация в зависимости от сферы применения. Особенности маркирования сертифицированных товаров и их упаковки.
21. Компонентные знаки: понятие и виды. Системы кодификации пищевых добавок.
22. Эксплуатационные и манипуляционные знаки: понятие, назначение, виды и разновидности.
23. Предупредительная маркировка и знаки: понятие, назначение, виды. Международные требования по классификации и маркировке опасных веществ и материалов.
24. Экологические знаки: понятие, классификация и назначение. Наиболее распространенные экознаки.
25. Экологические информационные знаки зарубежных стран.
26. Право на товарный знак, регистрация, экспертиза, выдача свидетельства. Международная регистрация знаков. Передача товарного знака. Прекращение правовой охраны товарного знака.
27. Современные системы классификации и кодирования информации.
28. Штриховое кодирование: понятие, назначение. Классификация штриховых кодов и их структура. Преимущества использования штриховых кодов.
29. История создания штрихового кодирования.

30. Технология нанесения и считывания штрих-кодов: основные критерии.
31. Критерии правильности считывания штриховых кодов.
32. Классификация штриховых кодов: коды EAN, UPC, Interleaved 2 of 5 (ITF), GS1-128, Code 39, Codabar.
33. Типы штрихового кода EAN. Структура штриховых кодов EAN разных типов.
34. Технология использования штрихового кодирования в торговле.
35. Штрих-код как критерий предпочтительного выбора товаров продавцами, применяющими технологию товародвижения с использованием штриховых кодов.
36. Особенности маркировки полимерной упаковки.
37. Маркировка продовольственных товаров: стандарты, устанавливающие требования к информации; общие и специфичные требования для товаров однородных групп.
38. Маркировка непродовольственных товаров: стандарты, устанавливающие требования к информации; общие и специфичные требования для товаров однородных групп.

Оценочные средства для текущей аттестации

Перечень дискуссионных тем по дисциплине «Товарная информация»

Тема «Правовая и нормативная база обеспечения товарной информации»

Метод активного обучения – семинар-пресс-конференция

1. Правовая база: законы РФ в области обеспечения товарной информации; объекты, нормы, устанавливаемые ими.
2. Права и ответственность продавцов по вопросам товарной информации.
3. Права потребителей на информацию о товарах, их изготовителях и продавцах.

4. Нормативная база в области обеспечения товарной информации: виды нормативных документов, регламентирующих требования к товарной информации, нормы и правила, установленные в этих документах.

5. Правовая информация и способы ее распространения.

6. Основные характеристики и классификация справочно-правовых систем.

7. Специализированные справочно-правовые системы для торговли.

Тема «Маркировка товаров как один из видов предоставления информации для потребителей» (семинар-пресс-конференция)

Метод активного обучения – семинар-пресс-конференция

1. Маркировка товаров и международная торговля.

2. Стандартизация в области маркировки товаров.

3. Требования, предъявляемые к маркировке товаров.

4. Торговая и производственная маркировка: понятие, носители, способы нанесения информации и требования к ним.

Тема «Право потребителя на информацию о товаре»

Метод активного обучения – мозговой штурм

1. Потребитель купил видеоплеер, который через некоторое время перестал работать. Экспертиза, проведенная магазином, показала, что видеоплеер использовался в помещении с повышенной влажностью. Потребитель объяснил, что купил его специально, чтобы использовать в ванной комнате; т.к. в инструкции по эксплуатации видеоплеера не оговаривались ограничения по месту его использования, и потребовал возместить расходы по ремонту видеоплеера. Как должен поступить продавец в данной ситуации?

2. Покупатель 1 февраля текущего года купил оливковое масло в стеклянной бутылке по цене 280 рублей 50 копеек, а 25 марта этого же года принес масло в магазин с требованием вернуть его стоимость. Оливковое масло оказалось фальсифицированным, о чем свидетельствует акт независимой

экспертизы. Цена бутылки данного оливкового масла на 25 марта изменилась и на момент возврата составила 310 рублей. Возможно ли удовлетворить требование покупателя? Какую денежную сумму он должен получить?

3. В магазине «Продукты» был куплен кофе натуральный жареный молотый колумбийского производства. На следующий день покупатель обнаружил, что на упаковке отсутствует информация по приготовлению напитка на русском языке. Охарактеризуйте действия покупателя и продавца в данной ситуации.

4. Покупатель обратился в магазин с просьбой обменять пододеяльник, купленный накануне. Пододеяльник не подошел по размеру. Как должен поступить продавец?

5. Покупатель пришел в специализированный магазин с целью приобрести виноградное вино. Он обратился к продавцу с просьбой о консультации по выбору виду вина и наименования торговой марки, но продавец не смог ответить на интересующие покупателя вопросы и дать квалифицированную консультацию. Как поступить покупателю в данной ситуации?

6. Семья приобрела холодильник, который сломался на десятом месяце гарантии (гарантия – 1 год). В гарантийной мастерской ремонт холодильника осуществляли в течение 3-х месяцев из-за отсутствия запчастей, а затем потребовали оплаты ремонта под предлогом, что гарантийный срок службы холодильника закончился. Работники данной мастерской поступили неверно дважды, докажите это.

7. Покупатель обратился с просьбой обменять сумку, которая не подошла ему по цвету. Сумка была куплена неделю назад в этом магазине и сохранен ярлык, но товарного или кассового чека покупатель не сохранил. Как должен поступить продавец?

8. Покупатель желает приобрести у торгующей фирмы корейский телевизор, но инструкция по применению и эксплуатации телевизора существует только на двух языках: корейском и английском. Фирма предложила покупателю сделать русскоязычный перевод инструкции за 1500 рублей. Какие права у покупателя, как он должен поступить?

Критерии оценки:

– пять баллов – если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области;

– четыре балла – ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна – две неточности в ответе;

– три балла – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области;

– два балла – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Кейс-задача по дисциплине «Товарная информация»

Метод активного обучения – кейс-стади

Для многих предприятий фармации актуальна проблема внедрения информационных технологий, которые обеспечили бы быстрый доступ к профессиональной и справочной информации о медикаментах, позволили реагировать на колебания спроса и были бы способны прогнозировать объемы производства, закупок и поставок.

Российская компания «Росби Информ Ко» разработала программные информационные системы, ориентированные на:

- государственные фармацевтические базы – «Аптечный склад»;
- коммерческие оптовые фирмы – «Фармсервис»;
- аптечные предприятия – «Фарминфо».

Комплекс «Аптечный склад», «Фармсервис» и «Фарминфо» был разработан в творческом содружестве и при поддержке московского аптечного управления, а позднее – департаментом фармации Правительства Москвы и коллективами предприятий, на который эти системы проходили внедрение. Данные комплексы предоставляют всю деловую информацию предприятия, доступную в реальном масштабе времени и в интерактивном режиме.

«Аптечный склад» – программно-техническая система предприятия, которая обеспечивает автоматизацию деятельности всех структурных служб аптечной базы. Система объединяет в локальную сеть товарные отделы склада (приемный отдел, экспедиция, оперативный отдел), бухгалтерию, коммерческие и плановые службы. В системе ведется электронный учет документов, отражающих приход, расход, внутренние передачи медикаментов, финансовые и прочие учетно-транспортные операции. На административном уровне система позволяет получать срез информации о работе склада за период времени, оптимизировать работу с клиентами, проводить маркетинговый анализ, строить ценовую и товарную политику в

соответствии с конъюнктурой рынка. В рамках системы «Аптечный склад» осуществляется инвентаризация аптечного склада; ежедневные и ежемесячные отчетные документы.

Информационная система «Фармсервис» предназначена для электронного учета движения медикаментов на малых и средних предприятиях, занимающихся закупкой, хранением, оптовой и розничной реализацией фармацевтических товаров. Система формирует: различные виды приходных и расходных документов; ежедневные и ежемесячные отчеты; статистические данные о движении товара за произвольный период времени. Позволяет: рассматривать текущее состояние остатков склада по каждому препарату в режиме «on-line»; формировать прайс-лист по заданным критериям; использовать разнообразную справочную информацию.

Информационная система «Фарминфо» предназначена для комплексной автоматизации аптек различных форм собственности. Система обеспечивает: оформление, просмотр, корректировку и печать документов по приемке и движению медикаментов; автоматическое введение остатков по каждому препарату в соответствии с приходными / расходными документами и объемом продаж; сбор данных о продажах и обновление данных на кассах (ввод новых товаров, изменение цен); учет отпуска медикаментов по льготным рецептам.

Используемые в комплексе «Аптечный склад», «Фармсервис» и «Фарминфо» принципы кодирования препаратов просты. Код включает 8 знаков, каждый из которых содержит определенную информацию об описываемом товаре:

- первый знак отражает товарную группу (медикаменты и тара, химические товары, перевязочные и косметические средства и т.д.);
- второй и третий знаки определяют принадлежность лекарственного средства к какой-либо фармгруппе;
- четвертый и пятый знаки указывают порядковый номер препарата

внутри фармгруппы;

– шестой знак – территориальный признак поставщика («0» – Российская Федерация, «1» – страна СНГ, «9» – импорт);

– седьмой и восьмой знаки отражают разнообразие закупочных цен каждой новой партии одноименного товара и обеспечивает «позавозный» учет товара.

Используемая система классификации и кодирования информации имеет в своей основе справочники и кодификаторы, которые применяются в аптечных управлениях и на аптечных складах Москвы.

Достоинством комплекса «Аптечный склад», «Фармсервис» и «Фарминфо» является возможность учета товара как со штрих-кодом на упаковке, так и без него. Кодирование товара и нанесение штрихового кода выполняется специально предназначенными для этого устройствами (этикет-пистолетами, принтерами для этикеток). При отсутствии штриховых кодов комплекс предусматривает идентификацию и поиск любого препарата по другим параметрам (цена, название, номенклатурный номер), однако использование штрих-кодов позволяет значительно увеличить скорость ввода данных в компьютер, а значит – скорость обслуживания покупателей.

«Аптечный склад», «Фармсервис» и «Фарминфо» используются для управления ассортиментом предприятия фармации средствами удаленного доступа. Формируется замкнутый цикл документооборота между поставщиком (аптечным складом) и каждым потребителем (аптекой, фирмой), который включает:

- прием прайс-листа и формирование заказа в аптеке, фирме;
- обработку принятых заказов на складе;
- формирование счета и отпуск медикамента со склада;
- формирование нового прайс-листа по различным критериям.

Такая интеграция данных создает реальную технологическую поддержку для системы принятия решений, анализа и маркетинга.

По данным компания «Росби Информ Ко» серьезной проблемой для

осуществления информационного обмена является отсутствие единого отраслевого кода медикамента. Эта же причина тормозит развитие в отрасли систем со штриховым кодированием. Существование общего кода препарата обеспечит создание единого информационного пространства, а использование методики штрихового кодирования повсеместно на всероссийском уровне сделает осуществимым внедрение прогрессивных технологий.

Вопросы и задания:

1. Можно ли изменить смысловую нагрузку кодовых позиций в используемом принципе кодирования компании «Росби Информ Ко» медицинских препаратов?

2. Как используется департаментом фармации Правительства Москвы система классификации и кодирования информации комплекса «Аптечный склад», «Фармсервис» и «Фарминфо»?

3. Почему для предприятий фармации актуальна проблема внедрения новых технологий?

4. Объясните возможность одновременного учета в комплексе «Аптечный склад», «Фармсервис» и «Фарминфо» медицинских препаратов как со штрих-кодом на упаковке, так и без него.

Критерии оценки:

– пять баллов – если ответ показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области;

– четыре балла – ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой

раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна – две неточности в ответе;

– три балла – оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области;

– два балла – ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Практическое задание по дисциплине

«Товарная информация»

Тема «Изучение маркировки однородных групп продовольственных и непродовольственных товаров»

1. Определить соответствие представленной информации на маркировке продовольственных товаров требованиям действующей нормативной документации.

2. Охарактеризовать информационные знаки, представленные на носителе маркировки продовольственных товаров, раскрыть информацию, которую они несут.

3. Определить соответствие представленной информации на маркировке непродовольственных товаров требованиям действующей нормативной документации.

4. Охарактеризовать информационные знаки, представленные на носителе маркировки непродовольственных товаров, раскрыть информацию, которую они несут.

Критерии оценки:

– пять баллов – выставляется студенту, если студент выразил свое мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные нормативных и технических документов. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно;

– четыре балла – работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные нормативных и технических документов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы;

– три балла – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены нормативные и технические документы. Допущено не более 2 ошибок в

смысле или содержании проблемы, оформлении работы;

– два балла – если работа представляет собой полностью переписанный исходный текст, без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Тематика рефератов по дисциплине «Товарная информация»

1. Законодательное обеспечение права потребителя на информацию о товарах.
2. Нормативное обеспечение права потребителя на информацию о товарах.
3. Информация для покупателей и порядок ее предоставления в торговом предприятии.
4. Классификаторы в информационном обеспечении товародвижения.
5. Информационно-поисковые системы.
6. Требования к маркировке товаров за рубежом.
7. Современные системы штрихового кодирования.
8. Совершенствование технологии товародвижения с использованием штрихового кодирования.
9. Экологическая маркировка товаров в России и за рубежом.
10. Идентифицирующие функции маркировки алкогольных напитков.
11. Требования к маркировке пищевых продуктов за рубежом.
12. Информация для потребителей о парфюмерно-косметических изделиях.
13. Информационные процессы в торговле. Информационные ресурсы национальных и международных сетей.
14. Специализированная справочно-правовая система «Кодекс».
15. Право потребителей на информацию и защита прав потребителей. Состояние вопроса в России и за рубежом.

16. Знаки оценки соответствия национальных и международных организаций зарубежных стран.

17. Правила оформления эксплуатационных документов при реализации технически сложных товаров.

18. Стандартизация в области маркировки товаров.

19. Информационные знаки, применяемые для маркировки товаров.

20. Экологические информационные знаки зарубежных стран.

21. Федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности: область компетенции.

22. Ответственность за незаконное использование товарного знака и наименования места происхождения товара.

23. История создания штрихового кодирования.

24. Технология использования штрихового кодирования в торговле.

25. Штрих-код как критерий предпочтительного выбора товаров продавцами, применяющими технологию товародвижения с использованием штриховых кодов.

26. Особенности маркировки товаров за рубежом.

27. Реклама как средство информации о товаре.

28. Правовая охрана товарного знака в зарубежных странах.

29. Деятельность ассоциации автоматической идентификации ЮНИСКАН/GS1 RUSSIA.

30. Правовая охрана товарных знаков в России.

31. Современные средства автоматической идентификации товаров.

32. Товарные знаки: создание, регистрация и правовая защита.

33. Современные требования, предъявляемые к маркировке консервов (алкогольных напитков, мясных товаров и др.).

34. Современные требования, предъявляемые к маркировке драгоценных металлов (электробытовых товаров, мебели и др.).

35. Информация для потребителей о парфюмерно-косметических изделиях.

Критерии оценки:

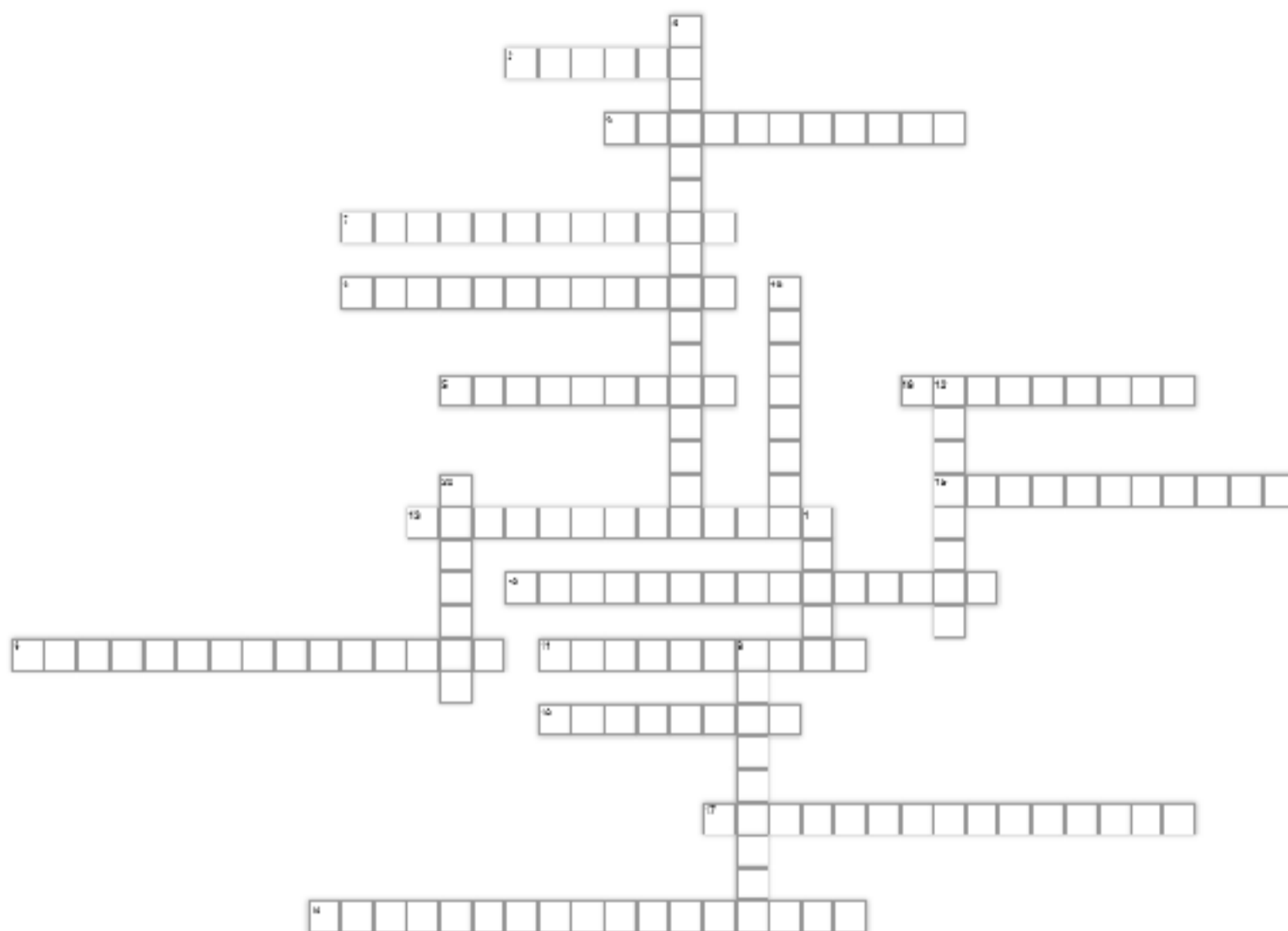
– пять баллов – выставляется студенту, если студент выразил свое мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно;

– четыре балла – работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы;

– три балла – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы;

– два балла – если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст, без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Кроссворды по дисциплине «Товарная информация»



1. Изделие заданных формы, размеров и материала, предназначенное для нанесения маркировки, прикрепляемое или прилагаемое к упаковке или продукции или вкладываемое в упаковку.

2. Носитель торговой маркировки.

3. Штриховой код, в котором знаки не разделены между собой знаком-разделителем, а конец символа штрих-кода обозначает начало следующего символа.

4. Знаки, предназначенные для информирования о способах ухода и монтажа товаров.

5. Знак, предназначенный для автоматизированных идентификаций и учета информации о товаре, закодированный в виде цифр или штрихов.

6. Знаки, предназначенные для информации о способах обращения с товарами.

7. Маркировка, информирующая о получателе, отправителе и способах обращения с упакованной продукцией при ее транспортировании и хранении.

8. Сигнальное слово, которое обозначает в предупредительной маркировке большой риск.

9. Реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

10. Штриховой код, который может считываться в двух направлениях (слева направо и справа налево).

11. Слова, обозначения, торговые марки, фирменные знаки, иллюстрированный материал или символы, относящиеся к пищевому продукту и размещенные на упаковке, документах, уведомлениях, этикетках, кольеретках или кольцевых ярлыках, сопровождающих данный пищевой продукт.

12. Штрих-код, читаемый в одном направлении (по горизонтали) и позволяющий кодировать до 20-30 символов.

13. Маркировка, информирующая о применяемых упаковочных материалах и о возможности утилизации упаковки после извлечения продукции.

14. Знаки, предназначенные для обеспечения безопасности потребителей и окружающей среды.

15. Системы кодирования (по стране-происхождения).

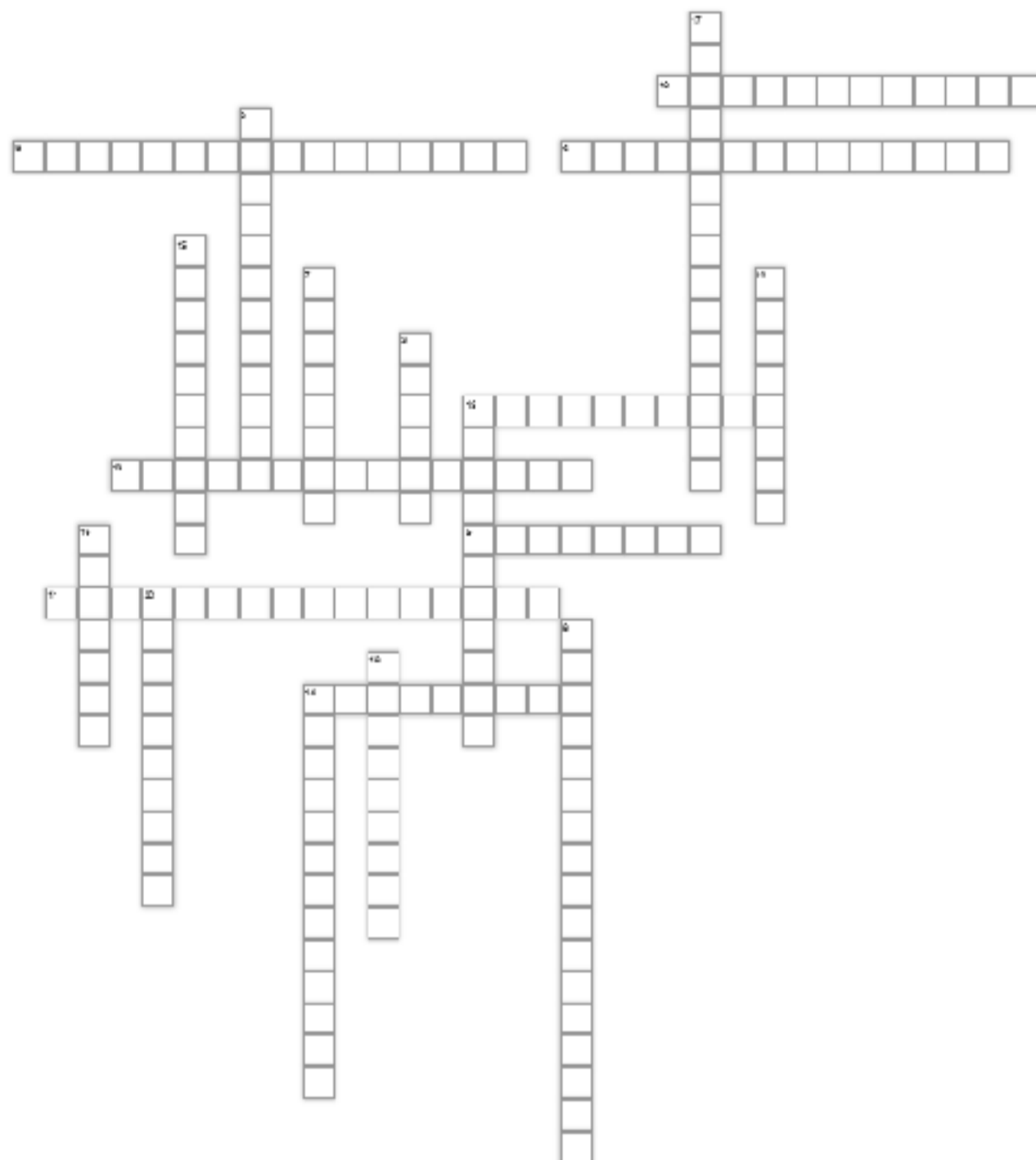
16. Количество символов, которое может быть закодировано в единице длины штрих-кода.

17. Вид товарной информации.

18. Информация о товаре или услуге, изготовителе, продавце, предусмотренные законодательством и доводимые до покупателя с целью ознакомления с товаром и особенностями его использования.

19. Средство информации об упакованной продукции и ее изготовителе, располагаемое на самой продукции, на листе-вкладыше или на ярлыке, прикрепляемое или прилагаемое к упаковочной единице.

20. Носитель информации, на который наносится маркировка и который помещается в потребительскую упаковку и (или) транспортную упаковку либо прилагается к потребительской упаковке и (или) к транспортной упаковке.



1. Требование, предъявляемое к товарной информации.
2. Информационные знаки, которые обозначаются буквой «Е» и трех- или четырехзначным цифровым кодом.
3. Основной размер, которому кратны все величины, определяющие параметры элементов изображения штрихового кода.
4. Основная функция маркировки.
5. Средство или комплекс средств, обеспечивающих защиту продукции от повреждения и потерь, окружающей среды от загрязнений, а также

обеспечивающих процесс обращения продукции.

6. Вид товарной информации.

7. Сигнальное слово, которое обозначает в предупредительной маркировке потенциальную угрозу риска.

8. Знаки, предназначенные для обеспечения безопасности потребителя и окружающей среды при эксплуатации потенциально опасных товаров путем предупреждения об опасности или указания на действия о предупреждении опасности.

9. Ведомство, осуществляемое регистрацию товарных знаков.

10. Вид товарной информации, к которой относится штриховое кодирование.

11. Документы, предназначенные для передачи и хранения информации о правилах эксплуатации сложно-технических товаров.

12. Способ кодирования информации.

13. Маркировка, информирующая об изготовителе и качестве упакованной продукции.

14. Первичный источник товарной информации.

15. Этикетка небольших размеров разнообразной формы, наклеиваемая на горловину бутылки.

16. Информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

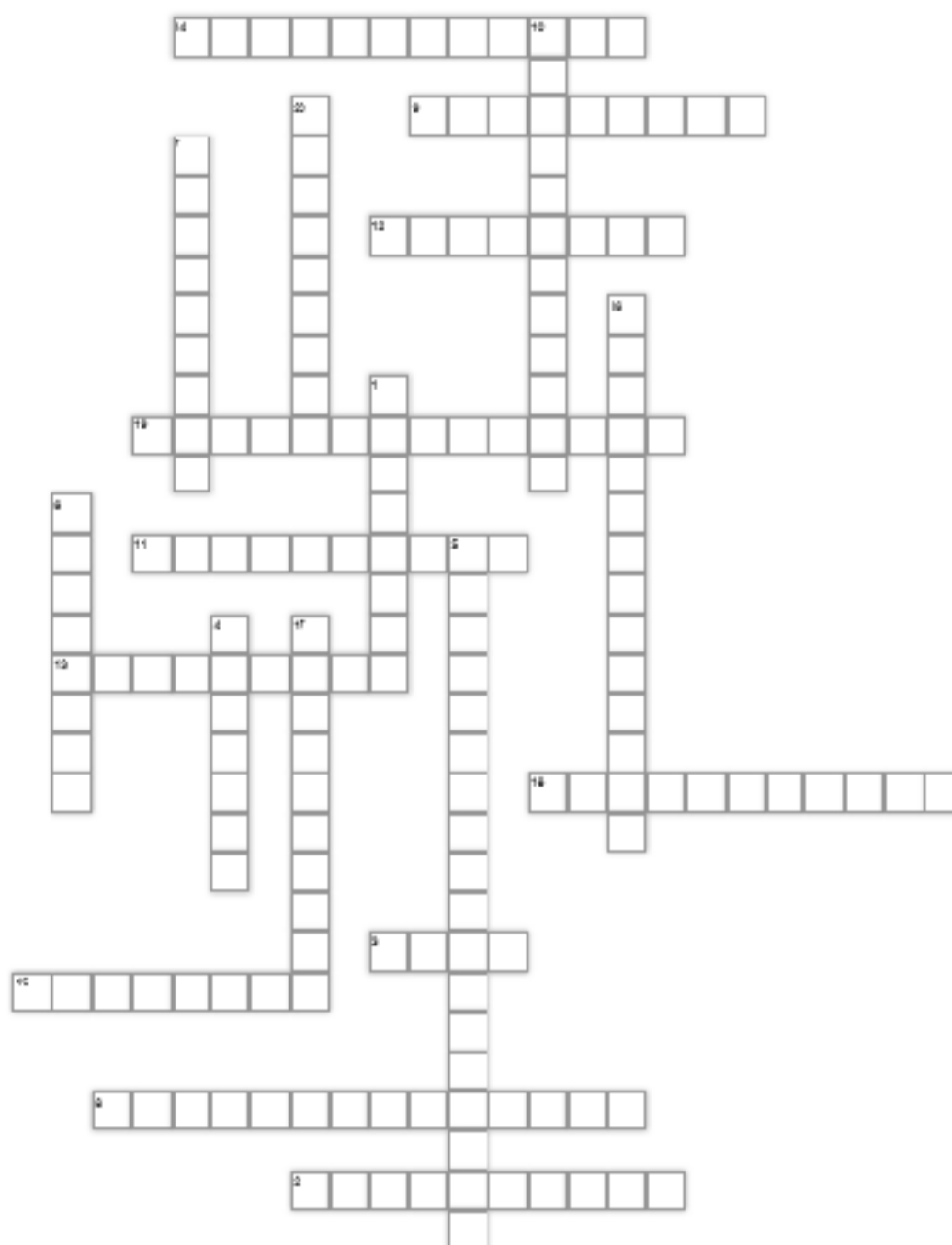
17. Форма товарной информации, обеспечивающая зрительное и эмоциональное восприятие сведений о товарах с помощью художественных и графических изображений.

18. Условное обозначение состава и последовательности расположения знаков в штрих-коде.

19. Штриховой код, в котором знаки разделены межзначными

интервалами (знаком-разделителем). В таком коде знаки могут считываться отдельно друг от друга.

20. Товарные знаки, присваиваемые государством предприятиям или фирмам за особые заслуги.



1. Штриховой код, кодирующий только цифры.
2. Товарные знаки, которые присваиваются и не подлежат регистрации в патентных органах.
3. Установленное сочетание в штрих-коде штрихов и пробелов различной ширины, соответствующее определенной цифре, букве или специальному знаку кода.
4. Средство товарной информации.
5. Требование к информации, обязательное для выполнения лицом,

получившим доступ к определенной информации, требование не передавать такую информацию третьим лицам без согласия ее обладателя.

6. Информационный ресурс товарной информации.

7. Сигнальное слово, которое обозначает в предупредительной маркировке риск средней степени.

8. Знаки, предназначенные для идентификации отдельных или совокупных характеристик товара.

9. Способ кодирования информации.

10. Вид товарной информации.

11. Текст, условное обозначение или рисунок, нанесенные на упаковку и (или) товар, а также другие вспомогательные средства, предназначенные для идентификации товара или отдельных его свойств.

12. Знаки, способные отличать собственно товары и услуги одних юридических лиц от однородных товаров и услуг других юридических или физических лиц.

13. Штрих-код, читаемый в двух направлениях – по горизонтали и вертикали и позволяющий кодировать до нескольких страниц текста.

14. Системы кодирования (по стране-происхождения).

15. Маркировка в виде текста, условного обозначения или рисунка, нанесенная продавцом на товарные или кассовые чеки, упаковки и (или) товар.

16. Достаточность товарной информации.

17. Сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления.

18. Гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности.

19. Основное назначение средств товарной информации.

20. Владелец товарного знака.

Критерии оценки:

- пять баллов – выставляется студенту, если студент дал правильные ответы на все поставленные в кроссворде вопросы;
- четыре балла – не более 2 неправильных или отсутствующих ответов на поставленные в кроссворде вопросы;
- три балла – 3-4 неправильных или отсутствующих ответов на поставленные в кроссворде вопросы;
- два балла – более 4 неправильных или отсутствующих ответов на поставленные в кроссворде вопросы.

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины

Текущая аттестация студентов. Текущая аттестация студентов по дисциплине «Товарная информация» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Товарная информация» проводится в форме контрольных мероприятий (дискуссия, кейс-задача, выполнение практического задания, написание реферата, решение кроссворда) по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний (дискуссия);
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы (кейс-задача, выполнение практического задания);
- результаты самостоятельной работы (написание реферата, решение кроссворда).

Промежуточная аттестация студентов. Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Товарная информация» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

По дисциплине «Товарная информация» предусмотрен зачет в виде тестирования.

Краткая характеристика процедуры применения используемого оценочного средства. В результате посещения лекций, выполнения и защиты практических занятий и заданий, предусмотренных для самостоятельной работы, студент последовательно осваивает материалы дисциплины и изучает вопросы, предназначенные для подготовки к промежуточной аттестации (зачету). Оценочные средства для текущей и промежуточной аттестации, а также критерии их оценки представлены в соответствующих структурных элементах Фонда оценочных средств.

**Критерии выставления оценки студенту на зачете
по дисциплине «Товарная информация»**

Оценка зачета	Требования к сформированным компетенциям
«зачтено»	Студент усвоил программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
«не зачтено»	Оценка «не зачтено» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «не зачтено» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.