

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Эстетика и дизайн потребительских товаров»

Учебный курс «Эстетика и дизайн потребительских товаров» предназначена для студентов направления подготовки 38.03.07 Товароведение.

Дисциплина «Эстетика и дизайн потребительских товаров» входит в блок обязательных дисциплин студентов вариативной части дисциплины по выбору.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5/5 зачетные единицы, 180/180 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18/20 часов), практические занятия (36/24 часов), самостоятельная работа студентов (99/127 часов). Дисциплина реализуется на 3 курсе (6 семестре) для очной формы обучения и 5 курсе для заочной формы обучения.

Дисциплина «Эстетика и дизайн потребительских товаров» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Товароведение однородных групп потребительских товаров» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Теоретические основы товароведения и экспертизы» (базовая дисциплина для освоения), позволяет подготовить студента к освоению ряда таких дисциплин, как «Проектирование пищевых продуктов», «Товароведение и экспертиза упаковки и упаковочных средств», «Маркетинг», и др. которые изучаются на ее основе.

Содержание дисциплины состоит из двух разделов и охватывает следующий круг вопросов:

1. Эстетика и дизайн товаров - основные понятия о эстетике, дизайне товаров, их значимость в общем объеме производства, реализации товаров. Основные понятия и категории эстетики, их диалектическая взаимосвязь с формированием мировоззрения человека, принципы и факторы воспитания чувств.

2. Эстетические свойства товаров - техническая эстетика как наука о дизайне. Сущность эстетических свойств. Цель, сущность, методы дизайна. Взаимосвязь эстетики в дизайне товаров народного потребления.

Цель – формирование комплекса знаний в области исторических стилей, современной моды, дизайна, основ композиции и экспертизы эстетических свойств потребительских товаров. Теоретических знаний, практических навыков и умений в области формирования предметной среды по законам эстетики, анализа и оценки эстетических свойств товаров.

Задачи:

- исследование закономерностей формирований предметного мира человека;
- изучение формообразующих и гармонизирующих средств композиции;
- оценка эстетической ценности товаров в современных условиях.

Для успешного изучения дисциплины «Эстетика и дизайн потребительских товаров» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способностью к самосовершенствованию и саморазвитию в профессиональной сфере, к повышению общекультурного уровня;
- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;
- умением анализировать спрос и разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента;
- владеть различием и назначением торговой марки, бренда, логотипа;
- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;
- знанием методов идентификации, оценки качества и безопасности товаров для диагностики дефектов;

– владение нормативно-правовой базой гармонизированной с требованиями Мирового и межгосударственного уровней.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-3 умением анализировать рекламации и претензии к качеству товаров, готовить заключения по результатам их рассмотрения	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - методы анализа рекламных мероприятий, объединённых одной идеей и концепцией для достижения конкретной маркетинговой цели в рамках согласованной маркетинговой стратегии; - методики оценки эстетических свойств товаров; - методы рассмотрения претензий к качеству товара и их заключений;
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - рассматривать претензии к качеству потребительских товаров - анализировать рекламации, готовить заключения по результатам их рассмотрения
	Владеет	методами прикладных научных исследований, используемых на предпроектной, проектной стадиях и после завершения рекламного проекта
ПК-7 навыками управления основными характеристиками товаров (количественными, качественными, ассортиментными и стоимостными) на всех этапах жизненного цикла с целью оптимизации ассортимента, сокращения товарных потерь и сверхнормативных товарных запасов	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - основные понятия, термины и их определения в области управления основными характеристиками товаров, эстетики и дизайна - основные принципы дизайна, системного подхода и структурной организации дизайна - жизненный цикл товаров
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - управлять товарными запасами - проводить оценку эстетических свойств товаров - оптимизировать ассортимент товаров
	Владеет	<ul style="list-style-type: none"> - основами управления жизненным циклом товаров - методами сокращения товарных потерь
ПК-10 знанием ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество	Знает	<ul style="list-style-type: none"> - основы потребительских свойств товаров; - факторы формирующие и сохраняющие качество потребительских товаров
	Умеет	<ul style="list-style-type: none"> - проводить документальную идентификацию и установление ассортиментной принадлежности товаров - проводить измерения и обрабатывать результаты.
	Владеет	- методикой объективной оценки эстетических свойств непродовольственных / продовольственных

		товаров различного назначения
ПК-13 умением оценивать соответствие товарной информации требованиям нормативной документации	Знает	требования, предъявляемые к товарной информации
	Умеет	работать с нормативной и технической документацией в области товарной информации (техническими регламентами, стандартами, классификаторами, сертификатами соответствия и др.)
	Владеет	- методами оценки соответствия товарной информации
ПК-21 знанием систем прослеживаемости потребительских товаров с учетом требований безопасности и экономических последствий	Знает	требования безопасности потребительских товаров
	Умеет	исследовать и оценивать показатели безопасности потребительских товаров
	Владеет	навыками прослеживаемости потребительских товаров с учетом требований безопасности и экономических последствий

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Эстетика и дизайн потребительских товаров» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: Метод активного обучения «Метод дневников», «Деловая игра».