

Аннотация к рабочей программе дисциплины «Товароведение потребительских товаров»

Учебный курс «Товароведение потребительских товаров» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Дисциплина «Товароведение потребительских товаров» включена в состав базовой части блока «Дисциплины (модули)».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), лабораторные работы (36 часов, в том числе МАО 18 часов), самостоятельная работа студентов (72 часа, в том числе 45 часов на подготовку к экзамену). Дисциплина реализуется на 2 курсе в 3 семестре.

Дисциплина «Товароведение потребительских товаров» основывается на знаниях, умениях и навыках, полученных в результате изучения дисциплин «Основы проектной деятельности», «Современные информационные технологии», «Основы менеджмента», и позволяет подготовить студентов к освоению ряда таких дисциплин, как «Маркетинговые исследования», «Проектная деятельность», «Основы коммерческой деятельности», «Поведение потребителей», «Электронная торговля», «Коммерческая деятельность по отраслям и сферам применения», «Брендинг», «Конкурентоспособность товаров и организаций», «Логистика закупок», «Логистика складирования», «Логистика запасов», «Управление цепями поставок», «Торговый маркетинг», «Логистика производства», «Маркетинг по отраслям и сферам деятельности», «Мерчандайзинг».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов, сгруппированных в трех разделах:

1. Теоретические основы товароведения: основные понятия, цели, принципы, методы товароведения; объекты и субъекты товароведной деятельности; классификация и ассортимент потребительских товаров: понятие, классификация; формирование и управление ассортиментом;

качество товаров: понятия, номенклатура потребительских свойств и показателей, критерии их выбора при оценке качества; градации качества; классификация дефектов; методы контроля качества товаров и правила отбора проб из партий; факторы, формирующие и сохраняющие качество товаров; товарные потери, меры по их предупреждению и снижению.

2. Товароведение продовольственных товаров: классификация и ассортимент продовольственных товаров; пищевая ценность и общий химический состав; процессы, происходящие при хранении продовольственных товаров, их влияние на качество и продолжительность хранения; факторы, определяющие качество продовольственных товаров; требования к качеству, в т.ч. и безопасности; идентифицирующие признаки продовольственных товаров; оценка качества: методы, показатели, градации; дефекты: виды, причины возникновения, признаки, способы обнаружения; особенности упаковки, маркировки, транспортирования, реализации и хранения продовольственных товаров.

3. Товароведение непродовольственных товаров: классификация и ассортимент непродовольственных товаров; факторы, определяющие качество непродовольственных товаров; требования к качеству, в т.ч. и безопасности; идентифицирующие признаки непродовольственных товаров; оценка качества: методы, показатели, градации; дефекты: виды, причины возникновения, признаки, способы обнаружения; особенности упаковки, маркировки, транспортирования, реализации и хранения непродовольственных товаров.

Цель – усвоение студентами теоретических знаний, формирование умений и практических навыков в области классификации, ассортимента, потребительских свойств, оценки качества и безопасности однородных групп продовольственных и непродовольственных товаров на всех этапах их жизненного цикла, которые помогут будущему специалисту в решении вопросов, связанных с их профессиональной деятельностью.

Задачи:

- раскрыть основные понятия по товароведению; дать представление о систематизации, классификации, ассортименте однородных групп

потребительских товаров;

- дать основополагающие товароведные характеристики однородных групп продовольственных и непродовольственных товаров и их идентификационных признаков;

- сформировать умение управлять ассортиментом различных групп продовольственных и непродовольственных товаров, анализировать номенклатуру их потребительских свойств и показателей качества;

- способствовать развитию навыков анализа факторов, определяющих качество товаров на всех стадиях их жизненного цикла;

- способствовать освоению и владению методами и приемами классификации потребительских товаров, оценки их качества, определения требований к товарам и установления соответствия их качества и безопасности действующей нормативной документации.

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

- способность проявлять инициативу и принимать ответственные решения, осознавая ответственность за результаты своей профессиональной деятельности;

- способность использовать современные методы и технологии (в том числе информационные) в профессиональной деятельности;

- способность к самоорганизации и самообразованию;

- умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовность к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;

- способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной, и (или) торгово-технологической); применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать

с компьютером как со средством управления информацией;

- готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способность изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ОПК-5 готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной, или торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления	Знает	нормативно-правовую базу в области товароведения
	Умеет	осуществлять поиск и ориентироваться в нормативно-правовой базе, необходимой для товароведной деятельности
	Владеет	навыками работы с нормативно-правовой базой при осуществлении товароведной деятельности
ПК-1 способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству	Знает	ассортимент товаров, их потребительские свойства, факторы, определяющие качество товаров, методы определения и оценки качества товаров, градации качества товаров и их дефекты, приемку товаров и их учет
	Умеет	управлять ассортиментом и качеством товаров, оценивать их качество, проводить приемку и учет товаров по количеству и качеству
	Владеет	способами, методами и средствами управления ассортиментом товаров, обеспечения необходимого уровня качества товаров и их сохранения
ПК-2 способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери	Знает	принципы эффективного управления торгово-технологическими процессами на предприятии
	Умеет	обеспечивать необходимый уровень качества товаров при осуществлении торгово-технологических процессов на предприятии
	Владеет	навыками управления качеством товаров при осуществлении торгово-технологических процессов на предприятии

ПК-4 способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации	Знает	терминологию в области идентификации и фальсификации товаров; идентификационную экспертизу потребительских товаров
	Умеет	проводить идентификацию товаров и выявлять их фальсификацию
	Владеет	методами и средствами идентификации товаров и предупреждения их фальсификации

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Товароведение потребительских товаров» применяются следующие методы активного / интерактивного обучения: метод ситуационного анализа (ситуационные задачи), реферат, кроссворд.