

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

Учебный курс «Эстетика и дизайн потребительских товаров» предназначен для студентов направления подготовки 38.03.07 «Товароведение». Дисциплина включена в состав дисциплин по выбору вариативной части.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (36 часов), практические занятия (36 часов), самостоятельная работа студентов (126 часов, в том числе 27 часов на подготовку к экзамену); дисциплина реализуется на 4 курсе в 7 семестре.

Дисциплина «Эстетика и дизайн потребительских товаров» логически и содержательно связана с такими курсами, как «Маркетинг», «Регулирование производства и обращения товаров», «Таможенная экспертиза», «Идентификация и фальсификация потребительских товаров».

Содержание дисциплины охватывает следующий круг вопросов: 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; техническая эстетика как наука о дизайне; цель, сущность, методы дизайна.

Цель дисциплины – формирование комплекса знаний в области исторических стилей, современной моды, дизайна, основ композиции и экспертизы эстетических свойств непродовольственных 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 непродовольственных товаров» у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции:

- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности;
- осознанием социальной значимости своей будущей профессии, стремлением к саморазвитию и повышению квалификации;
- способностью использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении профессиональных задач;
- владеть различием и назначением торговой марки , бренда, логотипа;
- знанием методов идентификации, оценки качества и безопасности товаров для диагностики дефектов, выявления опасной, некачественной, фальсифицированной и контрафактной продукции, сокращения и предупреждения товарных потерь.

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

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
ПК-3 умение анализировать рекламации и претензии к качеству товаров, готовить заключения по результатам их рассмотрения	Знает	требования, предъявляемые к качеству, упаковке и маркировке, правилам и срокам хранения, транспортирования и реализации товаров
	Умеет	соблюдать требования к качеству, упаковке и маркировке, правилам и срокам хранения, транспортирования и реализации товаров
	Владеет	организационными и управленческими функциями, связанными с обеспечением соблюдения требований к качеству, упаковке и маркировке, правилам и срокам хранения, транспортирования и реализации товаров
ПК – 7 навыки управления основными характеристиками товаров (количественными, качественными, ассортиментными и стоимостными) на всех этапах жизненного цикла с целью	Знает	основные характеристики товаров на всех этапах их жизненного цикла
	Умеет	управлять основными характеристиками товаров на всех этапах их жизненного цикла
	Владеет	способами, методами и средствами управления основными характеристиками товаров на всех этапах их жизненного цикла

оптимизации ассортимента, сокращения товарных потерь и сверхнормативных товарных запасов		
ПК – 10 знание ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество	Знает	ассортимент и потребительские свойства товаров, факторы, определяющие их качество
	Умеет	управлять ассортиментом и качеством товаров, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение
	Владеет	способами, методами и средствами управления ассортиментом и качеством товаров, обеспечения необходимого уровня качества товаров и их сохранения
ПК-13 умение оценивать соответствие товарной информации требованиям нормативной документации	Знает	нормативно-правовую базу, регламентирующую состав и порядок нанесения информации о потребительских товарах
	Умеет	оценивать соответствие информации о потребительских товарах требованиям нормативной документации
	Владеет	навыками использования нормативно-правовой базы для оценки соответствия информации о потребительских товарах требованиям действующей нормативной документации
ПК – 21 знание систем прослеживаемости потребительских товаров с учетом требований безопасности и экономических последствий	Знает	системы прослеживаемости потребительских товаров с учетом требований безопасности и экономических последствий
	Умеет	применять системы прослеживаемости потребительских товаров с учетом требований безопасности и экономических последствий
	Владеет	навыками использования систем 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 дневников, деловая игра, мозговой штурм.