

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Институт коммерции, маркетинга и сервиса
Кафедра коммерции, сервиса и туризма

АННОТАЦИЯ

по дисциплине Теоретические основы товароведения
(название дисциплины)

Направление подготовки/специальность
38.03.06 Торговое дело
(указывается код и наименование направления подготовки/специальности)

Профиль/специализация Электронная коммерция

Год начала подготовки: 2016

Соответствует РПД

Зав. кафедрой д.э.н., проф.

УМУ СГЭУ



Д.В. Чернова / Чернова Д.В.

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Самара 2016 г.

1. Цели и задачи дисциплины

Теоретические основы товароведения - это курс, **целью** которого является изучение основных понятий и методов в области товароведения и субъектов товароведческой деятельности. Для выявления потребностей населения требуется не только расширение ассортимента и увеличение валового производства товаров, но и улучшение качества продукции, создание рациональных условий ее продвижения на рынок. Специалист должен владеть информацией об основных характеристиках товара: ассортиментной, качественной и количественной. Поэтому в данном курсе особое внимание уделено средствам информации о товаре: товарно-сопроводительным документам, маркировке, информационным знакам и кодированию.

Требования к качеству продукции внедряются в промышленность через соответствующие нормы и требования действующих нормативных документов. Знание, правильное применение и строгое соблюдение стандартов обеспечивает выпуск продукции высокого качества. Знание свойств исходного сырья и готовых товаров необходимо специалистам для снижения потерь продукции на предприятиях, для идентификации товаров и выявления степени фальсификации их потребительских свойств.

Основной **задачей** дисциплины является приобретение студентами знаний о:

- потребительской ценности товаров, возможных видах опасностей для человека и критериях безопасности;
- решении проблем повышения качества готовой продукции;
- научных подходах управления качеством продукции;
- разработке предложений по формированию товарного ассортимента;
- поиске идей по созданию нового товара;
- разработке рекомендаций по организации производства новых товаров;
- стратегии сбыта и проведении целенаправленной товарной политики;
- выборе каналов распределения товаров;
- организации системы товародвижения и продаж.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Теоретические основы товароведения» относится к разделу Б1.Б.15 учебного плана бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» программа «Электронная коммерция» к базовой части.

Предшествующей дисциплиной для студентов является «Безопасность жизнедеятельности». Освоение основных вопросов поможет студентам при изучении таких дисциплин, как «Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия», «Товароведение товаров однородных групп».

Перед началом изучения дисциплины студент должен:

Иметь навыки:

1. работы с оригинальной литературой по специальности;
2. редактирования текста, ориентированного на ту или иную форму речевого общения;
3. библиографического поиска с использованием современных информационных технологий;
4. устной речи и грамотности в работе с родным языком.

Иметь представление:

1. в области формирования, сохранения, оценки уровня качества отдельных свойств товаров;
2. об основополагающих характеристиках товара из маркировки и товарно-сопроводительных документов;
3. о профессиональной деятельности по идентификации, оценке и управлению качеством и ассортиментом товаров, организационному, технологическому и информационному обеспечению сохранности товарных партий при их доведении от изготовителя до потребителя в качестве специалиста в различных организациях (предприятиях) независимо от их организационно-правовых форм.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент приобретает знания, умения и опыт, соответствующие результатам основной образовательной программы.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (в соответствии с ФГОС ВО):

способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-1);

умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов (ОПК-3);

готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления (ОПК-5);

способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации (ПК-4);

готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания (ПК-8).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- нормативные документы, определяющие качество, производство, маркирование, упаковку, транспортирование и хранение товаров;
- свойства и показатели ассортимента, управление ассортиментом;
- методы проведения оценки экспертизы потребительских товаров;
- идентификацию товаров: виды, признаки, методы;
- методы контроля качества товаров в процессе производства, хранения, транспортирования и реализации;
- факторы, формирующие и сохраняющие качество товаров;
- методы управления качеством товаров;
- тенденции формирования спроса, разработки стратегии развития предприятия и тактики его рыночного поведения;
- подходы к разработке товарной политики фирмы;
- стратегию сбыта;
- организацию системы товародвижения и продаж.

Уметь:

- анализировать и работать с нормативными документами и законодательными актами;
- осуществлять оценку и экспертизу качества товаров;
- проводить идентификацию и обнаруживать фальсификацию товаров на всех этапах товародвижения;
- разрабатывать мероприятия по предупреждению дефектов и потерь;
- обеспечивать соблюдение правил и режимов транспортирования, хранения, реализации потребительских товаров, организации складского хранения и сбыта продукции;
- анализировать рыночную ситуацию, обеспечивать конкурентоспособность товаров;
- разбираться в аналитических материалах участников рыночных отношений;
- разрабатывать товарную политику предприятия;
- разрабатывать стратегию сбытовой деятельности предприятия.

Владеть:

- навыками в области анализа нормативных документов, определяющих качество, производство, маркирование, упаковку, транспортирование и хранение товаров;
- методами проведения оценки экспертизы потребительских товаров;
- информацией в области потребительских свойств товаров, химического состава и потребительской ценности.

4. Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов/зачетных единиц
Аудиторные занятия	72/2
В том числе:	
Лекции	18/0,5
Практические занятия (ПЗ)	54/1,5
Семинары (С)	
Лабораторные работы (ЛР)	
Самостоятельная работа (всего)	78/2,17
В том числе:	
Курсовой проект (работа)	
Реферат	
Другие виды самостоятельной работы: практические работы	
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	Экзамен -2 семестр 30/0,83
Общая трудоемкость (часы/ зачетные единицы)	(180/5)