

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б.1.Б.17 Теоретические основы товароведения»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

38.03.06 Торговое дело

(код и наименование направления подготовки)

Коммерция

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Тип образовательной программы

Программа академического бакалавриата

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

**Рабочая программа дисциплины «Б.1.Б.17 Теоретические основы товароведения» /сост.
Е.Г. Кащенко, И.Б. Береговая. - Оренбург: ОГУ, 2015**

Рабочая программа предназначена студентам очной формы обучения по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело

© Кащенко Е.Г., 2015
© Береговая И.Б., 2015
© ОГУ, 2015

Содержание

1 Цели и задачи освоения дисциплины	4
2 Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
3 Требования к результатам обучения по дисциплине	7
4 Структура и содержание дисциплины.....	7
4.1 Структура дисциплины	7
4.2 Содержание разделов дисциплины.....	8
4.3 Лабораторные работы	10
4.4 Практические занятия (семинары).....	11
5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины	11
5.1 Основная литература	11
5.2 Дополнительная литература	11
5.3 Периодические издания	12
5.4 Интернет-ресурсы.....	12
5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий	12
6 Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	13
Лист согласования рабочей программы дисциплины.....	14
Дополнения и изменения в рабочей программе дисциплины	
Приложения:	
Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	
Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины:

овладение теоретическими знаниями в области товароведения и экспертизы однородных групп потребительских товаров и приобретение умений их применять.

Задачи:

- ознакомление с объектами, предметом, методами, терминологией и задачами товароведения; с номенклатурой показателей качества, ассортимента и конкурентоспособности товаров, методами их оценки и формирования на различных этапах жизненного цикла товаров; со способами сохранения качества товаров в процессе транспортирования, хранения и реализации; с вопросами маркировки, упаковки и информации о товарах;
- овладение практическими навыками, необходимыми для определения потребительской ценности товаров народного потребления, возможных видов опасности для человека и критериев безопасности.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к базовой части блока 1 «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б.1.Б.18 Коммерческая деятельность, Б.1.В.ОД.9 Предпринимательская деятельность*

Требования к входным результатам обучения, необходимым для освоения дисциплины

Предварительные результаты обучения, которые должны быть сформированы у обучающегося до начала изучения дисциплины	Компетенции
Знать: теорию обучения (дидактики) и воспитания как механизмов развития и саморазвития личности. Уметь: использовать результаты самообразования для решения профессиональных задач. Владеть: осознанием необходимости самообразования на протяжении всей жизни.	ОК-5 способностью к самоорганизации и самообразованию
Знать: способы обобщения, анализа и восприятия информации культурологического характера, а также их базовые характеристики. Уметь: самостоятельно ставить цель и выбирать пути ее достижения при анализе и обобщении информации, изложенной в культурологических положениях, источниках, фактах. Владеть: культурой мышления, культурологической терминологией, навыками анализа и обобщения актуальной социокультурной информации с использованием культурологических знаний, готовность применять эти навыки.	ОК-9 владением культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения
Знать: цели, объекты, субъекты профессиональной деятельности, договоры в профессиональной деятельности, внедоговорные обязательства, правовую охрану собственности и правовую защиту интересов субъектов профессиональной деятельности, ее государственное регулирование и контроль; виды, формы, средства товарной информации, ее правовую базу. Уметь: применять действующее законодательство в профессиональной деятельности; применять законодательство в области коммерческой деятельности, работать с нормативными документами. Владеть: опытом работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности.	ОПК-3 умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов
Знать: цели, принципы, сферы применения, объекты, субъекты,	ПК-1 способностью

Предварительные результаты обучения, которые должны быть сформированы у обучающегося до начала изучения дисциплины	Компетенции
средства, методы, нормативно-правовую базу стандартизации, метрологии, деятельности по оценке и подтверждению соответствия; основные понятия, цели, принципы, объекты, методы товароведения, ассортиментные, квалитетические, количественные характеристики товаров; классификацию укрупненного ассортимента потребительских товаров; факторы, их обеспечивающие; виды товарных потерь, причины возникновения, порядок списания, меры предупреждения и сокращения; принципы и этапы формирования ассортимента товаров; структуризацию ассортимента, стандарты в области формирования и управления ассортиментом; современные методы и методики анализа, оптимизации и сбалансированности ассортимента торгового предприятия; классификацию услуг и особенности услуг торговли. Уметь: осуществлять приемку и учет товаров по количеству и качеству, контролировать и оценивать качество, учитывать формирующие и регулировать сохраняющие товары факторы, получать товарную информацию об основополагающих характеристиках товара из маркировки и товарно-сопроводительных документов; применять техническое и метрологическое законодательство, работать с нормативными документами, распознавать формы подтверждения соответствия, различать международные и национальные единицы измерения; формировать ассортимент в соответствии с покупательским спросом; структурировать ассортимент торгового предприятия; управлять ассортиментом и товарными ресурсами торгового предприятия. Владеть: навыками работы по оценке и контролю качества и приемке и учету по качеству и количеству товаров разного назначения; методами регулирования сохраняющих факторов; навыками формирования ассортимента товаров; умением, навыками и опытом оптимизации ассортимента; умением, навыками и опытом анализа сбалансированности ассортимента по широте и глубине.	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
Знать: организационно-правовые формы предприятий, их ресурсы, экономические показатели деятельности предприятий; сущность и методы бухгалтерского учета, основы его организации, учетную политику организации, бухгалтерский учет расчетов, основных средств, нематериальных активов и других объектов, бухгалтерскую отчетность, автоматизацию бухгалтерского учета; виды, типы, функции торговых предприятий и управление торгово-технологическим процессом, организацию труда и управление на предприятиях, принципы, нормы и методы проектирования торговых предприятий, охрану труда персонала. Уметь: определять ресурсы предприятия, экономические показатели его деятельности; проводить учет товаров и материальных ценностей. Владеть: приемами и методами управления торгово-технологическими процессами на предприятии, регулирования процессов хранения, проведения инвентаризации, определения и минимизации затрат материальных и трудовых ресурсов, а также учета и списания потерь.	ПК-2 способностью 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
Знать: сущность коммерческой деятельности предприятия, направленной на изучение потребностей, спроса и конъюнктуры; методы анализа и диагностики коммерческой деятельности. Уметь: применять статистические методы оценки и прогнозирования коммерческой деятельности; оценивать качество источников информации и самой информации; выявлять, анализировать внутреннюю среду организации и конъюнктуру рынка; осуществлять	ПК-3 готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций,

Предварительные результаты обучения, которые должны быть сформированы у обучающегося до начала изучения дисциплины	Компетенции
анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты и оценивать их эффективность. Владеть: методами и средствами сбора, обработки и анализа коммерческой информации; умением применять методы управленческого анализа и диагностики коммерческой деятельности	способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка
Знать: инновационные методы, средства и технологии в области профессиональной деятельности, методы сбора информации о деятельности конкурентов. Уметь: организовывать сбор информации о деятельности конкурентов; анализировать положение бренда на рынке и разрабатывать предложения по укреплению имиджа; анализировать инновационные методы, применяемые конкурентами в профессиональной деятельности. Владеть: методикой разработки инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).	ПК-11 способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)
Знать: основные виды и элементы проектов, важнейшие принципы, функции и методов управления проектом, методологии анализа и синтеза управленческих решений при реализации проектов; проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы); основы планирования мероприятий маркетинговой деятельности, особенности маркетинговой деятельности на внешних рынках. Уметь: применять технологии организационного проектирования в рамках проектного управления, разрабатывать технико-экономическое обоснование проекта; разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы). Владеть: способами использования различного инструментария в проектной деятельности; методологией разработки проектов профессиональной деятельности (торгово-технологические, и/или маркетинговые, и/или рекламные, и/или логистические процессы) с использованием информационных технологий.	ПК-12 способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные, и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий
Знать: современные программные средства в области управления проектами, основные методы в управлении проектами; организацию деятельности маркетинговых служб, распределение обязанностей при реализации исследовательских проектов профессиональной деятельности. Уметь: анализировать финансовую реализуемость и экономическую эффективность проекта, координировать работу структурных подразделений (участников проекта). Владеть: методами проектного анализа и математическим аппаратом оценки эффективности и рисков проекта; разработки сетевого и календарного планирования проекта.	ПК-13 готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)
Знать: виды бизнес-процессов, методы оценки их эффективности. Уметь: прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность. Владеть: методикой оценки эффективности бизнес-процессов.	ПК-14 способностью прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность

Постреквизиты дисциплины: *Б.1.В.ОД.1 Товароведение продовольственных товаров, Б.1.В.ОД.2 Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Знать: понятие, значение и виды информации в коммерческой деятельности, направления комплексного исследования рынка; основные понятия, цели, принципы, сферы применения, объекты, субъекты товароведной деятельности; методологические основы товароведной деятельности, ее составляющие элементы; государственное регулирование и контроль в товароведной деятельности Уметь: выявлять, формировать и удовлетворять потребности, анализировать конъюнктуру рынка; получать товарную информацию об основополагающих характеристиках товара из маркировки и товарно-сопроводительных документов; применять методы сбора, хранения, обработки и анализа информации для организации и управления товароведной деятельностью; использовать информационные компьютерные технологии в профессиональной деятельности; использовать информационные компьютерные технологии в профессиональной деятельности, формировать ассортимент. Владеть: методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей; сбора, обработки и анализа товароведной информации; умением проводить экспертизу товаров; умением и навыками документационного и информационного товароведной деятельности организации; аналитическими методами и навыками оценки эффективности профессиональной деятельности на предприятиях	ОПК-4 способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способностью применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц (252 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	2 семестр	всего
Общая трудоёмкость	252	252
Контактная работа:	103,25	103,25
Лекции (Л)	34	34
Практические занятия (ПЗ)	34	34
Лабораторные работы (ЛР)	34	34
Консультации	1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: - выполнение расчетно-графического задания (РГЗ); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий; - подготовка к лабораторным занятиям; - подготовка к практическим занятиям; - подготовка к рубежному контролю и т.п.)	148,75	148,75
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	экзамен	

Разделы дисциплины, изучаемые в 2 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Товароведение как научная дисциплина	28	4	2	2	20
2	Потребности, удовлетворяемые потребительскими товарами	32	4	4	4	20
3	Качество товаров	52	6	8	8	30
4	Факторы, влияющие на качество товаров	32	4	4	4	20
5	Классификация и кодирование потребительских товаров	32	4	4	4	20
6	Ассортимент товаров	38	6	6	6	20
7	Основы товарной экспертизы	38	6	6	6	20
	Итого:	252	34	34	34	150
	Всего:	252	34	34	34	150

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Товароведение как научная дисциплина

Понятие товароведения. Товар как объект товароведения. Свойства товара: потребительная стоимость и меновая стоимость. Предмет товароведения – потребительная стоимость. Соотношение и взаимосвязь важнейших категорий товароведения: потребительной стоимости, полезности и качества продукции.

Субъекты товароведения: товароведы и потребители. Требования, предъявляемые к товароведам.

Принципы товароведения: безопасность, эффективность, совместимость, взаимозаменяемость, систематизация.

Возникновение и развитие товароведения. Социально – экономические предпосылки возникновения товароведения в период развития промышленного производства, внутренних и внешних торговых связей. Этапы развития товароведения. Роль русских ученых в развитии товароведения.

Методы товароведения. Методы научного познания: эмпирические, аналитические, оценки качества товаров.

Межпредметные связи товароведения с другими учебными дисциплинами: предшествующие, сопутствующие, последующие.

Цели и задачи товароведения на современном этапе развития общества. Место и роль товароведения в удовлетворении потребностей населения, формировании качества и ассортимента товаров на основных стадиях жизненного цикла продукции – проектирования, изготовления, обращения, потребления (эксплуатации), повышении ее конкурентоспособности на современном потребительском рынке.

Раздел 2. Потребности, удовлетворяемые потребительскими товарами

Понятие потребностей. Влияние развития потребностей на структуру общественного производства.

Факторы формирования потребностей: место проживания, климатические условия, пол, возраст, уровень доходов, социальное положение и др. Типология потребителей. Влияние типологии потребителей на формирование ассортимента товаров.

Классификация потребностей. Физиологические потребности: потребности обусловленные строением и функционированием организма человека. Социальные потребности: потребности в определенном образе жизни, общении с другими людьми, самоутверждении, развитии интеллекта. Духовные потребности: потребности в духовном развитии, творчестве, эстетическом познании мира. Потребности конкретные и общие, личные и общественные. Основные, престижные, импульсивные потребности. Степень настоятельности потребностей. Потребности жизненно важные, необходимые,

обычные, второстепенные, дополнительные. Степень удовлетворения потребностей. Потребности удовлетворяемые, действительные, абсолютные.

Раздел 3. Качество товаров

Основные понятия: качество и требования к качеству товаров. Свойства продукции: простые и сложные. Показатели качества: его наименование и значение. Классификация показателей качества: Уровень качества товаров: технический, технико-экономический, нормативный.

Понятие о потребительских свойствах. Классификация потребительских свойств. Номенклатура потребительских свойств и показателей.

Социальные свойства товаров: социальная направленность; соответствие товара оптимальному ассортименту; моральное старение. Связь морального старения с престижностью товара. Функциональные, эргономические, эстетические свойства, свойства надежности, безопасность товаров в потреблении, экологические свойства. Критерии выбора потребительских свойств и показателей, их определяющих, при оценке качества.

Градации качества. Стандартный, нестандартный товар, брак. Отходы как разновидность брака. Сортамент товаров: природный, товарный. Сырьевой, технологический, комплексный принципы определения товарного сорта. Пересортица. Группы сложности. Группы качества. Марки и номера.

Товарные потери: виды и причины возникновения и порядок списания.

Дефекты товаров. Классификация дефектов по степени значимости, в зависимости от наличия методов и средств устранения, в зависимости от места их возникновения.

Понятия: «контроль качества», «экспертиза потребительских свойств», «экспертиза качества» и «оценка качества», их общность и различия.

Методы контроля качества товаров. Проба. Выборка. Правила отбора проб из партии. Оптимальность размера пробы. Представительность пробы. Точечная проба. Средний образец, средняя проба. Навеска. Объединенная проба. Исходная проба. Методы отбора проб. Приемочное и браковочное числа. Приемочный уровень дефектности.

Раздел 4. Факторы, влияющие на качество товаров

Факторы, формирующие качество потребительских товаров. Сырье и материалы: влияние на свойства изделий. Неорганические и органические материалы. Природные, искусственные, синтетические материалы. Химический состав и строение исходных материалов. Основные свойства исходных материалов. Конструкция изделия. Технологические процессы: влияние технологической обработки на формирование свойств готовой продукции.

Факторы, сохраняющие качество потребительских товаров. Тара и упаковка товаров. Классификация, характеристика отдельных видов упаковки. Информация о товарах. Средства информации о товарах. Маркировка товаров. Способы маркировки, общие требования к содержанию маркировки. Хранение товаров: условия, сроки, и способы. Факторы, влияющие на сохраняемость товаров. Размещение товаров при хранении. Понятие оптимального режима хранения. Гарантийные, предельные и прогнозируемые сроки хранения.

Сущность и общие принципы ухода за товарами. Сущность, необходимость и значение научно разработанных правил ухода за товарами. Уход за товарами как комплекс мер по сохранению качества и предотвращению разрушения, порчи товаров при их транспортировке, хранении и использовании. Транспортирование, условия и сроки. Организация сервисного обслуживания по обеспечению стабильного функционирования товаров. Предреализационная товарная обработка.

Раздел 5. Классификация и кодирование потребительских товаров

Понятие классификации. Виды классификаций, применяемость в товароведении. Признаки классификации: общие и специфические. Правила классификации. Характеристика производственной, учебной и торговой классификаций.

Методы классификации: иерархический, фасетный и комбинированный, их достоинства и недостатки.

Кодирование товаров. Сущность и цели кодирования товаров. Методы кодирования. Сущность регистрационного (порядково-серийного) и классификационного методов кодирования товаров. Структура кодов по этим системам. Классификаторы продукции. Общегосударственная система классификации промышленной и сельскохозяйственной продукции (ОКП). Штриховое кодирование.

Раздел 6. Ассортимент товаров

Понятие ассортимента. Классификация ассортимента по местонахождению, по широте охвата товаров, по степени удовлетворения потребителей, по характеру потребностей.

Характеристики ассортимента: свойства и показатели. Структура ассортимента. Рациональность ассортимента. Широта, полнота, глубина, устойчивость, обновление ассортимента. Методы их оценки.

Управление ассортиментом. Формирование ассортимента. Ассортиментная политика. Виды нормативных и технологических документов, регламентирующих ассортимент товаров.

Раздел 7. Основы товарной экспертизы

Понятие об экспертизе. Цели и задачи экспертизы. Объекты субъекты и методы экспертизы. Виды экспертиз.

Основания для проведения экспертизы. Нормативные документы для проведения экспертизы, их содержание и применение.

Субъекты экспертизы. Квалификационные требования к экспертам и их аттестация. Международные квалификационные критерии для экспертов-аудиторов. Требования к главным экспертам, старшим экспертам, экспертам системы Торгово-промышленной палаты РФ.

Средства товарной экспертизы: средства информации о товарах и материально-технические средства, их классификация.

Методы товарной экспертизы: классификация, преимущества и недостатки разных групп методов. Объективные методы: измерительные и регистрационные. Эвристические методы: органолептические, экспертные, социологические. Экспертные методы: классификация, характеристика методов группового опроса, экспертной оценки показателей качества, математико-статистические.

Организация проведения товарной экспертизы. Этапы экспертизы: подготовительный (заявка на проведение экспертизы, наряд на проведение экспертизы, назначение эксперта, инструктаж экспертов, взаимоотношения эксперта и заказчика экспертизы), основной (экспертная оценка) и заключительный (анализ и оценка полученных результатов, их документальное оформление). Акт экспертизы: общая, констатирующая, заключительная части; требования к оформлению.

Идентификация: понятие, цели, сферы применения, виды, показатели, средства и методы, результаты.

Фальсификация: виды, средства, последствия.

4.3 Лабораторные работы

№ ЛР	№ раздела	Наименование лабораторных работ	Кол-во часов
1	1	Изучение методов товароведения	2
2	2	Составление типологии потребителей	2
3	2	Определение потребностей, удовлетворяемых потребительскими товарами	2
4,5	3	Освоение методики контроля качества товаров	4
6,7	3	Оценка потребительских свойств товаров	4
8	4	Моделирование влияния проектирования и производства на качество товаров	2
9	4	Исследование маркировки и упаковки товаров	2
10, 11	5	Составление кодов потребительских товаров	4
12	6	Разработка ассортиментной политики магазина	2
13, 14	6	Исследование ассортимент товаров	4
15	7	Идентификация товаров	2
16,17	7	Проведение товарной экспертизы	4
		Итого:	34

4.4 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Изучение принципов товароведения	2
2,3	2	Изучение потребностей, удовлетворяемых потребительскими товарами	4
4,5	3	Составление классификации потребительских свойств товаров	4
6,7	3	Изучение принципов сортировки товаров	4
8	4	Изучение факторов, формирующих качество товаров	2
9	4	Изучение факторов, сохраняющих качество товаров	2
10, 11	5	Изучение правил классификация потребительских товаров	4
12	6	Изучение ассортимента товаров	2
13, 14	6	Изучение методов исследования ассортимента товаров	4
15	7	Изучение основных приемов идентификации товаров.	2
16,17	7	Изучение документального оформления результатов экспертизы	4
		Итого:	34

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Евдохова, Л.Н. Товарная экспертиза [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л.Н. Евдохова, С.Л. Масанский. - Минск : Вышэйшая школа, 2013. - 332 с. - ISBN 978-985-06-2165-8. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=235582>. – ЭБС «Университетская библиотека», по паролю.
2. Николаева, М.А. Теоретические основы товароведения и экспертизы товаров. В 2 ч. Ч. 1: Модуль I. Теоретические основы товароведения [Электронный ресурс]: Учебник / М.А. Николаева. - М.: Норма: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 368 с. - ISBN 978-5-91768-475-8. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=452672>. – ЭБС: «Знаниум», по паролю.

5.2 Дополнительная литература

1. Зонова Л.Н. Теоретические основы товароведения и экспертизы [Электронный ресурс]: учебное пособие для бакалавров/ Зонова Л.Н., Михайлова Л.В., Власова Е.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 192 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35314>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
2. Кажаява, О.И. Товароведение и экспертиза продовольственных товаров : учебное пособие / О.И. Кажаява, Л.А. Манихина ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». - Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2014. - 211 с. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=258801>. – ЭБС «Университетская библиотека», по паролю.
3. Николаева, М. А. Теоретические основы товароведения [Текст] : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям "Товароведение и экспертиза товаров" и "Коммерция" / М. А. Николаева. - Москва : Норма : ИНФРА-М, 2014. - 448 с. : ил. - Библиогр.: с. 436-437. - ISBN 978-5-91768-426-0. - ISBN 978-5-16-009124-2.
4. Николаенко, О.А. Методы исследования рыбы и рыбных продуктов : учебное пособие / О.А. Николаенко, Ю.В. Шокина, В.И. Волченко. - СПб : Гиорд, 2011. - 174 с. : табл., схем. - ISBN 978-5-98879-133-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=134035>. – ЭБС «Университетская библиотека», по паролю.

5. Петрище, Ф.А. Теоретические основы товароведения и экспертизы: Учебник для бакалавров / Ф. А. Петрище. - 5-е изд., испр. и доп. - М.: Дашков и Ко, 2012. - 508 с.: 60x88 - (Учебные издания для бакалавров). - ISBN 978-5-394-01879-4; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=354038>. - ЭБС: «Знаниум», по паролю.
6. Райкова Е.Ю. Теоретические основы товароведения и экспертизы [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Райкова Е.Ю.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2015.— 412 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10984>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.
7. Страхова, С. А. Теоретические основы товароведения и экспертизы [Электронный ресурс] : Тесты / С. А. Страхова. - М.: Дашков и К, 2014. - 164 с. - ISBN 978-5-394-01724-7. URL: <http://znanium.com/bookread2.php?book=430591>— ЭБС: «Знаниум», по паролю.
8. Теоретические основы товароведения : учебное пособие / . - Минск : Вышэйшая школа, 2009. - 208 с. - ISBN 978-985-06-1732-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=235716>. - ЭБС «Университетская библиотека», по паролю.
9. Тимофеева, Т. Н. Теоретические основы товароведения и экспертизы [Текст] : методические указания / Т. Н. Тимофеева; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Оренбург. гос. ун-т", Каф. нац. экономики. - Оренбург : ОГУ, 2013. - 31 с. - Библиогр.: с. 31. Издание на др. носителе [Электронный ресурс].

5.3 Периодические издания

- Конкуренция и рынок.
- Конъюнктура товарных рынков.
- Новые промышленные каталоги отечественных и зарубежных фирм. Серия 10. Машины и оборудование для торговли и общественного питания. Бытовые машины и приборы. Товары культурно-бытового назначения
- Товаровед продовольственных товаров.
- Оптово-розничная торговля по группам товаров. Россия.

5.4 Интернет-ресурсы

- <http://galoba.ru>. Интернет-портал потребителя Жалоба.RU создан Санкт-Петербургской общественной организацией потребителей «Диалог». На сайте представлена информация о законодательстве РФ в потребительской области, адреса гражданских судов Санкт-Петербурга, адреса мест, куда можно пожаловаться, книга советов, шаблоны заявлений. Философия интернет-ресурса «Знать свои права - реальная сила, а умение применять свои знания на практике означает быть сильной личностью».
- <https://pravoved.ru> - Правовед.RU - это сервис, связывающий профессиональных юристов с клиентами в режиме онлайн. Любой пользователь может получить здесь моментальную консультацию по всем правовым вопросам.
- <http://orenburg-cci.ru/ekspertiza-tovarov-i-uslug.html> - страница официального сайта Торгово-промышленной палаты Оренбургской области. Союз "Торгово-промышленная палата Оренбургской области" – крупнейшая независимая экспертная организация региона, действующая с 1995г., предлагает воспользоваться услугами экспертизы в рамках требований Федерального закона №44-ФЗ.

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий

- 1) Операционная система Windows.
- 2) Программы пакета MS Office: MS Word, MS Excel, MS Power-Point.
- 3) Программа «БЭСТ-Маркетинг».

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

- 1) компьютер;
- 2) проектор;
- 3) экран.

ЛИСТ

согласования рабочей программы

Направление подготовки: 38.03.06 Торговое дело

код и наименование

Профиль: Коммерция

Дисциплина: Б.1.Б.17 Теоретические основы товароведения

Форма обучения: очная

(очная, очно-заочная, заочная)

Год набора 2015

РЕКОМЕНДОВАНА заседанием кафедры

Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы

наименование кафедры

протокол № 5 от "25" ноября 2015 г.

Ответственный исполнитель, заведующий кафедрой

Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы

наименование кафедры

подпись

Калиева О.М.

расшифровка подписи

Исполнители:

Доцент кафедры маркетинга, коммерции и рекламы

должность

подпись

Калиева О.М.

расшифровка подписи

Доцент кафедры маркетинга, коммерции и рекламы

должность

подпись

Кашенко Е.Г.

расшифровка подписи

Доцент кафедры маркетинга, коммерции и рекламы

должность

подпись

Береговая И.Б.

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

38.03.06 Торговое дело

код и наименование

личная подпись

Калиева О.М.

расшифровка подписи

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

Истомина Т.В.

расшифровка подписи

Начальник отдела информационных образовательных технологий ЦИТ

Дырдина Е.В.

расшифровка подписи