Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б.1.В.ОД.2 Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров»

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

Год набора 2017

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы
наименование кафедры

протокол № 8 от "02" 02 2017 г.

Заведующий кафедрой
Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы — подпись — О.М. Калиева
наименование кафедры *подпись* *расшифровка подписи*

Исполнители:
Доцент — подпись — Береговая И.Б.
должность *подпись* *расшифровка подписи*

Доцент — подпись — Кащенко Е.Г.
должность *подпись* *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
38.03.06 Торговое дело — О.М. Калиева
код наименование *личная подпись* *расшифровка подписи*

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки
личная подпись — Н.Н. Грицай
расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета
личная подпись — Н.В. Лужнова
расшифровка подписи

№ регистрации 37749

© Береговая И.Б.
Кащенко Е.Г., 2017
© ОГУ, 2017

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины: освоение студентами теоретических основ и практических умений и навыковв области товароведения и экспертизы непродовольственных товаров.

Задачи:

- получение базовых представлений о товароведении и экспертизе непродовольственных товаров;
- овладение умениями и навыкамиприменения технологий в области товароведения и экспертизы непродовольственных товаров.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательным дисциплинам (модулям) вариативной части блока 1 «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б.1.Б.16 Теоретические основы товароведения, Б.1.Б.18 Информационные технологии в коммерческой деятельности*

Постреквизиты дисциплины: *Б.1.В.ОД.7 Мерчандайзинг*

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:источники и способы сбора информации о свойствах, ассортименте, качестве товаров, необходимой для осуществления товароведной деятельности **Уметь:**обрабатывать и оценивать информацию о товарах при осуществлении товароведной деятельности **Владеть:** навыками поиска информации о товаре при осуществлении товароведной деятельности	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
Знать: основные понятия, принципы, методы товароведения; ассортиментные, качественные, количественные характеристики непродовольственных товаров, факторы, их обеспечивающие; классификацию; методику анализа ассортимента товаров, методы классификации и кодирования товаров, структуру классификаторов товаров, требования к информации на товары **Уметь**: классифицировать и анализировать ассортимент; исследовать качественные, количественные характеристики непродовольственных товаров; выявлять дефекты	ПК-1 способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Владеть: навыками определения качестванепродовольственных товаров, обеспечения его сохранения	качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству
Знать: признаки качественной, количественной, ассортиментной идентификациинепродовольственных товаров **Уметь**: проводить качественную, количественную, ассортиментную идентификациюнепродовольственных товаров **Владеть**: методами выявления и предупреждения фальсификациинепродовольственных товаров	ПК-4 способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	6 семестр	всего
Общая трудоёмкость	**216**	**216**
Контактная работа:	**68,5**	**68,5**
Лекции (Л)	34	34
Практические занятия (ПЗ)	16	16
Лабораторные работы (ЛР)	16	16
Консультации	1	1
Индивидуальная работа и инновационные формы учебных занятий	1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,5	0,5
Самостоятельная работа: *- выполнение курсовой работы (КР);* *- 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.)*	**147,5** +	**147,5**
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	**экзамен**	

Разделы дисциплины, изучаемые в 6 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Товароведение и экспертиза хозяйственных товаров	70	12	4	6	48
2	Товароведение и экспертиза одежно-обувных товаров	70	12	4	6	48
3	Товароведение и экспертиза электронных и культурно-бытовых товаров	50	6	4	2	38
4	Товароведение и экспертиза галантерейных и парфюмерно-косметических товаров	26	4	4	2	16
	Итого:	216	34	16	16	150

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
	Всего:	216	34	16	16	150

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1 Товароведение и экспертиза хозяйственных товаров

Пластмассы и изделия из них. Понятие пластмасс. Характеристика основных видов пластмасс. Классификация и характеристика современного ассортимента изделий из пластмасс. Качество хозяйственных изделий из пластмасс. Маркировка и упаковка товаров из пластических масс. Экспертиза качества изделий из пластмасс.

Стеклянные бытовые товары. Факторы формирования качества стеклянных изделий: виды стекла, способы выработки, виды декорирования. Классификация и характеристика современного ассортимента изделий из стекла. Маркировка и упаковка товаров из стекла. Качество изделий из стекла и его экспертиза.

Керамические бытовые товары. Факторы формирования конкурентоспособности керамических изделий: виды керамики, виды украшений. Классификация и характеристика современного ассортимента керамических изделий. Маркировка и упаковка товаров из керамики. Качество изделий из керамики и его экспертиза.

Металлохозяйственные товары. Факторы формирования конкурентоспособности металлохозяйственных изделий: виды металлов и сплавов, способы выработки, виды покрытий, способы соединения деталей и обработки поверхности. Классификация и характеристика современного ассортимента изделий из металлов и сплавов: металлической посуды, приборов для окон и дверей, инструментальных товаров, кухонных принадлежностей, столовых приборов и ножевых товаров. Качество металлохозяйственных изделий и его экспертиза.

Товары бытовой химии. Классификация и характеристика современного ассортимента, требования к качеству клеящих материалов, моющих средств, лакокрасочных материалов. Маркировка и упаковка товаров бытовой химии.

Строительные товары. Классификация и характеристика современного ассортимента, требования к качеству минеральных вяжущих веществ и изделий на их основе, строительных товаров из стекла, керамики, древесины, металлов, пластмасс, на основе бумаги.

Электробытовые товары. Классификация и характеристика современного ассортимента, требования к качеству проводов и шнуров, электроустановочных изделий, электронагревательных приборов, электробытовых и электрических кухонных машин, источников света и осветительной арматуры. Паспорта и руководства по эксплуатации как источник информации о свойствахэлектро-бытовых товаров.

Раздел 2 Товароведение и экспертиза одежно-обувных товаров

Текстильные товары. Факторы формирования качества тканей: волокнистый состав, виды нитей, переплетение, отделка. Классификация и характеристика современного ассортимента текстильных товаров. Качество тканей и его экспертиза. Принципы сортировки.

Швейные изделия. Факторы формирования качества швейных изделий: моделирование и конструирование, сырье, отделка, технологические операции. Классификация и характеристика современного ассортимента швейных изделий. Качество швейных изделий и его экспертиза. Памятки по уходу за швейными товарами.

Трикотажные товары. Факторы формирования качества трикотажных изделий: волокнистый состав, трикотажные переплетения, процесс изготовления, отделка. Классификация и характеристика современного ассортимента трикотажных изделий. Качество трикотажных изделий и его экспертиза. Принципы сортировки.Маркировка и памятки по уходу за трикотажными товарами.

Обувные товары. Кожаная обувь: факторы формирования качества (натуральные, искусственные, синтетические кожи для верха и низа обуви, методы крепления, отделка). Классификация и характеристика современного ассортимента кожаной обуви. Качество обуви и его экспертиза. Принципы сортировки. Особенности маркировки и упаковки. Резиновая обувь: факторы формирования качества (материалы, методы изготовления, отделка). Классификация и характеристика современного ассортимента резиновой обуви. Качество резиновой обуви. Особенности маркировки и упаковки. Валяная обувь: классификация и характеристика современного ассортимента. Особенности маркировки и упаковки.

Пушно-меховые товары. Факторы формирования качества пушно-меховых товаров: пушно-меховой полуфабрикат, скорняжные операции, пошивочные операции. Классификация и характеристика современного ас-сортимента пушно-меховых товаров: верхней меховой одежды, головных меховых уборов, женских меховых уборов, меховых частей одежды и др. Качество пушно-меховых товаров и его экспертиза. Маркировка и рекомендации по уходу за пушно-меховыми товарами.

Раздел 3 Товароведение и экспертиза электронных и культурно-бытовых товаров

Электронные бытовые товары. Состояние и обновление товарной группы. Потребительские свойства, классификация и характеристика современного ассортимента аудиотехники, видеотехники, офисной оргтехники, средств связи. Паспорта и руководства по эксплуатации как источник информации о свойствах электронных товаров.

Школьно-письменные и канцелярские товары. Состояние и направления обновления товарной группы. Классификация и характеристика современного ассортимента школьно-письменных и канцелярских товаров. Влияние имиджа фирмы-изготовителя и фирмы-продавца на конкурентоспособность.

Часы и ювелирные товары. Диагностика рынка часов и ювелирных изделий. Факторы формирования качества, классификация и характеристика современного ассортимента. Особенности маркировки. Влияние имиджа фирмы-изготовителя и фирмы-продавца на конкурентоспособность.Особенности маркировки. Паспорта и руководства по эксплуатации как источник информации о свойствах часов. Памятки по уходу за ювелирными товарами.

Раздел 4 Товароведение и экспертиза галантерейных и парфюмерно-косметических товаров

Галантерейные товары. Классификация и характеристика современного ассортимента, требования к качеству текстильной и швейной, кожаной, пластмассовой, металлической галантереи.

Парфюмерно-косметические товары. Состояние и направления обновления товарной группы. Классификация и характеристика ассортимента парфюмерных и косметических товаров. Влияние имиджа фирмы-изготовителя и фирмы-продавца на конкурентоспособность. Требования к качеству и его экспертиза.

4.3 Лабораторные работы

№ ЛР	№ раздела	Наименование лабораторных работ	Кол-во часов
1	1	Товароведные исследования стеклянных бытовых изделий	2
2	1	Товароведные исследования керамических бытовых изделий	2
3	1	Товароведные исследования товаров бытовой химии	2
4, 5	2	Товароведные исследования текстильных товаров	4
6	2	Товароведные исследования обувных товаров	2
7	3	Товароведные исследования электронных товаров	2
8	4	Товароведные исследования парфюмерно-косметических товаров	2
		Итого:	16

4.4 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1,2	1	Изучение вида пластических масс и изделий из них	4
3,4	2	Изучение факторов, формирующих качество обуви	4
5	3	Товароведные исследования школьно-письменных и канцелярских товаров	2
6	3	Товароведные исследования часов и ювелирных товаров	2
7,8	4	Товароведные исследования галантерейных товаров	4

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
		Итого:	16

4.5 Курсовая работа (6 семестр)

Типовая тема – «Товароведные исследования рынка ….. товаров».Курсовая работа выполняется по одной из групп товаров, указанных далее.

1. Хозяйственные изделия из пластмасс.
2. Клеи
3. Моющие средства.
4. Лакокрасочные товары.
5. Посуда стеклянная, керамическая, металлическая.
6. Приборы для окон и дверей.
7. Бытовые инструменты.
8. Светильники.
9. Электронагревательные приборы.
10. Холодильники.
11. Стиральные машины.
12. Конструкционные материалы.
13. Лесоматериалы.
14. Отделочные, облицовочные и материалы для полов.
15. Мебель бытовая.
16. Ковры и ковровые изделия.
17. Товары местных художественных промыслов.
18. Сувенирные изделия.
19. Часы настенные и напольные.
20. Часы наручные.
21. Телевизоры.
22. Радиоприемники.
23. Проигрыватели и электрофоны.
24. Фотоаппараты.
25. Фотоматериалы.
26. Канцелярские товары.
27. Книги (издания).
28. Игрушки.
29. Музыкальные товары.
30. Транспортные средства.
31. Рыболовные и охотничьи товары.
32. Спортивные товары.
33. Товары для туризма.
34. Повседневная обувь (женская и мужская).
35. Модельная обувь.
36. Детская обувь.
37. Обувь для молодежи.
38. Резиновая обувь.
39. Хлопчатобумажные ткани.
40. Льняные ткани.
41. Шерстяные ткани.
42. Шелковые ткани.
43. Платьево-сорочечные и бельевые ткани.
44. Платьевые и костюмно-платьевые ткани.
45. Женская верхняя одежда.
46. Мужская верхняя одежда.
47. Детская одежда.
48. Одежда для молодежи.

49. Одежда для новорожденных.
50. Одежда для людей старшего возраста.
51. Меховая одежда.
52. Головные уборы.
53. Верхний трикотаж.
54. Трикотажные бельевые изделия.
55. Чулочно-носочные изделия.
56. Кожаная галантерея.
57. Текстильная галантерея.
58. Металлическая галантерея.
59. Ювелирные изделия.

и т.д.

По согласованию с научным руководителем студент может выполнять работу на тему, отличную от типовой. Эти темы касаются отдельных проблем, связанных с ассортиментом, качеством товаров и методами его контроля, например:

1. Анализ факторов формирования ассортимента (товара) в торговом предприятии.
2. Анализ факторов формирования потребительских свойств (товара)
3. Сравнительный анализ ассортимента и качества отечественных и импортных товаров.
4. Моральное старение и социальная долговечность товаров.
5. Мода как фактор формирования торгового ассортимента одежды.

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Товароведение и экспертиза швейных, трикотажных и текстильных товаров : учебное пособие / И.Ш. Дзахмишева, С. Балаева, М.В. Блиева, Р.М. Алагирова ; под общ. ред. И.Ш. Дзахмишевой ; Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°». - 5-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 345 с. : схем., ил., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02429-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=269205. – ЭБС: «Университетская библиотека», по паролю.

2. Товароведение однородных групп непродовольственных товаров : учебник / Т.И. Чалых, Е.Л. Пехташева, Е.Ю. Райкова и др. ; под ред. Т.И. Чалых, Н.В. Умаленовой. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 760 с. : табл., ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01966-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450791. – ЭБС: «Университетская библиотека», по паролю.

3. Вилкова, С.А. Товароведение и экспертиза хозяйственных товаров : учебно-практическое пособие / С.А. Вилкова, Л.В. Михайлова, Е.Н. Власова ; ред. С.А. Вилкова. - Москва : Дашков и Ко, 2015. - 498 с. - (Учебные издания для бакалавров). - ISBN 978-5-394-01377-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229402. – ЭБС: «Университетская библиотека», по паролю.

5.2 Дополнительная литература

1. Идентификация и фальсификация непродовольственных товаров : учебное пособие / И.Ш. Дзахмишева, З.А. Дзахмишева, С.И. Балаева, М.В. Блиева ; под общ. ред. И.Ш. Дзахмишевой. - 2-е изд., доп. и перераб. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2014. - 357 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02013-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=452837. – ЭБС: «Университетская библиотека», по паролю.

2. Долганова, Н.В. Хранение продовольственных и непродовольственных товаров : учебное пособие / Н.В. Долганова, С.О. Газиева. - Санкт-Петербург : Троицкий мост, 2016. - 200 с. : ил., табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4377-0075-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=445286. – ЭБС: «Университетская библиотека», по паролю.

3. Кащенко, Е. Товароведение галантерейных товаров : учебное пособие / Е. Кащенко, О. Калиева, Т. Мельникова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Оренбургский государственный университет». - Оренбург : ОГУ, 2017. - 128 с. : ил. - Библиогр.: с. 79-80. - ISBN 978-5-7410-1954-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=485636

5.3 Периодические издания

1. Маркетинг в России и за рубежом : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2017.
2. Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2017
3. Практический маркетинг : журнал. - М. : Агентство "BCI Marketing", 2016
4. Эксперт : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2015

5.4 Интернет-ресурсы

– https://znaytovar.ru/ - Знайтовар.Ру –портал о торговле, бизнесе, товароведении, экспертизе.

– http://www.grandars.ru/ - Энциклопедия экономиста www.Grandars.ru – проект, который содержит знания в области экономики. На сайте публикуется информация, ориентированная в первую очередь на студентов экономических специальностей, специалистов по экономике, маркетингу, банковскому делу, а также просто людей, которые желают улучшить свои знания в области экономических наук.

– http://www.marketing.spb.ru/ - Интернет-портал «Энциклопедия маркетинга» - это интернет-проект, направленный на сбор и предоставление учебных, академических и методико-практических материалов студентам, аспирантам, обучающимся на курсах повышения квалификации, а также формирование академических и практических навыков у предпринимателей, менеджеров и топ-менеджеров. Материалы, представленные на портале повышают образовательный статус в вопросах теоретического и практического маркетинга, консультирования бизнеса, проведения профессиональных исследований рынков. Среди материалов сайта в свободном доступе: образовательные статьи, монографии, фрагменты и полные тексты книг, учебники, избранные публикации ведущих журналов, курсы лекций, практические примеры работы реальных предприятий, руководства, ссылки на другие источники информации;

– http://grebennikon.ru/about.php - Электронная библиотека Grebennikon содержит статьи, опубликованные в специализированных журналах Издательского дома «Гребенников» в числе которых «Маркетинг и маркетинговые исследования». На данный момент в электронной библиотеке представлено свыше 30 периодических изданий.

– www.sostav.ru - Sostav.ru – ведущее российское отраслевое СМИ в области рекламы, маркетинга и PR. Ежедневно предоставляет читателям актуальную информацию о положении в рекламной отрасли, медиа и потребительском рынке.

– http://www.triz-ri.ru/ - открытые бизнес-методики и технологии. "Рекламное Измерение". Сайт посвящен методикам и технологиям бизнеса, менеджмента, маркетинга, рекламы и Public Relations.

Открытые онлайн-курсы:

- Брендинг и кроссбрендинг [Электронный ресурс]: лекция на платформе https://www.lektorium.tv/mooc - «Лекториум», МООК / Разработчик курса : Поляков Иван, Инновационный форум Селигер, режим доступа: https://www.lektorium.tv/lecture/13057;

- «Российские потребители: как мы потребляем?» [Электронный ресурс]: онлайн-курс на платформе https://universarium.org – «Универсариум» / Разработчик курса : Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова", режим доступа: https://universarium.org/course/729.

5.5 Программное обеспечение

1 Операционная система Microsoft Windows.

2 OpenOffice/LibreOffice - свободный офисный пакет программ, включающий в себя текстовый и табличный редакторы, редактор презентаций и другие офисные приложения.

3 ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2017]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\GarantClient\garant.exe

4 КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», [1992–2017]. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\!CONSULT\cons.exe

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1 SCOPUS [Электронный ресурс] : реферативная база данных / компания Elsevier. – Режим доступа : https://www.scopus.com/, в локальной сети ОГУ.

2 Springer [электронный ресурс] : база данных научных книг, журналов, справочных материалов / компания SpringerCustomerServisCenterGmbH. – Режим доступа : https://link.springer.com/, в локальной сети ОГУ.

3 WebofScience[Электронный ресурс] : реферативная база данных / компания ClarivateAnalytics. – Режим доступа : https://apps.webofknowledge.com/, в локальной сети ОГУ.

4Restko [Электронный ресурс] : базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR - Базы рынка рекламы) / компания ООО «Рестко». – Режим доступа : https://www.restko.ru/, в локальной сети ОГУ.

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.