Минобрнауки России

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

Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б.1.В.ДВ.6.2 Товарная информация»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки
38.03.06 Торговое дело
(код и наименование направления подготовки)

Общий профиль
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Тип образовательной программы
Программа академического бакалавриата

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Заочная

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
маркетинга, коммерции и рекламы О.М. Калиева
наименование кафедры *подпись* *расшифровка подписи*

Исполнители:
Доцент Т.Ф. Мельникова
должность *подпись* *расшифровка подписи*

должность *подпись* *расшифровка подписи*

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

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

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

№ регистрации 39875

© Мельникова Т.Ф., 2017
© ОГУ, 2017

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины: приобретение знаний и умений в области получения, преобразования, хранения и использования товарной информации, современных компьютерных технологий, компьютерных систем и сетей, необходимых для осуществления коммерческой деятельности.

Задачи:

- изучить нормативно-правовую базу информационного обеспечения;
- изучить виды, формы, функции и средства товарной информации, а также требования, предъявляемые к ней;
- уметь оценивать соответствие товарной информации требованиям нормативной документации;
- владеть навыками работы с современными техническими и программными средствами для информационного обеспечения коммерческой деятельности.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

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

Пререквизиты дисциплины: *Б.1.Б.11 Управление качеством и конкурентоспособностью товаров и услуг*

Постреквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

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: -виды торгово-технологических процессов на предприятии. **Уметь:** - осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию. **Владеть:** - навыками 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: - признаки идентификации и фальсификация товаров. **Уметь:** - идентифицировать товары. **Владеть:** - навыками обнаружения фальсификация товаров.	ПК-4 способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации
Знать: - методы проведения маркетинговых исследований и их разновидности. **Уметь:** - проводить маркетинговые исследования. **Владеть:** - навыками обработки результатов маркетинговых исследований.	ПК-10 способностью проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Знать: -виды торгово-технологических, маркетинговых, рекламных, и (или) логистических проектов. **Уметь:** - разрабатывать проекты профессиональной деятельности. **Владеть:** - навыками оценки эффективности проектов профессиональной деятельности.	ПК-12 способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные, и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

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

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	4 семестр	всего
Общая трудоёмкость	**216**	**216**
Контактная работа:	**25,25**	**25,25**
Лекции (Л)	8	8
Практические занятия (ПЗ)	16	16
Консультации	1	1
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: *- выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ);* *- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий; подготовка к практическим занятиям).*	**190,75**	**190,75**
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	**экзамен**	

Разделы дисциплины, изучаемые в 4 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Виды и формы товарной информации	56	2	4		50
2	Информационные системы в профессиональной деятельности	56	2	4		50
3	Электронный документооборот торгового предприятия	56	2	4		50
4	Электронные платежные системы	48	2	4		42
	Итого:	**216**	**8**	**16**		**192**
	Всего:	**216**	**8**	**16**		**192**

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Виды и формы товарной информации. Товарная информация: основные понятия.

Виды товарной информации: основополагающая, коммерческая и потребительская. Формы информации: словесная, изобразительная, символическая. Классификация и назначение средств товарной информации. Товарно-сопроводительные документы (ТСД): понятие, классификация, назначение, основные реквизиты, правила заполнения. Обязательные и необязательные ТСД. Основные признаки идентификации и фальсификация товаров.

Правовая и нормативная база информационного обеспечения. Правовая база: Федеральные законы в области информационного обеспечения продавцов и потребителей. Нормативная база: виды нормативных документов, регламентирующих требования к товарной информации.

Раздел 2. Информационные системы в профессиональной деятельности. Понятие экономической информации. Роль и место информационных систем в управлении торговой деятельностью. Информационные процессы и функции.

Информационно-поисковые системы. Понятие информационно-поисковых систем и их виды. Поисковые возможности систем. Гипертекстовая технология. Применение информационно-поисковых систем в торговле. Основные методы и средства получения, хранения, переработки информации. Методы проведения маркетинговых исследований и их разновидности.

Раздел 3. Электронный документооборот торгового предприятия. Структура и содержание информационного обеспечения. Автоматизация бизнес-процессов. Учет закупок, продажи и запасов товаров, необходимость и степень его автоматизации на торговых предприятиях.

Информационное обеспечение торгового предприятия. Структура и содержание информационного обеспечения. Файловая организация массивов информации. Виды торгово-технологических, маркетинговых, рекламных, и (или) логистических проектов.

Раздел 4. Электронные платежные системы. Пластиковые карты, электронные «деньги». Проблемы надежности электронных платежных систем в России. Примеры платежных систем. Сравнение характеристик.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Виды товарной информации: основополагающая, коммерческая и потребительская.	2
2	1	Формы информации: словесная, изобразительная, символическая.	2
3	2	Соотношение базовых законодательных документов: закона «О рекламе», Конституции РФ, Уголовный кодекс РФ, Гражданский кодекс РФ, законов «О защите прав потребителей», «О средствах массовой информации» и пр.	2
4	2	Нормативная база: виды нормативных документов, регламентирующих требования к товарной информации.	2
5	3	Создание и использование шаблона. Создание веб-сайтов и сообщение электронной почты с помощью мастера.	2
6	3	Создание веб-сайта на основе существующей публикации.	2
7	4	Изучение различных платежных систем и правил пользования ими. Платежные системы России.	2
8	4	Знакомство с поисковыми системами. Правила формирования запросов.	2
		Итого:	**16**

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Николаева,М.А. Теоретические основы товароведения [Текст] : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 100700.62 Торговое дело (степень-бакалавр) / М. А. Николаева. - Москва : Норма, 2013. - 438 с. : ил. - Библиогр.: с. 436-437. - ISBN 978-5-89123-970-8.

2.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.

5.2 Дополнительная литература

1. Информатика в экономике [Текст] : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям 080109 "Бухгалтерский учет, анализ и аудит", 080105 "Финансы и кредит", 080104 "Экономика труда", 080507 "Менеджмент организации", 080504 "Государственное муниципальное управление", 080111 "Маркетинг" / под ред. Б. Е. Одинцова, А. Н. Романова. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2013. - 478 с. : ил. - (Вузовский учебник). - На обл.: Электронно-библиотечная система znanium.com. - Библиогр.: с. 472-473. - ISBN 978-5-9558-0246-6. - ISBN 978-5-16-005395-0.

2.Токарева, М.А. Дидактическая игра по информатике - викторина "Умнее всех" [Электронный ресурс] : мультимедийный учебный проект / М. А. Токарева, А. А. Минеева; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. образования "Оренбург. гос. ун-т". - Электрон. текстовые дан. (1 файл: 5.19 Mb). - Оренбург : ОГУ, 2015. -Архиватор 7-Zip www.biblioclub.ru.

3. Мучкаева, Е. А. Информатика [Электронный ресурс] : электронный курс лекций / Е. А. Мучкаева; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш.проф. образования "Оренбург. гос. ун-т". - Электрон. текстовые дан. (1 файл: 34.2 Mb). - Оренбург :ОГУ, 2012. -Архиватор 7-Zipwww.biblioclub.ru.

4. Иштерякова, Т. И. Информатика [Электронный ресурс] : электронный курс лекций / Т. И. Иштерякова, А. А. Бухтоярова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. агентство по образованию, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Оренбург. гос. ун-т", Колледж электроники и бизнеса. - Ч. 2. - Электрон. текстовые дан. (1 файл: 29.5 Mb). - Оренбург : ОГУ, 2013. -Архиватор 7-Zipwww.biblioclub.ru.

5. Бухтоярова, А. А.Информатика [Электронный ресурс] : электронный курс лекций / А. А. Бухтоярова, Т. И. Иштерякова; М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. агентство по образованию, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования "Оренбург. гос. ун-т", Колледж электроники и бизнеса. - Ч. 1. - Электрон. текстовые дан. (1 файл: 97.1 Mb). - Оренбург : ОГУ, 2012. -Архиватор 7-Zipwww.biblioclub.ru.

5.3 Периодические издания

1. Бренд-менеджмент : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
2. Маркетинг : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
3. Маркетинг в России и за рубежом : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
4. Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016, 2017.
5. Маркетинг услуг : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
6. Маркетинговые коммуникации : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
7. Маркетолог : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
8. Менеджмент в России и за рубежом : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.
9. Практический маркетинг : журнал. - М. : Агентство "BCI Marketing", 2016, 2017.

10. Реклама. Теория и практика : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016, 2017.

11. Рекламодатель: теория и практика : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.

12. Российский журнал менеджмента : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.

13. Российское предпринимательство : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.

14. Экономика и управление : журнал. - СПб. : Агентство "Роспечать", 2016.

15. Экономическая наука современной России : информационный бюллетень: журнал. - М. :ВИНиТИ, 2016, 2017.

16. Экономические науки : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016, 2017.

17. Экономическое развитие России : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.

18. Экономический анализ: теория и практика : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2017.

19. Эксперт : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2016.

5.4 Интернет-ресурсы

http://www.marketolog.ru – журнал «Маркетолог»

http://marketing.web-standart.net– журнал о маркетинге и рекламе «Новый маркетинг»

www.marketingandresearch.ru– электронная версия журнала «Маркетинг и маркетинговые исследования»

www.marketing.spb.ru– интернет-проект «Энциклопедия маркетинга»

www.advi.ru – российский Интернет-журнал о творческом брендинге

http://marketing.web-3.ru – тематический портал о маркетинге

http://obs.ru – портал «Открытая школа бизнеса»

http://www.4p.ru – электронный журнал по маркетингу «4p»

http://www.advmarket.ru – электронный журнал по маркетингу «Advmarket» (Электронный ресурс). Режим доступа

http://www.sostav.ru – сайт о рекламе, маркетинге и PR

http://www.advertology.ru – информационно-аналитический портал о рекламе, маркетинге, PR

https://openedu.ru/course/HSE/MARK- «Открытое образование», Каталог курсов, МООК: «Маркетинг»

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

1) Операционная система Windows

2) Пакет настольных приложений MSOffice: MSWord, MSExcel, MSPowerPoint

3) Программное обеспечение для маркетинговых исследований: «БЭСТ-Маркетинг» и «Маркетинг-аналитика» (электронная версия)

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

5) База открытых данных Росфинмониторинга - http://www.fedsfm.ru/opendata

6) ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, 2017. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1GarantClient\garant.exe

7) Профессиональные базы данных по исследованиям Европейского общества исследований в области маркетинга и общественного мнения (European Society of Marketing Research Professionals) – https://www.esomar.org/knowledge-center/reports-publications.

8)Информационная база данных Минэкономразвития РФ "Информационные системы Министерства в сети Интернет" - www.economy.gov.ru/minec/about/systems/infosystems/.

9)Профессиональная база данных и реестр рейтингов маркетинговых агентств, вузов и специалистов Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) – http://www.akarussia.ru/node/5025.

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.