Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра маркетинга, коммерции и рекламы

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б.1.В.ОД.3 Товарная информация»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки $38.03.06\ Tорговое\ дело$ (код и наименование направления подготовки)

 $\underline{Kommepuus}$ (наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Тип образовательной программы Программа академического бакалавриата

> Квалификация Бакалавр Форма обучения Очная

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра маркетинга, коммерции		ние кафедры	. 0
протокол № <u>8</u> от " <i><u>02</u>"</i>		ние кафеоры	
Заведующий кафедрой маркетинга, коммерции и реклам наименование кафедры	ы подпись	О.М. Калиева расшифровка подписи	
Исполнители:	2.0		
Доцент	ller	Т.Ф. Мельникова	
должность	подпись	расшифровка подписи	-
должность	подпись	расшифровка подписи	
Председатель методической комис 38.03.06 Торговое дело, профиль К	Соммерция	о.М. Калиева — расшифровка подписи	
Заведующий отделом комплектова:	ния научной би	блиотеки	
Olh		Н.Н. Грицай	
личная подпись	p	асшифровка подписи	
Уполномоченный по качеству факу			
Доцент Уму	w	Н.В. Лужнова	
личная подпись	p	асшифровка подписи	
№ регистрации 39877			

[©] 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 обязательным дисциплинам (модулям) вариативной части блока 1 «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б.1.Б.18 Информационные технологии в коммерческой деятельности*

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
	ОПК-4 способностью
<u>Знать:</u>	
- виды, формы, функции и средства товарной информации, а также	осуществлять сбор, хранение,
требования, предъявляемые к ней.	обработку и оценку
Уметь:	информации, необходимой
- распознавать информационные документы (товарно-	для организации и
сопроводительные, носители и состав маркировки, группы	управления
информационных знаков и т.п.).	профессиональной
Владеть:	деятельностью
- навыками применять основные методы и средства получения,	(коммерческой,
хранения, переработки информации и работать с компьютером как со	маркетинговой, рекламной,
средством управления информацией.	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:	ПК-2 способностью
-виды торгово-технологических процессов на предприятии.	осуществлять управление
Уметь:	торгово-технологическими

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции	
- осуществлять управление торгово-технологическими процессами на	процессами на предприятии,	
предприятии, регулировать процессы хранения, проводить	регулировать процессы	
инвентаризацию.	хранения, проводить	
Владеть:	инвентаризацию, определять	
- навыками определения и минимизации затрат материальных и	и минимизировать затраты	
трудовых ресурсов, а также учета и списания потерь.	материальных и трудовых	
	ресурсов, а также учитывать	
	и списывать потери	

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

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

	Трудоемкость,		
Вид работы	академических часов		
	7 семестр	всего	
Общая трудоёмкость	216	216	
Контактная работа:	69,25	69,25	
Лекции (Л)	34	34	
Практические занятия (ПЗ)	34	34	
Консультации	1	1	
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25	
Самостоятельная работа:	146,75	146,75	
- выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий; подготовка к практическим занятиям).			
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный	экзамен		
зачет)			

Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре

	Наименование разделов	Количество часов				
№ раздела		всего	аудиторная работа			внеауд.
			Л	П3	ЛР	работа
1	Виды и формы товарной информации	58	10	8		40
2	Информационные системы в	48	8	8		32
	профессиональной деятельности					
3	Электронный документооборот торгового	58	8	10		40
	предприятия					
4	Электронные платежные системы	52	8	8		36
	Итого:	216	34	34		148
	Всего:	216	34	34		148

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	2
_		и потребительская.	
2	1	Формы информации: словесная, изобразительная,	2
		символическая.	
3	1	Классификация товаров: маркетинговая и товароведная. Виды классификаторов в РФ.	2
4	1	Рыночная атрибутика товаров.	2
5	1	Средства товарной информации: классификация, назначение.	2
6,7	2	Соотношение базовых законодательных документов: закона «О рекламе», Конституции РФ, Уголовный кодекс РФ, Гражданский кодекс РФ, законов «О защите прав	4
		потребителей», «О средствах массовой информации» и пр.	
8,9	2	Нормативная база: виды нормативных документов, регламентирующих требования к товарной информации.	4
10	3	Создание и использование шаблона. Создание веб-сайтов и сообщение электронной почты с помощью мастера.	2
11	3	Создание веб-сайта на основе существующей публикации.	2
12	3	Создание этикеток в среде MS Word. Построение форм, списков. Слияние документов.	2
13	3	Осуществление выбора объектов и изучение правил формирования заказов в интернет-магазинах. Создание и	2

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во
и занятия		1 ema	часов
		печать публикаций с использование MS Publisher. Создание	
		публикации на основе макета. Создание публикации с пустого	
		листа.	
14	4	Изучение различных платежных систем и правил пользования	2
		ими. Платежные системы России.	
15	4	Знакомство с поисковыми системами. Правила формирования	2
		запросов.	
16	4	Платежные системы для физических лиц.	2
17	4	Платежные системы для интернет-магазинов.	2
		Итого:	34

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 (степеньбакалавр) / 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. Информатика [Текст]: учебник для бакалавров: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 080801 "Прикладная информатика" и другим экономическим специальностям / под ред. В. В. Трофимова; С.-Петерб. гос. ун-т экономики и финансов.- 2-е изд., испр. и доп. Москва: Юрайт, 2013. 918 с.: ил. (Бакалавр. Базовый курс). Библиогр. в конце разд. ISBN 978-5-9916-1897-7. ISBN 978-5-9692-1342-5.
- 3. 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 Мb). Оренбург : ОГУ, 2015. Архиватор 7-Zip www.biblioclub.ru.
- 4. 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 Мb). Оренбург :ОГУ, 2012. -Архиватор 7-Zipwww.biblioclub.ru.
- 5. 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 Мb). Оренбург : ОГУ, 2013. 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

- 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 $O\Gamma Y$.