

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет управления
Кафедра коммерции и маркетинга

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Товарная информация

Образовательная программа

38.03.06 - Торговое дело

Профиль подготовки

Коммерция

Уровень высшего образования

бакалавриат

Форма обучения

очная, заочная

Статус дисциплины: вариативная

Махачкала, 2018год

Рабочая программа дисциплины «Товарная информация» составлена в 2018 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки **38.03.06.** – «**Торговое дело**» (уровень бакалавриат).

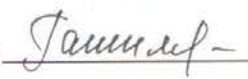
от «12» ноября 2015г. №1334.

Разработчик: кафедра коммерции и маркетинга Абдуллаев Н.А. к.э.н. доц.

Рабочая программа дисциплины одобрена:
на заседании кафедры коммерции и маркетинга от
«30» августа 2018г., протокол № 1

Зав. кафедрой  Умавов Ю.Д.

на заседании Учебно-методической комиссии факультета управления от
«31» августа 2018 г., протокол №1.

Председатель  Гашимова Л.Г.

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно- методическим
управлением «31» августа 2018 г. 

Содержание

Аннотация рабочей программы дисциплины.....	4
1.Цели освоения дисциплины.....	5
2.Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата.....	6
3.Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения).....	6
4.Объем,структура и содержание дисциплины	8
4.1.Объем дисциплины.....	8
4.2.Структура дисциплины.....	8
4.3. Содержание дисциплины ,структурированное по темам (разделам).....	9
5.Образовательные технологии.....	9
6.Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.....	13
7.Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.....	18
7.1.Перечен компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.....	18
7.2.Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания.....	20
7.3 Типовые контрольные задания.....	23
7.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений навыков или опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.....	33
8. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	36
9.Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «ИНТЕРНЕТ» ,необходимых для освоения дисциплины.....	36
10.Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	36
11.Перечень информационных технологий,используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информированных справочных систем.....	37
12.Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	37

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Товарная информация» входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки **38.03.06 – Торговое дело.**

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой коммерции и маркетинга.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с овладением студентами знаний и способностями осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных - **ПК-3, ПК-10.**

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов и промежуточный контроль в форме зачета.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, в том числе в академических часах -72 ч. по видам учебных занятий.

Семестр	Учебные занятия							Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференцированный зачет, экзамен)	
	в том числе:								
	всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем					СРС,		
		всего	из них						
Лекции	Лабораторные занятия		Практические занятия	КСР	Консультации				
6	72	48	18		30			24	зачет

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Товарная информация» является формирование комплекса знаний и навыков, необходимых для квалифицированной работы, в области носителей товарной информации и элементов маркировки, а также приобретение умений и практических навыков в области информационного обеспечения товароведения, овладение теоретическими знаниями и приобретение умений их применять в области информационного обеспечения товародвижения.

Основными **задачами** учебной дисциплины «Товарная информация» являются:

- изучить виды, формы, функции и средства товарной информации, а также требования, предъявляемые к ней;
- изучить требования к маркировке товаров и тары;
- дать классификацию и характеристику информационных знаков;
- изучить законодательные акты РФ, нормативные документы, направленные на защиту прав потребителей по информации о товаре;
- знать правильность разработки товарно-сопроводительных документов - анализировать данные маркировки конкретного товара в сопоставлении с требованиями стандарта.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Товарная информация» входит в вариативную часть образовательной программы бакалавриата **38.03.06 – Торговое дело.**

Дисциплина «Товарная информация» базируется на знаниях основ информатики, правоведения, электронной коммерции, математики, моделирование бизнес процессов, организация торговой деятельности. Изучение данной дисциплины должно предшествовать изучению Основы маркетинговых коммуникаций, Рекламная деятельность, Управление ассортиментом торговой организации, Организация работы интернет- магазина и т.д.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения) .

Компетенции	Формулировка компетенции из ФГОС ВО	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)
ПК-3	готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций способность изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	Знает: основные инструменты управления товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политикой предприятия. Умеет: формировать товарный портфель предприятия, рассчитывать конечную цену, обосновывать выбор методов продвижения товаров, в т.ч. с использованием современных информационных технологий. Владеет: навыками составления элементов маркетингового плана.
ПК-10	способность проводить научные, в том числе маркетинговые исследования профессиональной деятельности	Знает: особенности разработки инновационных методов, средств и технологий проведения исследований рынка; Умеет: организовывать, проводить маркетинговые исследования и оценивать их эффективность; использовать в практической деятельности организации информацию, полученную в результате маркетинговых исследований отраслевых рынков; анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; Владеет: навыками проведения научных исследований по отдельным разделам тем (этапам, заданиям) в соответствии с выбранными методиками.

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 академических часов.

4.2. Структура дисциплины.

Форма обучения: очная

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторн ые занятия	Контроль самост. раб.		
	Модуль1. Предмет, цели и задачи дисциплины								
1	Тема 1.1. Предмет, цели и задачи дисциплины.	4		2	2			2	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
2	Тема 1.2. Виды и формы товарной информации.	4		2	4			4	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
3	Тема1.3. Правовая и нормативная база информационног о обеспечения.	4		2	4			4	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка проведенного анализа
4	Тема 1.4. Требования к товарной.	4		2	4			4	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
	Итого по модулю 1:	36		8	14			14	тестирование
	Модуль 2. Классификация средств товарной информации								
5	Тема 2.1. Классификация средств товарной информации.	4		2	4			2	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка конспекта.
6	Тема 2.2. Товарно-сопроводительн ые документы.	4		2	4			2	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.

7	Тема 2.3. Маркировка товаров.	4		2	2		2	Опрос, выступлений, реферата. конспекта	оценка защита Проверка
8	Тема 2.4. Информационны е знаки.	4		2	2		2	Опрос, выступлений, реферата. конспекта	оценка защита Проверка
9	Тема 2.5. Штриховое кодирование.	4		2	4		2	Опрос, выступлений, реферата. заданий.	оценка защита Проверка
	Итого по модулю 2:	36		10	16		10	тестирование	
	зачет							тестирование	
	ИТОГО:	72		18	30		22		

Форма обучения: заочная

Наименование тем и разделов	Количество часов			
	Всего	в том числе		
		лекции	Практ. занятия	Самост. работа
Тема 1. Предмет, цели и задачи дисциплины.	9	2		7
Тема 2. Виды и формы товарной информации.	7	1		6
Тема3. Правовая и нормативная база информационного обеспечения.	8	1		7
Тема 4. Требования к товарной.	8		2	6
Тема5. Классификация средств товарной информации.	8		1	7
Тема 6 . Товарно-сопроводительные документы.	7		1	6
Тема 7. Маркировка товаров.	8		2	6
Тема 8. Информационные знаки.	8		1	7
Тема 9. Штриховое кодирование.	9		1	8
зачет				
Итого:	72	4	8	60

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

4.3.1. Содержание лекционных занятий по дисциплине.

Модуль 1. Предмет, цели и задачи дисциплины.

Тема 1.1 Предмет, цели и задачи дисциплины

Предмет, цель и задачи дисциплины. Место учебной дисциплины в профессиональной подготовке. Межпредметные связи с другими учебными дисциплинами. Структура учебной дисциплины. Право потребителей на информацию и защита прав потребителей. Состояние вопроса в России и за рубежом.

Тема 1.2. Виды и формы товарной информации

Товарная информация: основные понятия. Виды товарной информации: основополагающая, коммерческая и потребительская (информация для потребителей). Формы информации: словесная, изобразительная, символическая. Назначение и краткая характеристика товарной информации разных видов и форм. Функции товарной информации. Информационные процессы в торговле. Информационные ресурсы национальных и международных сетей.

Тема 1.3. Правовая и нормативная база информационного обеспечения

Правовая база: Федеральные законы в области информационного обеспечения продавцов и потребителей; объекты, нормы, устанавливаемые ими. Права и ответственность продавцов по вопросам товарной информации. Права потребителей на информацию о товарах, их изготовителях и продавцах. Нормативная база: виды нормативных документов, регламентирующих требования к товарной информации. Нормы и правила, установленные в этих документах. Правовая информация и способы ее распространения. Основные характеристики и классификация справочно-б правовых систем. Специализированные справочно-правовые системы для торговли.

Тема 1.4. Требования к товарной информации

Основные требования к товарной информации. Федеральные законы и постановления правительства, устанавливающие требования к товарной информации. Характеристика отдельных требований. Оценка соответствия товарной информации установленным требованиям. Признаки недостоверной информации: искажение, введение приобретателя в заблуждение. Современные тенденции в области применения знаков соответствия. Знаки оценки соответствия национальных и международных организаций зарубежных стран.

Модуль 2. Классификация средств товарной информации.

Тема 2.1. Классификация средств товарной информации

Средства товарной информации: классификация, назначение. Информационные ресурсы: понятие, назначение, виды. Характеристика

нормативных и технических документов как носителей товарной информации. Классификация знаков, используемых в составе информации о товаре.

Тема 2.2. Товарно-сопроводительные документы

Товарно-сопроводительные документы (ТСД): понятие, классификация, назначение, основные реквизиты, правила заполнения. Унифицированные системы ТСД. Современные технологии работы с ТСД. Защитные знаки на ТСД. Ответственность за отсутствие обязательных ТСД. Эксплуатационные документы: понятие, назначение, разновидности. Требования к информации в эксплуатационных документах. Правила оформления эксплуатационных документов при реализации технически сложных товаров.

Тема 2.3. Маркировка товаров

Маркировка товаров как один из видов предоставления информации для потребителей (пользователей). Маркировка: понятие, назначение, функции, виды. Маркировка товаров и международная торговля. Стандартизация в области маркировки товаров. Требования нормативных документов к маркировке товаров. Производственная маркировка: понятие, носители, способы нанесения информации и требования к ним. Торговая маркировка: понятие, носители, требования к информации, структура маркировки. Стандарты, технические регламенты, устанавливающие требования к информации для потребителей. Общие и специфичные требования для товаров однородных и разнородных групп. Особенности маркировки продовольственных товаров однородных групп: носители, сведения о товаре. Стандарты, технические регламенты устанавливающие требования к информации для потребителей. Общие и специфичные требования для товаров однородных и разнородных групп. Особенности маркировки непродовольственных товаров однородных групп: носители, сведения о товаре. Международные документы, устанавливающие требования к маркировке потребительских товаров. Особенности маркировки импортных товаров отдельных групп. Общность и отличия маркировки за рубежом от отечественных товаров. Ознакомление с товарными знаками крупных корпораций по производству импортных товаров.

Тема 2.4 Информационные знаки

Информационные знаки: компонентные, эксплуатационные, манипуляционные, предупредительные и экологические: понятие, назначение. Классификация на группы и подгруппы. Характеристика информационных знаков разных групп и подгрупп: понятие, назначение, применяемая символика, сущность заложенной в информационных знаках информации. Особенности маркировки сертифицированных товаров и их упаковки. Правовая база использования товарных знаков. Право на товарный знак, регистрация, экспертиза, выдача свидетельства. Международная регистрация знаков. Передача товарного знака. Прекращение правовой

охраны товарного знака. Федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности: область компетенции. Ответственность за незаконное использование товарного знака и наименования места происхождения товара.

Тема 2.5 Штриховое кодирование

Штриховое кодирование: понятие, назначение. История создания штрихового кодирования. Преимущества использования штриховых кодов. Классификация штриховых кодов: коды: EAN, UPC, Code 39, Codabar. Типы кода EAN. Структура кодов EAN разных типов. Критерии правильности считывания штриховых кодов: воспроизводство символов, уведомление партнеров, соблюдение цветовых сочетаний, размеров светового поля, размещение на маркировке, размеры штрихового кода. Технология нанесения и считывания штриховых кодов. Технология использования штрихового кодирования в торговле. Особенности технологии товародвижения с использованием штриховых кодов. Штрих-код как критерий предпочтительного выбора товаров продавцами, применяющими технологию товародвижения с использованием штриховых кодов.

4.3.2. Содержание практических занятий по дисциплине.

Модуль 1. Предмет, цели и задачи дисциплины.

Тема 1.1. Предмет, цели и задачи дисциплины

1. Товарная информация: основные понятия.
2. Виды товарной информации: основополагающая, коммерческая и потребительская (информация для потребителей).
3. Формы информации: словесная, изобразительная, символическая.
4. Назначение и краткая характеристика товарной информации разных видов и форм.
5. Функции товарной информации.
6. Тестовый контроль.

Тема 1.2. Виды и формы товарной информации

1. Товарная информация: основные понятия.
2. Виды товарной информации: основополагающая, коммерческая и потребительская (информация для потребителей).
3. Формы информации: словесная, изобразительная, символическая.
4. Назначение и краткая характеристика товарной информации разных видов и форм.
5. Функции товарной информации.
6. Тестовый контроль

Тема 1.3. Правовая и нормативная база информационного обеспечения

1. Правовая база: Федеральные законы в области товарной информации продавцов и потребителей; объекты, нормы, устанавливаемые ими.
2. Права и ответственность продавцов по вопросам товарной информации.
3. Права потребителей на информацию о товарах, их изготовителях и продавцах.
4. Роль органов Федерального управления и органов местного самоуправления в информационном обеспечении граждан, в том числе и товарной информацией.
5. Нормативная база: виды нормативных документов, регламентирующих требования к товарной информации. Нормы и правила, установленные в этих документах.
6. Тестовый контроль

Тема 1.4. Требования к товарной информации

1. Основные требования к товарной информации.
2. Федеральные законы и постановления правительства, устанавливающие требования к товарной информации.
3. Оценка соответствия товарной информации установленным требованиям.
4. Признаки недостоверной информации: искажение, умышленная неполнота (умалчивание), введение потребителя в заблуждение.
5. Показатели достаточности информации о товарах. Стандарты их регламентирующие.
6. Тестовый контроль.

Модуль 2. Модуль 2. Классификация средств товарной информации.

Тема 2.1. Классификация средств товарной информации

1. Средства товарной информации: понятие, классификация, назначение.
2. Информационные ресурсы: понятие, назначение, виды.
3. Характеристика нормативных и технических документов как носителей товарной информации.
4. Тестовый контроль.

Тема 2.2. Товарно-сопроводительные документы

1. Товарно-сопроводительные документы (ТСД): понятие, классификация, назначение, основные реквизиты, правила заполнения.
2. Обязательные и необязательные ТСД. Ответственность за отсутствие обязательных ТСД.
3. Эксплуатационные документы: понятие, назначение, разновидности. Требования к информации в эксплуатационных документах.
4. Правила оформления эксплуатационных документов при реализации технически сложных товаров.
5. Тестовый контроль.

Тема 2.3. Маркировка товаров

1. Маркировка: понятие, назначение, функции, виды.
2. Производственная маркировка: понятие, носители, способы нанесения информации и требования к ним.
3. Нормативные документы, устанавливающие требования к производственной маркировке товаров.
4. Торговая маркировка: понятие, носители, требования к информации и нормативные документы, их устанавливающие.
5. Структура маркировки.
6. Тестовый контроль

Тема 2.4. Информационные знаки

1. Информационные знаки: понятие, назначение. Классификация на группы и подгруппы.
2. Характеристика информационных знаков разных групп и подгрупп: понятие, назначение, применяемая символика, сущность заложенной в информационных знаках информации.
3. Использование защитных знаков. Особенности маркировки сертифицированных товаров и их упаковки.
4. Правовая база использования товарных знаков. Право на товарный знак, регистрация, экспертиза, выдача свидетельства. Международная регистрация знаков.
5. Передача товарного знака. Прекращение правовой охраны товарного знака.
6. Государственное патентное ведомство Российской Федерации: область компетенции.
7. Ответственность за незаконное использование товарного знака и наименования места происхождения товара.
8. Тестовый контроль.

Тема 2.5. Штриховое кодирование

1. Штриховое кодирование: понятие, назначение.
2. История создания штрихового кодирования.
3. Преимущества использования штрих-кодов.
4. Классификация штриховых кодов: коды: EAN, UPC, Code 39, Codabar и др. Типы кода EAN. Структура кодов EAN разных типов.
5. Требования ГОСТ Р 51201-98 к штрих-кодам. Критерии правильности считывания штрих-кодов: воспроизводство символов, уведомление партнеров, соблюдение цветовых сочетаний, размеров светового поля, размещение на маркировке, размеры штрихового кода.
6. Типовые ошибки при нанесении и расшифровывании кодов. Технология нанесения и считывания штрих-кодов.
7. Особенности технологии товародвижения с использованием штриховых кодов.
8. Штрих-код как критерий предпочтительного выбора товаров продавцами,

применяющими технологию товародвижения с использованием штрих-кодов.
Контроль качества штрих-кодов при приемке товаров.

9. Тестовый контроль

Тема 5. Образовательные технологии

С целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий:

- во время лекционных занятий используется презентация с применением слайдов с графическим и табличным материалом, что повышает наглядность и информативность используемого теоретического материала;

- практические занятия предусматривают использование групповой формы обучения, которая позволяет студентам эффективно взаимодействовать в микрогруппах при обсуждении теоретического материала;

- использование кейс–метода (проблемно–ориентированного подхода), то есть анализ и обсуждение в микрогруппах конкретной деловой ситуации из практического опыта товароведной деятельности отечественных и зарубежных компаний;

- использование тестов для контроля знаний во время текущих аттестаций и промежуточной аттестации;

- подготовка рефератов и докладов по самостоятельной работе студентов и выступление с докладом перед аудиторией, что способствует формированию навыков устного выступления по изучаемой теме и активизирует познавательную активность студентов.

Предусмотрены также встречи с представителями предпринимательских структур, государственных и общественных организаций, мастер-классы специалистов.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Самостоятельная работа бакалавров должна способствовать более глубокому усвоению изучаемого курса, формировать навыки исследовательской работы и ориентировать студентов на умение применять теоретические знания на практике.

Задания для самостоятельной работы, их содержание и форма контроля приведены в форме таблицы.

Наименование тем	Содержание самостоятельной работы	Форма контроля
Модуль1. Предмет, цели и задачи дисциплины		

Тема 1. Предмет, цели и задачи дисциплины.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата.
Тема 2. Виды и формы товарной информации.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение тестов.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка тестов.
Тема3. Правовая и нормативная база информационного обеспечения.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение тестов.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка тестов.
Тема 4. Требования к товарной информации.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение тестов.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
Модуль1. Классификация средств товарной информации.		
Тема5. Классификация средств товарной информации.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение задач и тестов	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
Тема 6 . Товарно-сопроводительные документы.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение задач и тестов	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
Тема 7. Маркировка товаров.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение задач и тестов	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
Тема 8. Информационные знаки.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение задач и тестов.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
Тема 9. Штриховое кодирование.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение задач и тестов.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.

Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) с бакалаврами в ходе изучения материала данной дисциплины.

Самостоятельная работа бакалавров является важной формой образовательного процесса - это ориентация на активные методы овладения знаниями, развитие творческих способностей бакалавров, переход от поточного к

индивидуализированному обучению с учетом потребностей и возможностей личности.

Самостоятельная работа бакалавров по дисциплине «Товарная информация» включает все виды ее, выполняемые в соответствии с Государственным образовательным стандартом высшего образования и рабочим учебным планом.

Изучение дисциплины «Товарная информация» предполагает проведение лекций, семинарских и практических занятий, выполнение рефератов и самостоятельную работу студентов.

Самостоятельная работа студентов по данной дисциплине заключается в изучении рекомендуемой литературы и нормативных актов, переданной на самостоятельное изучение, изучений примеров из практики, подготовке научных докладов, а также рефератов.

Реферат - письменная аналитическая работа, предусмотренная учебным планом по одному из актуальных вопросов теории или практики в рамках учебной дисциплины.

Каждому студенту предоставляется право выбора темы реферата из рекомендованного кафедрой списка. При выборе темы необходимо учитывать наличие источниковой базы, начальные знания по теме, опыт практической работы, личный интерес к анализу избираемой проблемы. Определившись с темой, найти учебную, научную литературу, статьи в журналах. Прежде чем приступить к изложению материала, студент должен продумать план написания реферата, выработать строгую логику изложения, проработать аргументацию к основным теоретическим положениям, сформулировать возможные выводы по каждому разделу, чтобы в заключительной части текста можно было представить обобщенные выводы по теме, обеспечивающие смысловую завершенность исследования.

В целом самостоятельная работа студентов при изучении курса «Товарная информация»

независимо от формы обучения, представляет собой следующее:

- Проработка материалов лекций;
- Подготовка к практическим занятиям;
- Чтение рекомендованной учебно-методической литературы;
- Поиск и проработка материалов периодической печати;
- Анализ Интернет-источников;
- Выполнение домашних заданий;
- Подготовка к деловой игре;
- Подготовка к промежуточному и итоговому тестовому

контролю, зачету.

Реферат состоит из введения, основной части и заключения, а также списка использованной литературы. Как правило, во введении раскрывается актуальность темы, объект и предмет анализа, цель и задачи исследования проблемы. В основной части определяются ключевые понятия, их связи и отношения, формулируются основные положения, вытекающие из анализа научных источников, юридических и иных документов, материалов практики. В заключении

подводятся итоги авторского исследования, делаются выводы, предлагаются практические рекомендации по исследуемой проблеме. Объем реферата - не более 15-20 страниц машинописного текста через 1,5 интервал.

Тематика рефератов

1. Право потребителей на информацию и защита прав потребителей в России и за рубежом.
2. Пути совершенствования информационного обеспечения товароведения.
3. Формы товарной информации: перспективы развития.
4. Совершенствование нормативной базы информационного обеспечения товароведения.
5. Характеристика рекламы как средства товарной информации.
6. Маркировка товаров: общие и специфичные требования.
7. Современная этикетка как носитель товарной информации.
8. Экологическая маркировка товаров в России и за рубежом.
9. Товарные знаки: создание, регистрация и правовая защита.
10. Компонентные знаки на упаковке пищевых продуктов: международные и национальные требования.
11. Современные средства автоматической идентификации товаров.
12. Штриховое кодирование как объективная реальность рынка.
13. Современные системы штрихового кодирования.
14. Совершенствование технологии товародвижения с использованием штрихового кодирования.
15. Акцизная маркировка товаров: современное состояние и перспективы развития.
16. Перспективы использования идентификационных номеров и защитных знаков.
17. Современные требования, предъявляемые к маркировке консервов (алкогольных напитков, мясных товаров и др.)
18. Современные требования, предъявляемые к маркировке драгоценных металлов (электробытовых товаров, мебели и др.)
19. Особенности маркировки импортных товаров (на примере отдельных групп).
20. Товарная информация: понятие и функции.
21. Виды и формы товарной информации.
22. Правовая база информационного обеспечения товароведения.
23. Права потребителей на информацию о товарах, их изготовителях и продавцах. Закон РФ «О защите прав потребителей».
24. Требования, предъявляемые к товарной информации. Признаки недостоверной информации.
25. Средства товарной информации: классификация и назначение.
26. Понятие информационных ресурсов, их назначение и краткая характеристика.

27. Нормативная база информационного обеспечения товароведения. Характеристика нормативных документов.
28. Товарно-сопроводительные документы (ТСД): понятие, классификация и назначение. Ответственность за отсутствие обязательных ТСД.
29. Эксплуатационные документы: понятие, назначение, разновидности. Требования к информации в эксплуатационных документах.
30. Маркировка товаров: понятие и основные функции. Виды маркировки. Структура маркировки.
31. Производственная маркировка: понятие и назначение. Носители производственной маркировки; требования, предъявляемые к ним. Способы нанесения информации и ее содержание.
32. Торговая маркировка: понятие, основные носители, структура. Требования, предъявляемые к содержанию торговой маркировки.
33. Информационные знаки: понятие, назначение, классификация на группы и подгруппы.
34. Товарные знаки: понятие, назначение, классификация. Знаки обслуживания. Знаки наименования места происхождения товара.
35. Правовая база использования товарных знаков. Закон РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров».
36. Знаки соответствия и знаки качества: понятие, классификация в зависимости от сферы применения. Особенности маркирования сертифицированных товаров и их упаковки.
37. Компонентные знаки: понятие и виды. Системы кодификации пищевых добавок.
38. Эксплуатационные и манипуляционные знаки: понятие, назначение, виды и разновидности.
20. Предупредительная маркировка и знаки: понятие, назначение, виды. Международные требования по классификации и маркировке опасных веществ и материалов.
39. Экологические знаки: понятие, классификация и назначение. Наиболее распространенные экосignы.
40. Штриховое кодирование: понятие, назначение. Классификация штриховых кодов и их структура. Требования ГОСТ Р 51201–98 к штрих-кодам.
41. Технология товародвижения с использованием штриховых кодов. Внутримagaзинное штриховое кодирование: назначение, структура кода.
42. Маркировка продовольственных товаров: стандарты, устанавливающие требования к информации; общие и специфичные требования для товаров однородных и разнородных групп.
43. Маркировка непродовольственных товаров: стандарты, устанавливающие требования к информации; общие и специфичные требования для товаров однородных и разнородных групп.

Целью подготовки реферата является приобретение навыков творческого обобщения и анализа имеющейся литературы по рассматриваемым вопросам, что

обычно является первым этапом самостоятельной работы. По каждому модулю предусмотрены написание и защита одного реферата. Всего по дисциплине студент может представить четыре реферата. Тему реферата студент выбирает самостоятельно из предложенной тематики. При написании реферата надо составить краткий план, с указанием основных вопросов избранной темы. Реферат должен включать введение, несколько вопросов, посвященных рассмотрению темы, заключение и список использованной литературы. Во вводной части реферата следует указать основания, послужившие причиной выбора данной темы, отметить актуальность рассматриваемых в реферате вопросов. В основном разделе излагаются наиболее существенные сведения по теме, производится их анализ, отмечаются отдельные недостатки или нерешенные еще вопросы, вносятся и обосновываются предложения по совершенствованию деятельности предприятия и т.д. В заключение реферата на основании изучения литературных источников должны быть сформулированы краткие выводы и предложения.

Критерии оценки по 100-балльной шкале:

- 0-20 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет лишь частичное представление о теме, оригинальность работы очень низка (менее 20%);
- 30-50 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет определенное представление о теме реферата/доклада, способен логически верно строить план работы, но при этом допускает ошибки при формулировке самостоятельных выводов, оригинальность работы составляет 30%;
- 51-65 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что он имеет достаточное представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, но допускает при этом ошибки, оригинальность работы составляет 35%;
- 66-85 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет хорошее представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, оригинальность работы составляет 40%;
- 86-100 баллов выставляется студенту, если содержание работы свидетельствует о том, что студент имеет отличное представление о теме реферата/доклада, умеет логически верно строить план работы, грамотно использует источники литературы, способен самостоятельно делать обоснованные выводы, выступил с презентацией своей работы на занятии, оригинальность работы - выше 40%.

Предусмотрено проведение индивидуальной работы (консультаций) со студентами в ходе изучения материала данной дисциплины.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

7.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования приведен в описании образовательной программы.

Компетенция	Знания, умения, навыки	Процедура освоения
ПК-3	Знает: основные инструменты управления товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политикой предприятия. Умеет: формировать товарный портфель предприятия, рассчитывать конечную цену, обосновывать выбор методов продвижения товаров, в т.ч. с использованием современных информационных технологий. Владеет: навыками составления элементов маркетингового плана.	Устный опрос, решение задач, написание рефератов, тестирование
ПК-10	Знает: особенности разработки инновационных методов, средств и технологий проведения исследований рынка; Умеет: организовывать, проводить маркетинговые исследования и оценивать их эффективность; использовать в практической деятельности организации информацию, полученную в результате маркетинговых исследований отраслевых рынков; анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; Владеет: навыками проведения научных исследований по отдельным разделам тем (этапам, заданиям) в соответствии с выбранными методиками.	Устный опрос, проведение деловой игры, написание рефератов, тестирование

7.3. Типовые контрольные задания

Текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме зачета.

Образец тестового задания по второму1 модулю.

Вариант 1

1. Основополагающая товарная информация включает:

а) вид, наименование товара, сорт, массу нетто, наименование предприятия изготовителя, дату выпуска, срок хранения и срок годности;

в) штриховой код;

г) номер продукции по ОКП, условные обозначения;

2. Требования, предъявляемые к товарной информации:

а) достоверность, доступность, достаточность;

б) красота исполнения;

в) лаконичность.

3. Понятность информации о товаре включает:

а) термины и определения, которые приводятся в терминологических стандартах и словарях и

не требуют пояснений;

б) информация, требующая пояснения продавца;

в) аннотация;

4. Достаточность информации предполагает:

а) рациональную информацию о товаре;

б) сведения, дублирующие основную информацию о товаре

в) использование символов.

5. Назначение средств товарной информации:

а) информирование потребителей, продавцов, изготовителей;

б) информирование потребителей и продавцов;

в) идентификация товаров;

6. Информационные ресурсы включают:

а) нормативные документы;

б) технические документы;

в) стандарты

г) технические условия

д) ценники

7. К количественным товаро-сопроводительным документам относят:

а) счета;

б) акты списания;

в) отвесы, заборные листы, спецификации;

8. К комплексным товаро -сопроводительным документам относят:

а) накладные;

б) упаковочные листы;

в) заявления декларации.

9. Функции маркировки:

- а) информационная;*
- б) идентифицирующая;*
- в) мотивационная;*
- г) эмоциональная;*
- д) производственная.*

10. Кольеретка это-

- а) нанесенная типографским способом на банку или бутылку информация о товаре;*
- б) этикетка особой формы, накладываемая на горлышко бутылки;*
- в) разновидность этикетки, для сообщения кратких сведений о товаре;*

11. Клеймение и штампование применяют:

- а) для маркировки мяса крупного рогатого скота и птицы;*
- б) для всех продовольственных товаров;*
- в) для всех продовольственных и промышленных товаров.*

12. Требования, предъявляемые к клеймам и штампам:

- а) четкость оттисков;*
- б) сохраняемость к внешним воздействиям;*
- в) безопасность;*
- г) правдивость;*
- д) доступность.*

13. Формы письменной информации в текстовом элементе маркировки:

- а) буквенная;*
- б) цифровая;*
- в) словесная;*
- г) изобразительная.*

14. Информационные знаки представляют собой:

- а) условные обозначения, предназначенные для идентификации и характеристики товаров;*
- б) художественное оформление товара;*
- в) цифровая информация.*

15. Штриховой код –

- а) знак для автоматизированной идентификации товара;*
- б) цифровая и буквенная информация;*
- в) информация о товаре.*

16. Штриховые коды делят на:

- а) европейский EAN;*
- б) американский UPC*
- в) индийский OHL*

17. Эксплуатационные знаки наносят на:

- а) этикетки,
- б) ярлыки,
- в) бирки,
- г) упаковку.

18. Манипуляционные знаки предназначены для:

- а) информации о способах обращения с товарами;
- б) обеспечение безопасности потребителя;
- в) экологической чистоте товара.

19. Предупредительные знаки предназначены:

- а) для обеспечения безопасности потребителей и окружающей среды;
- б) для обеспечения безопасности природных факторов;
- в) для обеспечения государственной безопасности

20. Круглое клеймо на туше мяса указывает на:

- а) на первую категорию мяса телятины, говядины, баранины, свинины;
- б) тощее мясо говядины;
- в) свинина третьей категории.

21. Потребительская товарная информация включает:

- а) штриховой код, информационные знаки;
- б) пищевую ценность, состав, функциональное назначение,
- в) дата изготовления, сроки изготовления.

22. Доступность информации включает:

- а) языковую доступность, востребованность, понятность, отсутствие дезинформации;
- б) право потребителя на необходимую информацию, обязанность продавца её предоставить;
- в) общепринятые термины;

23. Востребованность информации включает:

- а) право потребителя на информацию;
- б) право продавца на информацию;
- в) право потребителя и продавца на предоставление информации о товаре.²¹

24. Классификация средств товарной информации в зависимости от назначения включает:

- а) информационные ресурсы
- б) специальная литература;
- в) маркировка и реклама.

25. Качественные товаро - сопроводительные документы включают:

- а) сертификаты соответствия;

- б) качественные удостоверения;
- в) протоколы испытаний;
- г) счета- фактуры;

26. Расчетные товаро - сопроводительные документы:

- а) накладные;
- б) протоколы согласования цен;
- в) счета;
- г) счета-фактуры;

27. Носители производственной маркировки:

- а) упаковка товаров;
- б) этикетки;
- в) бирки;
- г) вкладыши;
- д) кольеретки;
- е) клейма и штампы.

28. Носитель товарной маркировки:

- а) ценники;
- б) товарные и кассовые чеки;
- в) счета;
- г) меню;
- д) штампование;
- е) упаковка товара;
- ж) товар.

29. Маркировка включает элементы:

- а) текст;
- б) рисунок;
- в) условные обозначения
- г) вкладыш.

30. Условные обозначения характерны:

- а) для производственной маркировки;
- б) для торговой маркировки;
- в) для условных обозначений.

31. Носители информационных знаков:

- а) ярлыки;
- б) бирки;
- в) эксплуатационные документы.22

32. Штриховой код EAN – 8, используют для маркировки:

- а) транспортной тары;
- б) крупногабаритных товаров;

в) товаров небольшого размера.

33. Эксплуатационные знаки предназначены для:

- а) информирования покупателей о потребительских свойствах товаров;
- б) для формирования у потребителя умения эксплуатировать товар;
- в) обеспечения безопасности потребителя.

34. Экологические знаки включают:

- а) знаки информирующие об экологической чистоте и безопасности для окружающей среды;
- б) экологическая чистота и способы утилизации товаров и тары;
- в) знаки опасности для окружающей среды.

35. Классификация средств товарной информации в зависимости от назначения включает:

- а) информационные ресурсы
- б) специальная литература;
- в) маркировка и реклама.

Контрольные вопросы к зачету для промежуточного контроля

1. Товарная информация: понятие и функции.
2. Маркировка непродовольственных товаров: стандарты, устанавливающие требования к информации; общие и специфичные требования для товаров однородных групп.
3. Виды и формы товарной информации.
4. Особенности маркировки ювелирных изделий.
5. Правовая база информационного обеспечения товароведения и экспертизы товаров.
6. Особенности маркировки электробытовых товаров. Эксплуатационные документы и предупредительные надписи.
7. Права потребителей из информации о товарах, их изготовителях и продавцах. Закон РФ «О защите прав потребителей».8
8. Особенности маркировки мясных товаров. Расшифровка условных обозначений.
9. Требования, предъявляемые к товарной информации. Признаки недостоверной информации.
10. Маркировка продовольственных товаров: стандарты, устанавливающие требования к информации; требования для товаров однородных и разнородных групп.
11. Средства товарной информации.
12. Требования, предъявляемые к маркировке мебельных товаров. Содержание маркировки.
13. Нормативная база информационного обеспечения товароведения и экспертизы товаров. Характеристика нормативных документов.

14. Штриховое кодирование: понятие, назначение, классификация штриховых кодов и их структура.
15. Товарно-сопроводительные документы (ТСД): понятие, классификация и назначение. Ответственность за отсутствие обязательных ТСД.
16. Особенности маркировки табачных изделий: требования к информации, предупредительные надписи, акцизные марки и идентификационные номера.
17. Маркировка товаров: понятие и основные функции. Виды маркировки. Структура маркировки.
18. Маркировка парфюмерных товаров: носители и их назначение, требование к информации.
19. Производственная маркировка: понятие и назначение. Носители производственной маркировки: требования, предъявляемые к ним.
20. Особенности маркировки кожаной обуви. Требования к информации.
21. Торговая маркировка: понятие, основные носители, структура. Требования, предъявляемые к содержанию торговой маркировки.
22. Ветеринарно – санитарная маркировка продуктов животноводства.
23. Информационные знаки: понятие, назначение, классификация на группы и подгруппы.
24. Особенности маркировки алкогольных напитков.
25. Товарные знаки: понятие, назначение, классификация.
26. Особенности маркировки безалкогольных напитков.
27. Правовая база использования товарных знаков. Гражданский кодекс РФ. Часть 4.
28. Предупредительная маркировка и знаки: понятие, назначение, виды. Международные требования по классификации и маркировке опасных веществ и материалов.
29. Экологическая маркировка и знаки: понятие, классификация и назначение.
30. Особенности маркировки чая. Требования к информации.
31. Общие требования к маркировке подакцизных товаров.
32. Знаки безопасности: основные категории.
33. Эксплуатационные знаки: понятие, назначение, виды и разновидности.⁹
34. Предмет, цель и задачи дисциплины, ее межпредметные связи.
35. Информационные ресурсы, их назначение и краткая характеристика.
36. Требования к маркировке молока и продуктов его переработки.
37. Товарный знак на наименование мест происхождения товаров. Отличительные особенности.
38. Особенности маркировки полимерной упаковки.
39. Манипуляционные знаки: понятие, назначение, виды и разновидности.
40. Особенности маркировки швейных изделий. Требования к информации.
41. Компонентные знаки: понятие и виды. Системы Кодификации пищевых добавок. Нормативная база.
42. Особенности маркировки керамических товаров.
43. Лазерная маркировка: цель и применение.
44. Особенности маркировки трансгенных продуктов.

45. Голографическая защитная этикетка.
46. Отличительные особенности маркировки импортных и отечественных товаров.
47. Знаки соответствия и знаки качества: понятие, классификация в зависимости от сферы применения. Особенности маркирования сертифицированных товаров.
48. Особенности маркировки коньяка.
49. Особенности коллективного и общеизвестного товарного знака.
50. Особенности маркировки косметических товаров.
51. Технические документы: понятия виды назначения.
52. Современные тенденции в области применения знаков соответствия.
53. Особенности маркировки рыбных консервов. Расшифровка условных обозначений.
54. Особенности маркировки аудио-, видео - продукции, компьютерных информационных носителей.
55. Требования к маркировке непищевой масложировой продукции.
56. Особенности маркировки ковровых покрытий (для жилых и служебных помещений).
57. Особенности маркировки трикотажных изделий.
58. Особенности маркировки стеклянных изделий.
59. Требования к маркировке пищевой масложировой продукции.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Оценка за модуль определяется как сумма баллов за текущую и контрольную работу. Коэффициент весомости баллов, набранных за текущую и контрольную работу, составляет 0,5/0,5.

Текущая работа включает оценку аудиторной и самостоятельной работы.

Оценка знаний студента на практическом занятии (аудиторная работа) производится по 100-балльной шкале.

Оценка самостоятельной работы студента (написание эссе, подготовка доклада, выполнение домашней контрольной работы и др.) также осуществляется по 100-балльной шкале.

Для определения среднего балла за текущую работу суммируются баллы, полученные за аудиторную и самостоятельную работу, полученная сумма делится на количество полученных оценок.

Итоговый балл за текущий работу определяется как произведение среднего балла за текущую работу и коэффициента весомости.

Если студент пропустил занятие без уважительной причины, то это занятие оценивается в 0 баллов и учитывается при подсчете среднего балла за текущую работу.

Если студент пропустил занятие по уважительной причине, подтвержденной документально, то преподаватель может принять у него отработку и поставить определенное количество баллов за занятие. Если преподаватель по тем или иным

причинам не принимает отработку, то это занятие при делении суммарного балла не учитывается.

Контрольная работа за модуль также оценивается по 100-балльной шкале. Итоговый балл за контрольную работу определяется как произведение баллов за контрольную работу и коэффициента весомости.

Критерии оценок аудиторной работы студентов по 100-балльной шкале:

«0 баллов» - студент не смог ответить ни на один из поставленных вопросов

«10-50 баллов» - обнаружено незнание большей части изучаемого материала, есть слабые знания по некоторым аспектам рассматриваемых вопросов

«51-65 баллов» - неполно раскрыто содержание материала, студент дает ответы на некоторые рассматриваемые вопросы, показывает общее понимание, но допускает ошибки

«66-85 баллов» - студент дает почти полные ответы на поставленные вопросы с небольшими проблемами в изложении. Делает самостоятельные выводы, имеет собственные суждения.

«86-90 баллов» - студент полно раскрыл содержание материала, на все поставленные вопросы готов дать абсолютно полные ответы, дополненные собственными суждениями, выводами. Студент подготовил и отвечает дополнительный материал по рассматриваемым вопросам.

Таблица перевода рейтингового балла в «5»-балльную шкалу

Итоговая сумма баллов по дисциплине по 100-балльной шкале	Оценка по 5-балльной шкале
0-50	Неудовлетворительно
51-65	Удовлетворительно
66-85	Хорошо
86-100	Отлично

Например:



8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

а) основная литература:

1. Калачев, Сергей Львович. Теоретические основы товароведения и экспертизы: Учебник для бакалавров, допущено Мо и науки РФ в качестве учебника для вузов/ С.Л. Калачев. - М.: Издательство Юрайт: ИД Юрайт, 2012. - 463 с.
2. Райкова Е.Ю. Теоретические основы товароведения и экспертизы: Учебник для бакалавров. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 412 с.
5. Микулович Л. С. Товароведение продовольственных товаров [Электронный ресурс]. Учебник. - Минск: Высшая школа, 2010. – 416с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=109938>

б) дополнительная литература:

1. Федотова, Галина Юрьевна. Маркировка товаров: применение в таможенном деле и международной торговле: Учебное пособие для вузов/ Г.Ю. Федотова, И.Н. Петрова. - СПб.: Троицкий мост, 2013. - 248 с.
2. Идентификация и фальсификация непродовольственных товаров [Электронный ресурс]: Допущено Мс/хРФ в качестве учебного пособия / Ред. И.Ш. Дзахмишева. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2011. - 360 с. Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112191>
3. Страхова С. А 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. // <http://znanium.com/bookread.php?book=430591>
4. 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. // <http://znanium.com/bookread.php?book=354038>
5. Ходыкин А. П. Ляшко, А. А. Товароведение, экспертиза и стандартизация [Электронный ресурс] : Учебник / А. А. Ляшко, А. П. Ходыкин, Н. И. Волошко, А. П. Снитко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательско-торговая корпорация "Дашков и К-", 2013. - 660 с. – ISBN 978-5-394-02005-6. // <http://znanium.com/bookread.php?book=414985>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

- 1) eLIBRARY.RU[Электронный ресурс]: электронная библиотека /Науч. электрон. б-ка. — Москва, 1999 - . Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>. - Яз. рус., англ.
- 2) Moodle[Электронный ресурс]: система виртуального обучения: [база данных] / Даг. гос. ун-т. - Махачкала, г. - Доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. - URL: <http://moodle.dgu.ru/>.
- 3) Электронный каталог НБ ДГУ [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о всех видах литературы, поступающих в фонд НБ ДГУ/Дагестанский гос. ун-т. - Махачкала, 2010 - Режим доступа: <http://elib.dgu.ru>, свободный.

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Комплексное изучение предлагаемой бакалаврам учебной дисциплины «Товарная информация» предполагает овладение материалами лекций, учебников, творческую работу студентов в ходе проведения практических занятий, а также систематическое выполнение тестовых и иных заданий для самостоятельной работы студентов.

В ходе лекций раскрываются основные вопросы в рамках рассматриваемой темы, делаются акценты на наиболее сложные и интересные положения изучаемого материала, которые должны быть приняты бакалаврами во внимание. Материалы лекций являются основой для подготовки бакалавра к практическим занятиям.

Основной целью практических занятий является контроль за степенью усвоения пройденного материала, ходом выполнения бакалаврами самостоятельной работы и рассмотрение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы практического занятия. Ряд вопросов дисциплины, требующих авторского подхода к их рассмотрению заслушиваются на практических занятиях в форме подготовленных бакалаврами сообщений (10-15 минут) с последующей их оценкой всеми студентами группы.

Для успешной подготовки устных сообщений на практических занятиях бакалавры в обязательном порядке, кроме рекомендуемой к изучению литературы, должны использовать публикации по изучаемой теме в журналах: «Тара и упаковка», «Современная торговля», «Товаровед продовольственных товаров». «РИСК», «Российская торговля» и др.

При подготовке к практическим занятиям и на занятиях бакалаврам рекомендуется использовать основную и дополнительную литературу, указанную в п. 1.7, а также методические материалы на бумажных и электронных носителях, разработанные автором. Это тестовый материал, тезисы лекций, методические указания к проведению практических и семинарских занятий по дисциплине Товарная информация.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

Для проведения индивидуальных консультаций может использоваться электронная почта. Разработаны по данной дисциплине электронный вариант лекций. Для освоения дисциплины необходимо использовать имеющиеся технические средства обучения:

- компьютерное и мультимедийное оборудование;
- пакет прикладных обучающих программ;
- электронная библиотека дисциплины;
- Справочная правовая система «Консультант Плюс»;
- интернет-ресурсы.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

На факультете управления Дагестанского государственного университета имеются аудитории, оборудованные интерактивными, мультимедийными досками, проекторами, что позволяет читать лекции в формате презентаций, разработанных с помощью пакета прикладных программ MS PowerPoint, использовать наглядные, иллюстрированные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, пакет прикладных обучающих программ, а также электронные ресурсы сети Интернет.