

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Товароведение и экспертиза товаров

Кафедра «Маркетинга и логистики»

Образовательная программа
38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) программы

Маркетинг

Уровень высшего образования

бакалавриат

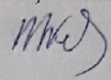
Форма обучения

очная

Статус дисциплины: *входит в часть ОПОП, формируемую участниками образовательных отношений*

Махачкала, 2021 год

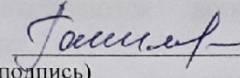
Рабочая программа дисциплины «Товароведение и экспертиза товаров» составлена в 2021 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент (уровень бакалавриата) от « 12 » августа 2020 г. №970.

Разработчик: кафедра маркетинга и логистики, Камалова Т.А., к.т.н., проф. 

Рабочая программа дисциплины одобрена:

на заседании кафедры маркетинга и логистики от « 22 » июня 2021 г., протокол № 11.

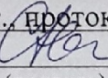
Зав. кафедрой


(подпись)

Умавов Ю.Д.

на заседании Учебно-методической комиссии факультета управления от «01» июля 2021 г. протокол № 10.

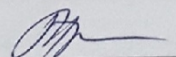
Председатель


(подпись)

Гашимова Л.Г.

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управлением « 09 » 07 2021 г.

Начальник УМУ



Гасангаджиева А.Г.

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Товароведение и экспертиза товаров» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленности (профиля) «Маркетинг»

Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой маркетинга и логистики.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием и оценкой качества товаров, изучением способов сохранения качества товаров в процессе транспортирования, хранения и реализации. Рассматриваются вопросы маркировки, упаковки и информации о товарах.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ПК-2.

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

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме экзамена.

Объем дисциплины 4 зачетных единиц, в том числе в академических часах по видам учебных занятий 144ч.

Семестр	Учебные занятия								Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференцированный зачет, экзамен)
	в том числе:								
	всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем					СРС, в том числе экзамен		
		всего	из них						
			Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	КСР	консультации		
4	144	64	32		32			80	

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Товароведение и экспертиза товаров» являются:

- дать знания и привить навыки в области товароведения и экспертизы, необходимые для успешной коммерческой деятельности, приобретение студентами знаний, умений и навыков работы с нормативными документами на товары и услуги с целью последующего их применения для решения проблем, возникающих в коммерческой деятельности;
- воспитание у студентов чувства ответственности, закладка нравственных, этических норм поведения в обществе и коллективе, формирование патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, управленческого мировоззрения, способностей придерживаться законов и норм поведения, принятых в обществе и в своей профессиональной среде.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина «Товароведение и экспертиза товаров» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленности (профиля) «Маркетинг».

Дисциплина «Товароведение и экспертиза товаров» базируется на знаниях экономической теории, правоведения, статистики, коммерческой деятельности. Изучение данной дисциплины должно предшествовать изучению маркетинга, товарного маркетинга и других дисциплин.

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

Код и наименование компетенции из ОПОП	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Планируемые результаты обучения	Процедура освоения
ПК-2. Разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-2.1. Разработка, тестирование и внедрение инновационных товаров (услуг), создание нематериальных активов (брендов) и управление ими в организации	<p>Знает: нормативные документы, определяющие качество, маркировку, упаковку, транспортирование и хранение товаров; структуру, назначение и правила маркировки товаров; требования к ней.</p> <p>Умеет: анализировать и работать с нормативными документами и законодательными актами, осуществлять грамотный контроль качества закупаемых товаров исходя из их соответствия нормативным документам, в частности обязательным требованиям технических регламентов.</p> <p>Владеет: навыками использования нормативно-правовых документов для контроля за качеством товаров.</p>	Устный опрос, решение задач, написание рефератов, тестирование
	ПК-2.4. Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации	<p>Знает: свойства и показатели ассортимента, управление ассортиментом, ассортиментную политику; методы проведения экспертизы товаров; методы контроля качества товаров в процессе хранения, транспортирования и реализации; факторы, формирующие и сохраняющие качество товаров; структуру, назначение и правила маркировки товаров; требования к ней.</p> <p>Умеет: анализировать товарный ассортимент предприятия, формулировать ассортиментную политику; осуществлять оценку и экспертизу качества товаров; оформлять документы для целей сертификации и услуг; обеспечивать соблюдение правил и режимов транспортирования, хранения, реализации товаров; организацию складского хранения и сбыта продукции;</p> <p>Владеет: методами проведения</p>	Устный опрос, решение задач, написание рефератов, тестирование

		оценки и экспертизы качества товаров; методиками оценки конкурентоспособности различных объектов, методами организации хранения товаров, приемами формирования ассортиментной политики предприятия. политики.	
--	--	--	--

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 академических часов.

4.2. Структура дисциплины.

4.2.1. Структура дисциплины в очной форме

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации
			Лекции	Практические занятия	Лабораторн ые занятия	Самостоятель ная работа в т.ч. экзамен	
Модуль 1: категории и методы							
1	Тема 1.1. Предмет и задачи товароведения	4	2	2		4	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
2	Тема 1.2. Классификация и кодирование товаров	4	4	4		4	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
3	Тема 1.3. Качество товаров	4	4	4		4	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка проведенного анализа
	Итого по модулю	36	10	10		16	тестирование
Модуль 2: факторы, влияющие на качество							
4	Тема 2.1. Влияние химического состава и строения сырья и материалов на потребительские свойства товаров	4	6	6		6	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.

5	Тема 2.2. Формирование и сохранение качества товаров	4	6	6		6	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
	<i>Итого по модулю</i>	36	12	12		12	тестирование
Модуль 3: сведения о качестве товаров							
6	Тема 3.1. Информация о товаре	4	6	6		8	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка конспекта.
7	Тема 3.2. Экспертиза товаров	4	4	4		6	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
	<i>Итого по модулю:</i>	36	10	10		16	тестирование
Модуль 4: Промежуточная аттестация							
	Экзамен					36	экзамен
	ИТОГО:	144	32	32		80	

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).

4.3.1. Содержание лекционных занятий по дисциплине.

Модуль 1: категории и методы

Тема 1.1. Предмет и задачи товароведения

Объекты, предмет, цели, методы и задачи товароведения в области формирования и реализации товарной политики предприятия (организации).

Товароведение – наука о потребительной стоимости. Качественная и количественная определенность потребительной стоимости.

Потребности человека, их классификация и роль в формировании ассортимента и качества товаров. История развития товароведения.

Тема 1.2. Классификация и кодирование товаров

Методы и принципы классификации и кодирования. Научные, производственные, учетно-статистические, учебные и другие классификации. Понятия, термины, виды, классификация, показатели ассортимента, методы их оценки; принципы и методы формирования и управления ассортиментом. Общероссийские классификаторы.

Тема 1.3. Качество товаров

Понятия, термины, номенклатура показателей качества товаров; уровень качества и конкурентоспособность товаров, методы их измерения и оценки; факторы, влияющие на формирование и сохранение качества товаров. Требования, предъявляемые к товарам. Основные группы требований к качеству: социальные, функциональные, надежности, эргономические, безопасности потребления. Потребительские свойства товаров.

Свойства товаров: простые и сложные. Полезность пищевых продуктов. Пищевая ценность продовольственных товаров.

Показатели качества. Единичные и комплексные показатели. Фактические, базовые и относительные показатели качества. Дифференциальный, комплексный и смешанный методы определения уровня качества товара. Градации качества.

Методы оценки и контроль качества товаров. Отбор средней пробы. Органолептический, инструментальный, регистрационный, расчетный, экспертный и социологический методы определения качества. Достоинства и недостатки каждого метода, области их применения при определении показателей качества промышленных и продовольственных товаров.

Модуль 2: факторы, влияющие на качество

Тема 2.1. Влияние химического состава и строения сырья и материалов на потребительские свойства товаров

Химический состав продовольственных товаров: вода, минеральные элементы, кислоты, фенольные соединения, углеводы, азотистые вещества, липиды, ферменты, витамины.

Химический состав непродовольственных товаров: строение сырья и материалов, молекулярное строение исходных веществ, особенности структуры полимеров, дефекты структуры высокомолекулярных соединений.

Тема 2.2. Формирование и сохранение качества товаров

Факторы, влияющие на качество товаров. Факторы, формирующие качество товаров: проектирование, разработка продукции, сырье и технология производства. Факторы, сохраняющие качество товаров: тара и упаковочные материалы, условия и сроки транспортирования, хранения и реализации товаров.

Консервирование пищевых продуктов. Классификация методов консервирования. Физические, физико-химические, химические и биохимические методы консервирования.

Процессы, происходящие при хранении товаров. Условия хранения товаров. Тара и упаковочные материалы. Различные виды тары и упаковочных материалов. Естественная убыль пищевых продуктов.

Модуль 3: сведения о качестве товаров

Тема 3.1. Информация о товаре

Виды, формы и средства товарной информации. Основополагающая, коммерческая и потребительская товарная информация. Средства товарной информации: маркировка, нормативные и технические документы.

Производственная маркировка: этикетки, кольеретки, вкладыши, ярлыки, бирки, клейма и штампы. Торговая маркировка: ценники, кассовые и товарные чеки.

Информационные знаки: товарные знаки, знаки наименования мест происхождения товара, знаки соответствия и качества, штриховой код, компонентные знаки, эксплуатационные знаки, манипуляционные знаки, предупредительные знаки, экологические знаки.

Тема 3.2. Экспертиза товаров

Понятия, термины, виды, объекты, субъекты, цели, методы экспертизы; идентификация и фальсификация товаров; качественная, количественная, стоимостная и потребительская экспертиза; особенности экспертизы отдельных групп потребительских товаров.

Средства товарной экспертизы. Виды экспертизы. Организация проведения товарной экспертизы.

4.3.2. Содержание практических занятий по дисциплине.

Модуль 1: категории и методы

Тема 1.1. Предмет и задачи товароведения

1. Предмет и задачи товароведения.
2. Потребительная стоимость товара.
3. Объекты и субъекты товароведной деятельности.
4. Потребности человека, их классификация и роль в формировании ассортимента и качества товаров.
5. История формирования и развития товароведения.
6. Тестовый контроль.

Тема 1.2. Классификация и кодирование товаров

1. Методы и принципы классификации.
2. Классификация товаров.
3. Изучение методов классификации потребительских товаров.
4. Ассортимент товаров.
5. Определение градаций качества товаров (товарных сортов, номеров, марок).
6. Расчет показателей ассортимента и анализ ассортиментной политики торговых организаций.
7. Кодирование товаров.
8. Общероссийские классификаторы.

Тема 1.3. Качество товаров

1. Понятие о качестве товара. Показатели качества товаров.
2. Установление общих и специфических, комплексных и единичных показателей качества товаров однородных групп.
3. Анализ номенклатуры потребительских свойств и показателей качества товаров.
4. Отбор средней пробы. Изучение правил отбора проб при выборочном

контроле качества товарных партий.

5. Органолептический метод оценки качества. Измерительные инструментальные методы оценки качества.
6. Контроль качества потребительских товаров.
7. Решение ситуационных задач.

Модуль 2: факторы, влияющие на качество

Тема 2.1. Влияние химического состава и строения сырья и материалов на потребительские свойства товаров

1. Химический состав продовольственных товаров:
 - а) вода;
 - б) минеральные элементы;
 - в) кислоты;
 - г) углеводы.
 - д) азотистые вещества;
 - е) липиды;
 - ж) ферменты;
 - з) витамины.
2. Химический состав непродовольственных товаров:
 - а) строение сырья и материалов,
 - б) молекулярное строение исходных веществ,
 - в) особенности структуры полимеров.
3. Тестовый контроль.

Тема 2.2. Формирование и сохранение качества товаров

1. Факторы, влияющие на качество товаров.
2. Консервирование пищевых продуктов.
3. Процессы, происходящие при хранении товаров.
4. Естественная убыль пищевых продуктов. Расчет фактических и нормируемых потерь (естественной убыли).
5. Условия хранения товаров.
6. Тара и упаковочные материалы.
7. Решение ситуационных задач.

Модуль 3: сведения о качестве товаров

Тема 3.1. Информация о товаре

1. Виды и формы товарной информации.
2. Средства товарной информации.
3. Производственная маркировка.
4. Торговая маркировка.
5. Изучение правовой и нормативной базы товарной информации.
6. Информационные знаки:
 - а) товарные знаки,
 - б) знаки наименования мест происхождения товара,

- в) знаки соответствия и качества,
- г) штриховой код,
- д) компонентные знаки,
- е) эксплуатационные знаки,
- ж) манипуляционные знаки,
- з) предупредительные знаки,
- и) экологические знаки.

7. Расшифровка информационных знаков на упаковке.

Тема 3.2. Экспертиза товаров

1. Понятия, объекты, субъекты, цели экспертизы.
2. Виды экспертизы.
3. Методы экспертизы.
4. Изучение правовой и нормативной базы товарной экспертизы.
5. Организация проведения товарной экспертизы.
6. Идентификация и фальсификация товаров.
7. Изучение организации проведения экспертизы товаров, основные этапы ее проведения. Порядок составления заключения.

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;
- решение задач по анализу пищевой ценности продовольственных товаров, организация хранения, проведения контроля качества и экспертизы товаров;
- 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.

Вузовская лекция должна выполнять не только информационную функцию, но также и мотивационную, воспитательную и обучающую.

Информационная функция лекции предполагает передачу необходимой информации по теме, которая должна стать основой для дальнейшей самостоятельной работы студента.

Мотивационная функция должна заключаться в стимулировании интереса студентов к науке. На лекции необходимо заинтересовывать, озадачить студентов с целью выработки у них желания дальнейшего изучения той или иной экономической проблемы.

Воспитательная функция ориентирована на формирование у молодого поколения чувства ответственности, закладку нравственных, этических норм поведения в обществе и коллективе, формирование патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, финансово-экономического мировоззрения.

Обучающая функция реализуется посредством формирования у студентов навыков работы с первоисточниками и научной и учебной литературой.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Возрастает значимость самостоятельной работы студентов в межсессионный период. Поэтому изучение курса «Товароведение и экспертиза товаров» предусматривает работу с основной специальной литературой, дополнительной обзорного характера, а также выполнение домашних заданий.

Самостоятельная работа студентов 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
<i>Тема 1.1.</i> Предмет и задачи товароведения	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Конспектирование ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов»	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта

Тема 1.2. Классификация и кодирование товаров	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Выполнение заданий по классификации продукции с использованием ОКП	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
Тема 1.3. Качество товаров	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение задач по определению градаций качества товаров, анализу ассортимента товаров и расчету показателей ассортимента.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка проведенного анализа
Тема 2.1. Влияние химического состава и строения сырья и материалов на потребительские свойства товаров	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение задач по оценке пищевой ценности товаров.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
Тема 2.2. Формирование и сохранение качества товаров	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение задач и тестов	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
Тема 3.1. Информация о товаре	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Конспектирование закона «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товара»	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка конспекта.
Тема 3.2. Экспертиза товаров	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Решение ситуационных задач и тестов.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.

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 шесть рефератов. 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. В 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 повышению качества потребительских товаров,

расширению ассортимента, совершенствованию контроля за качеством и т.д. В заключении реферата на основании изучения литературных источников должны быть сформулированы краткие выводы и предложения. Список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ 7.1-84 «Библиографическое описание документа». Перечень литературы составляется в алфавитном порядке фамилий первых авторов, со сквозной нумерацией. Примерный объем реферата 15-20 страниц.

Тематика рефератов:

1. Анализ (экспертиза) ассортимента или качества отдельных групп или видов продовольственных товаров; пути их совершенствования.
2. Анализ (экспертиза) ассортимента или качества отдельных групп или видов непродовольственных товаров; пути их совершенствования.
3. Анализ (экспертиза) отдельных ассортиментных или качественных показателей продовольственных товаров (например, широты и полноты ассортимента, или эстетических и др. свойств), возможности их улучшения.
4. Анализ (экспертиза) отдельных ассортиментных или качественных показателей непродовольственных товаров (например, широты и полноты ассортимента, или эстетических и др. свойств), возможности их улучшения.
5. Анализ (экспертиза) экологичности и (или) безопасности отдельных групп или видов продовольственных товаров, возможности их улучшения.
6. Анализ (экспертиза) экологичности и (или) безопасности отдельных групп или видов непродовольственных товаров, возможности их улучшения.
7. Анализ путей снижения потерь качества товаров.
8. Идентификация и фальсификация непродовольственных товаров, методы их оценки, значение в коммерческой деятельности.
9. Идентификация и фальсификация продовольственных товаров, методы их оценки, значение в коммерческой деятельности.
10. Информация о товаре, целесообразность и возможности ее эффективность использования в коммерческой деятельности.
11. Конкурентоспособность товаров, ее значимость и методы оценки.
12. Маркировка товаров (отдельных групп или видов), её значимость и пути улучшения.
13. Номенклатура показателей качества товаров, возможности и методы их использования при оценке потребительских предпочтений.
14. Объективные методы оценки показателей качества товаров и возможности их совершенствования.

15. Органолептические методы оценки показателей качества товаров и возможности их совершенствования.
16. Потребительская экспертиза товаров и возможности ее использования в коммерческой деятельности.
17. Субъективные методы оценки показателей качества товаров и возможности их совершенствования.
18. Товар как объект коммерческой деятельности, особенности его обмена в условиях административно-распределительной и рыночной экономики.
19. Товарная политика предприятия и методы ее формирования.
20. Товарный знак, его значимость и функции.
21. Товароведная и торговая классификации непродовольственных товаров, возможности и примеры их использования в коммерческой деятельности; пути совершенствования.
22. Товароведная и торговая классификации продовольственных товаров, возможности и примеры их использования в коммерческой деятельности; пути совершенствования.
23. Упаковка товаров (отдельных групп или видов) и пути её улучшения.
24. Хранение непродовольственных товаров (отдельных групп или видов) и пути его улучшения.
25. Хранение продовольственных товаров (отдельных групп или видов) и пути его улучшения.
26. Внедрение методов управления качеством продукции на предприятиях среднего и малого бизнеса.
27. Исследование научно-методических основ управления качеством продукции в условиях рыночной экономики.
28. Исследование путей решения региональных проблем управления качеством продукции, услуг, окружающей среды.
29. Исследование управления качеством продукции за рубежом.
30. Исследование и разработка методов управления качеством услуг.
31. Методика обработки результатов измерений показателей качества продукции.

При оценке качества представленной студентом работы принимается во внимание следующее:

1. Содержательное наполнение представленной работы (учитывается, насколько содержание соответствует теме).
2. Полнота раскрытия темы работы (учитывается количество описанных фактов, понятий и т. п.).
3. Логика изложения материала (учитывается умение студента логически верно строить план работы).
4. Количество и качество использованных источников литературы.
5. Оригинальность работы (осуществляется проверка в системе «Антиплагиат»).

6. Защита студентом представленной работы (студенты по желанию могут выступить с докладом на занятии).

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. Типовые контрольные задания

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

Образец тестового задания по второму модулю

Вариант 1

1. Товар обладает

- а) потребительной стоимостью и стоимостью
- б) потребительной стоимостью

с) стоимостью

d) меновой стоимостью

2. *Потребительная стоимость – это*

a) вещественное свойство, труд, воплощенный в товаре

b) овеществленный в товаре общественный труд производителей

с) способность вещи удовлетворять какую-либо человеческую потребность

d) способность товара быть обмененным на другой товар

3. *Товароведение изучает*

a) потребительные стоимости и стоимость товаров

b) потребительные стоимости товаров

с) стоимость товаров

d) ценообразующие факторы

4. *Иерархический метод – это*

a) параллельное разделение множества объектов на независимые

b) классификационные группировки

с) последовательное разделение множества на подчиненные классификационные группировки

d) систематизированное разделение множества объектов на подмножества в зависимости от их общих признаков

e) выявление наиболее правильного и экономного варианта для всеобщего и многократного использования

5. *Степень классификации определяется*

a) количеством используемых признаков

b) специфическими признаками товаров

с) этапом разделения множества на подмножества по одному из признаков

d) методом классификации

6. *Деление множества на подмножества должно идти*

a) от общего к частному

b) от частного к общему

7. *Целью учебной классификации является*

a) методически правильное изучение потребительских свойств товаров и выявление общих принципов формирования этих свойств

b) улучшение организации торговли, совершенствование учета и планирования ассортимента товаров

с) облегчение изучения широкого ассортимента, правильная организация и реализация товаров

d) обеспечение глубины и ширины охвата классифицируемых объектов

8. *К гастрономическим товарам относят*

a) зерномучные и мясные товары

b) крупы, мука, макаронные изделия, сахар, чай, пряности и др.

с) сыры, колбасы, консервы, молочные продукты, алкогольные напитки

d) генетически модифицированные товары

9. Производственный ассортимент – это

- a) набор видов или разновидностей товаров, объединенных по какому-либо признаку
- b) совокупность товаров, выпускаемых определенной отраслью промышленности или предприятием
- c) совокупность товаров, находящихся на предприятиях розничной или оптовой торговли
- d) совокупность товаров, реализуемых через фирменные магазины

10. Сложный ассортимент - это

- a) совокупность товаров, включающая значительное количество групп, видов, разновидностей, которые удовлетворяют разнообразные потребности
- b) совокупность товаров, объединенных по признаку единства производственного происхождения или потребительского назначения
- c) совокупность товаров, представленных небольшим количеством групп, видов, наименований, которые удовлетворяют ограниченное число потребностей
- d) количество разновидностей конкретного вида изделия

11. Глубина ассортимента характеризует

- a) количество разновидностей конкретного вида изделия
- b) количество видов товаров, выпускаемых промышленностью или находящихся в продаже
- c) отношение числа разновидностей товаров, находящихся в продаже, к числу товаров, предусмотренных стандартами или договорными обязательствами
- d) совокупность товаров, реализуемых через фирменные магазины

12. Формирование ассортимента означает

- a) подбор и установление совокупности различных групп, видов и разновидностей товаров в соответствии со спросом
- b) способность товаров удовлетворять изменившиеся потребности за счет новых товаров с более высокими потребительскими свойствами
- c) наиболее полное соответствие ассортиментной структуры спросу населения
- d) соотношение товаров в наибольшей степени соответствующее спросу населения

13. Кодирование – это

- a) образование и присвоение условного обозначения классификационной группировке к объекту классификации
- b) условное обозначение состава и последовательности расположения знаков
- c) систематизация объектов путем их идентификации, ранжирования
- d) разделение множества объектов на независимые группировки

14. Длина кода – это

- a) позиция знака в коде
- b) система знаков, принятых для образования кода
- c) число знаков в коде
- d) обозначение знаков

15. Классификация и кодирование потребительских товаров осуществляется с помощью

- a) Общероссийского классификатора отраслей народного хозяйства
- b) Общероссийского классификатора предприятий и организаций
- c) Общероссийского классификатора сельскохозяйственной и промышленной продукции
- d) Общероссийского классификатора услуг

16. В Общероссийском классификаторе продукции код 91 – 92 присвоен

- a) продукции легкой промышленности
- b) продукции пищевой промышленности
- c) продукции растениеводства и животноводства
- d) продукции сельского хозяйства

17. Эргономические свойства

- a) характеризуют уровень вредного воздействия на окружающую среду, здоровье человека в процессе потребления, хранения и транспортирования продуктов
- b) это способность товара выражать степень его полезности, целесообразности и технического совершенства в чувственно воспринимаемых человеком признаках
- c) это способность товаров наиболее полно удовлетворять потребности в соответствии с психологическими и физиологическими особенностями человека, характеризуют удобство и комфорт эксплуатации изделия
- d) совокупность свойств товаров, благодаря которым он удовлетворяет ту или иную потребность человека

18. Показатель качества

- a) количественно характеризует несколько свойств товаров
- b) количественно характеризует одно простое свойство
- c) это количественная характеристика одного или нескольких свойств товара, составляющих его качество
- d) характеристика степени полезности продукта

19. Относительный показатель качества

- a) определяется отношением показателя качества оцениваемого продукта к базовому показателю
- b) определяется путем сравнения совокупности показателей качества товара с соответствующей совокупностью базовых показателей
- c) это конкретный единичный или комплексный показатель, установленный для данного товара
- d) это характеристика степени полезности продукт

20. Сорт – это

- а) градация товара по одному или нескольким показателям качества, установленным в стандартах
- б) совокупность свойств, обуславливающих их пригодность для удовлетворения определенных потребностей человека в соответствии с назначением
- с) это количественная характеристика одного или нескольких свойств товара, составляющих его качество
- д) характеристика степени полезности продукта

21. Определение энергетической ценности продукта осуществляется

- а) органолептическим методом
- б) расчетным методом
- с) экспертным методом
- д) статистическим методом

22. Порядок и правила отбора средней пробы устанавливаются

- а) актом приемки
- б) нормативными документами
- с) товарно-транспортной накладной
- д) органом по сертификации

23. Какой из перечисленных показателей нельзя определить органолептическим методом

- а) влажность
- б) внешний вид
- с) консистенция
- д) цвет

24. Хроматография относится к

- а) биохимическим методам
- б) физико-химическим методам
- с) химическим методам
- д) физическим методам

25. Усвояемость пищевых продуктов определяют

- а) физиологическими методами
- б) физическими методами
- с) химическими методами
- д) технологическими методами

26. Биологическая ценность продуктов – это

- а) влияние веществ продукта на пищеварительную, нервную, сердечно-сосудистую и другие системы и на сопротивляемость организма инфекционным заболеваниям
- б) сбалансированное содержание в них незаменимых аминокислот, полиненасыщенных жирных кислот, витаминов, макро- и микроэлементов
- с) степень использования организмом пищевых веществ
- д) характеристика степени полезности продукта

Задание 1.

Шоколад содержит белков 6,9%, жира 35,7%, углеводов 53,4%.

Рассчитайте теоретическую и практическую ценность 100 г шоколада.

Задание 2.

Дать характеристику ОКП.

Вариант 2

1. Задачей товароведения не является

- a) исследование и дальнейшая разработка методов и средств управления ассортиментом и качеством товаров
- b) определение номенклатуры потребительских свойств и показателей качества товаров
- c) формирование товарной политики предприятия с учетом жизненного цикла товара
- d) изучение условий и способов хранения товаров

2. Товар – это

- a) любой предмет, предназначенный для продажи и удовлетворяющий какие-либо человеческие потребности
- b) материальная продукция, произведенная на том или ином предприятии
- c) материальный или нематериальный результат деятельности, предназначенный для удовлетворения реальных потребностей
- d) вещественное свойство, труд, воплощенный в товаре

3. Объектом товароведения являются

- a) товары
- b) продукция
- c) предметы потребления
- d) услуги

4. Потребительная стоимость имеет

- a) качественную и количественную определенность
- b) качественную определенность
- c) количественную определенность
- d) невозможно и измерить

5. Классификация – это

- a) параллельное разделение множества объектов на независимые классификационные группировки
- b) последовательное разделение множества на подчиненные классификационные группировки
- c) систематизированное разделение множества объектов на подмножества в зависимости от их общих признаков
- d) систематизированный свод наименований и кодов различных объектов

6. Основными признаками классификации продукции являются

- a) происхождение, назначение, рациональность
- b) санитарно-гигиенические, производственные
- c) функционально-целевые, генетические, технологические
- d) климатические, демографические

7. Фасетный метод – это

- a) параллельное разделение множества объектов на независимые классификационные группировки

b) последовательное разделение множества на подчиненные классификационные группировки

c) систематизированное разделение множества объектов на подмножества в зависимости от их общих признаков

d) выявление наиболее правильного и экономного варианта для всеобщего и многократного использования

8. Классификация на одной ступени должна осуществляться

a) по одному признаку

c) по трем признакам

b) по двум признакам

d) по нескольким признакам

9. Целью торговой классификации является

a) методически правильное изучение потребительских свойств товаров и выявление общих принципов формирования этих свойств

b) облегчение изучения широкого ассортимента, правильная организация и реализация товаров

c) улучшение организации торговли, совершенствование учета и планирования ассортимента товаров

d) обеспечение глубины и ширины охвата классифицируемых объектов

10. Торговый ассортимент – это

a) набор видов или разновидностей товаров, объединенных по какому-либо признаку

b) совокупность товаров, выпускаемых определенной отраслью промышленности или предприятием

c) совокупность товаров, находящихся на предприятиях розничной или оптовой торговли

d) совокупность товаров, реализуемых через фирменные магазины

11. Групповой ассортимент - это

a) совокупность товаров, включающая значительное количество групп, видов, разновидностей, которые удовлетворяют разнообразные потребности

b) совокупность товаров, объединенных по признаку единства производственного происхождения или потребительского назначения

c) совокупность товаров, представленных небольшим количеством групп, видов, наименований, которые удовлетворяют ограниченное число потребностей

d) количество разновидностей конкретного вида изделия

12. Полнота ассортимента характеризует

a) количество видов товаров, выпускаемых промышленностью или находящихся в продаже

b) количество разновидностей конкретного вида изделия

c) отношение числа разновидностей товаров, находящихся в продаже, к числу товаров, предусмотренных стандартами или договорными обязательствами

d) совокупность товаров, реализуемых через фирменные магазины

13. Ассортимент товаров, предлагаемых к продаже, определяется

- a) городским муниципальным управлением торговли
- b) магазином самостоятельно
- c) Министерством торговли
- d) Центром Госсанэпиднадзора

14. Алфавит кода – это

- a) система знаков, принятых для образования кода
- b) позиция знака в коде
- c) число знаков в коде
- d) обозначение знаков

15. Методы кодирования

- a) иерархический, фасетный
- b) порядковый, последовательный, параллельный
- c) систематизация, типизация, унификация
- d) селекция и симплификация

16. На первой ступени классификации Общероссийского классификатора продукции расположены

- a) классы продукции
- b) группы продукции
- c) виды продукции
- d) подвиды

17. В Общероссийском классификаторе продукции код 97 – 98 присвоен

- a) продукции легкой промышленности
- b) продукции пищевой промышленности
- c) продукции растениеводства и животноводства
- d) продукции сельского хозяйства

18. Физиологическая ценность продукта – это

- a) влияние веществ продукта на пищеварительную, нервную, сердечно-сосудистую и другие системы и на сопротивляемость организма инфекционным заболеваниям
- b) сбалансированное содержание в них незаменимых аминокислот, полиненасыщенных жирных кислот, витаминов, макро- и микроэлементов
- c) степень использования организмом пищевых веществ
- d) характеристика степени полезности продукта

19. Единичным показателем качества является

- a) внешний вид изделия
- b) кислотность молока
- c) свойство изделия
- d) тип муки

20. Уровень качества товара

- a) определяется отношением показателя качества оцениваемого продукта к базовому показателю
- b) определяется путем сравнения совокупности показателей качества товара с соответствующей совокупностью базовых показателей
- c) это конкретный единичный или комплексный показатель, установленный для данного товара
- d) это характеристика степени полезности продукта

21. Оценка качества товаров

- a) осуществляется путем сравнения совокупности показателей качества товара с соответствующей совокупностью базовых показателей
- b) это количественная или качественная оценка свойств, составляющих его полезность путем использования соответствующих методов
- c) это проверка соответствия показателей качества требованиям, установленным в стандартах
- d) осуществляется органами госнадзора

22. Для выявления отношения потребителей к товарам используется

- a) органолептический метод
- b) социологический метод
- c) экспертный метод
- d) расчетный метод

23. Органолептический метод основан

- a) на использовании информации, получаемой в результате анализа восприятия органов чувств
- b) на наблюдении и подсчете числа определенных предметов, событий, явлений
- c) на учете мнений высококвалифицированных специалистов
- d) корреляционной зависимости

24. Дегустатор должен обладать

- a) высоким порогом чувствительности
- b) низким порогом чувствительности

25. Определение кислотности молока методом титрования относится к

- a) биохимическим методам
- b) физико-химическим методам
- c) химическим методам
- d) физическим методам

26. Общественный контроль за качеством товаров осуществляет

- a) Госсанэпиднадзор
- b) Госторгинспекция
- c) Ростехрегулирование
- d) общества потребителей

Задание 1.

Картофель свежий содержит белка 2,0%, жира 0,4% и углеводов 16,3%.
Рассчитайте теоретическую и практическую ценность 100 г картофеля.

Задание 2.

Методы оценки уровня качества продукции.

Вариант 3

1. Первой книгой по товароведению, появившейся в России, является

- a) "Основы полной торговой системы"
- b) "Торговая книга"
- c) "Химическая часть товароведения"
- d) «Основы товароведения»

2. Субъекты товароведной деятельности

- a) товароведы
- b) эксперты

- с) экономисты d) маркетологи

3. *Потребительские стоимости присущи*

- а) всем продуктам труда б) только товарам

4. *Основными методами классификации являются*

- а) иерархический и фасетный
б) систематизация, типизация
с) унификация и селекция
д) симплификация, агрегатирование

5. *Классификационные группировки на одной ступени должны*

- а) дополнять друг друга б) исключать друг друга

6. В товароведении различают

- а) биологическую, учебную и торговую классификацию
б) отраслевую, государственную и торговую классификацию
с) экономико-статистические классификации
д) количественная и качественная классификация

7. *К бакалейным товарам относят*

- а) зерномучные и мясные товары
б) крупы, мука, макаронные изделия, сахар, чай, пряности и др.
с) сыры, колбасы, консервы, молочные продукты, алкогольные напитки
д) генетически модифицированные товары

8. *Ассортимент товаров – это*

- а) набор видов или разновидностей товаров, объединенных по какому-либо признаку
б) совокупность товаров, выпускаемых определенной отраслью промышленности или предприятием
с) совокупность товаров, находящихся на предприятиях розничной или оптовой торговли
д) совокупность товаров, реализуемых через фирменные магазины

9. *Простой ассортимент – это*

- а) совокупность товаров, включающая значительное количество групп, видов, разновидностей, которые удовлетворяют разнообразные потребности
б) совокупность товаров, объединенных по признаку единства производственного происхождения или потребительского назначения
с) совокупность товаров, представленных небольшим количеством групп, видов, наименований, которые удовлетворяют ограниченное число потребностей
д) количество разновидностей конкретного вида изделия

10. *Широта ассортимента характеризует*

- а) количество видов товаров, выпускаемых промышленностью или находящихся в продаже
б) количество разновидностей конкретного вида изделия

с) отношение числа разновидностей товаров, находящихся в продаже, к числу товаров, предусмотренных стандартами или договорными обязательствами

д) совокупность товаров, реализуемых через фирменные магазины

11. Структура ассортимента характеризует

а) отношение числа разновидностей товаров, находящихся в продаже, к числу товаров, предусмотренных стандартами или договорными обязательствами

б) соотношение товарных групп, входящих в ассортимент

с) соотношение товаров в наибольшей степени соответствующее спросу населения

д) совокупность товаров, реализуемых через фирменные магазины

12. На формирование ассортимента товаров в магазине оказывают влияние

а) национальные и климатические особенности

б) спрос, предложение товаров, специализация магазинов

с) экономические и социальные факторы

д) психографические факторы

13. Разряд кода – это

а) позиция знака в коде

б) система знаков, принятых для образования кода

с) число знаков в коде

д) обозначение знаков

14. Классификатор – это

а) документ, представляющий собой систематизированный свод наименований и кодов различных объектов

б) документ, содержащий обязательные правовые нормы и принятый органом власти

с) положение, устанавливающее количественные или качественные критерии, которые должны быть удовлетворены

д) документ, содержащий добровольные для применения положения, порядки, методы выполнения работ

15. В Общероссийском классификаторе продукции код 81 – 90 присвоен

а) продукции легкой промышленности

б) продукции пищевой промышленности

с) продукции растениеводства и животноводства

д) продукции сельского хозяйства

16. Качество товаров – это

а) объективная особенность продукции, проявляющаяся при ее изготовлении, хранении, транспортировании и потреблении

б) совокупность свойств товаров, благодаря которым он удовлетворяет ту или иную потребность человека

с) совокупность свойств, обуславливающих их пригодность для удовлетворения определенных потребностей человека в соответствии с назначением

д) характеристика степени полезности продукта

17. Усвояемость продуктов – это

а) влияние веществ продукта на пищеварительную, нервную, сердечно-сосудистую и другие системы и на сопротивляемость организма инфекционным заболеваниям

б) сбалансированное содержание в них незаменимых аминокислот, полиненасыщенных жирных кислот, витаминов, макро- и микроэлементов

с) степень использования организмом пищевых веществ

д) характеристика степени полезности продукта

18. Экологические свойства

а) характеризуют уровень вредного воздействия на окружающую среду, здоровье человека в процессе потребления, хранения и транспортирования продуктов

б) это способность товара выражать степень его полезности, целесообразности и технического совершенства в чувственно воспринимаемых человеком признаках

с) это способность товаров наиболее полно удовлетворять потребности в соответствии с психологическими и физиологическими особенностями человека, характеризуют удобство и комфорт эксплуатации изделия

д) совокупность свойств товаров, благодаря которым он удовлетворяет ту или иную потребность человека

19. Комплексный показатель качества

а) количественно характеризует несколько свойств товаров

б) количественно характеризует одно простое свойство

с) это количественная характеристика одного или нескольких свойств товара, составляющих его качество

д) это характеристика степени полезности продукта

20. При определении уровня качества товаров применяют следующие методы

а) дифференциальный и комплексный

б) органолептические и лабораторные

с) социологические и экспертные

д) технологические, лабораторные

а) При статистическом методе контроля используется

б) измерительный метод

с) расчетный метод

д) регистрационный метод

21. экспертный

22. *Среднюю пробу отбирают*

- a) из единичной партии товара
- b) из контрольной партии товара
- c) из однородной партии товара
- d) из сертифицированной партии

a) *Недостатком органолептического метода является громоздкость*

- b) сложность
- c) субъективность
- d) дороговизна

23. *Сенсорный анализ основан*

- a) на использовании информации, получаемой в результате анализа восприятия органов чувств
- b) на оценке качества продукта, проведенной дегустаторами с применением методов и условий, гарантирующих точность и воспроизводимость результатов
- c) на учете мнений высококвалифицированных специалистов
- d) корреляционной зависимости

a) *Определение содержания сухих веществ в томатопродуктах с помощью рефрактометра относится к*

- a) биохимическим методам
- b) физическим методам
- c) химическим методам
- d) технологическим методам

24. *Государственный контроль за безопасностью товаров осуществляет*

- a) Госгортехнадзор
- b) Госстандарт РФ
- c) Госстрой РФ
- d) Ростехрегулирование

Задание 1.

Окунь морской мороженный содержит белка 18,2%, жира 3,3% и углеводов 0,3%. Рассчитайте теоретическую и практическую ценность 100 г окуня.

Задание 2.

Контроль качества продукции.

Контрольные вопросы к экзамену для промежуточного контроля

1. Предмет и задачи товароведения.
2. Объекты и субъекты товароведной деятельности.
3. История формирования и развития товароведения.
4. Методы и принципы классификации.
5. Классификация товаров.
6. Ассортимент товаров
7. Кодирование товаров.
8. Общероссийские классификаторы.
9. Понятие о качестве товара.

10. Показатели качества товаров.
11. Отбор средней пробы.
12. Органолептический метод оценки качества.
13. Измерительные инструментальные методы оценки качества.
14. Контроль качества потребительских товаров.
15. Химический состав продовольственных товаров
16. Вода в пищевых продуктах
17. Минеральные элементы пищевых продуктов.
18. Кислоты пищевых продуктов.
19. Углеводы пищевых продуктов.
20. Азотистые вещества пищевых продуктов.
21. Липиды пищевых продуктов.
22. Ферменты пищевых продуктов.
23. Витамины пищевых продуктов.
24. Химический состав непродовольственных товаров.
25. Строение сырья и материалов.
26. Молекулярное строение исходных веществ.
27. Особенности структуры полимеров.
28. Дефекты структуры высокомолекулярных соединений.
29. Факторы, влияющие на качество товаров.
30. Консервирование пищевых продуктов.
31. Процессы, происходящие при хранении товаров.
32. Естественная убыль пищевых продуктов.
33. Условия хранения товаров.
34. Тара и упаковочные материалы.
35. Виды и формы товарной информации.
36. Средства товарной информации.
37. Производственная маркировка.
38. Торговая маркировка.
39. Информационные знаки.
40. Понятия, объекты, субъекты, цели экспертизы.
41. Виды экспертизы.
42. Методы экспертизы.
43. Фальсификация потребительских товаров.
44. Товарные знаки.
45. Знаки наименования мест происхождения товара.
46. Знаки соответствия и качества.
47. Штриховой код.
48. Компонентные знаки.
49. Эксплуатационные знаки.
50. Манипуляционные знаки.
51. Предупредительные знаки.
- Экологические знаки.

7.2. 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 текущую 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.

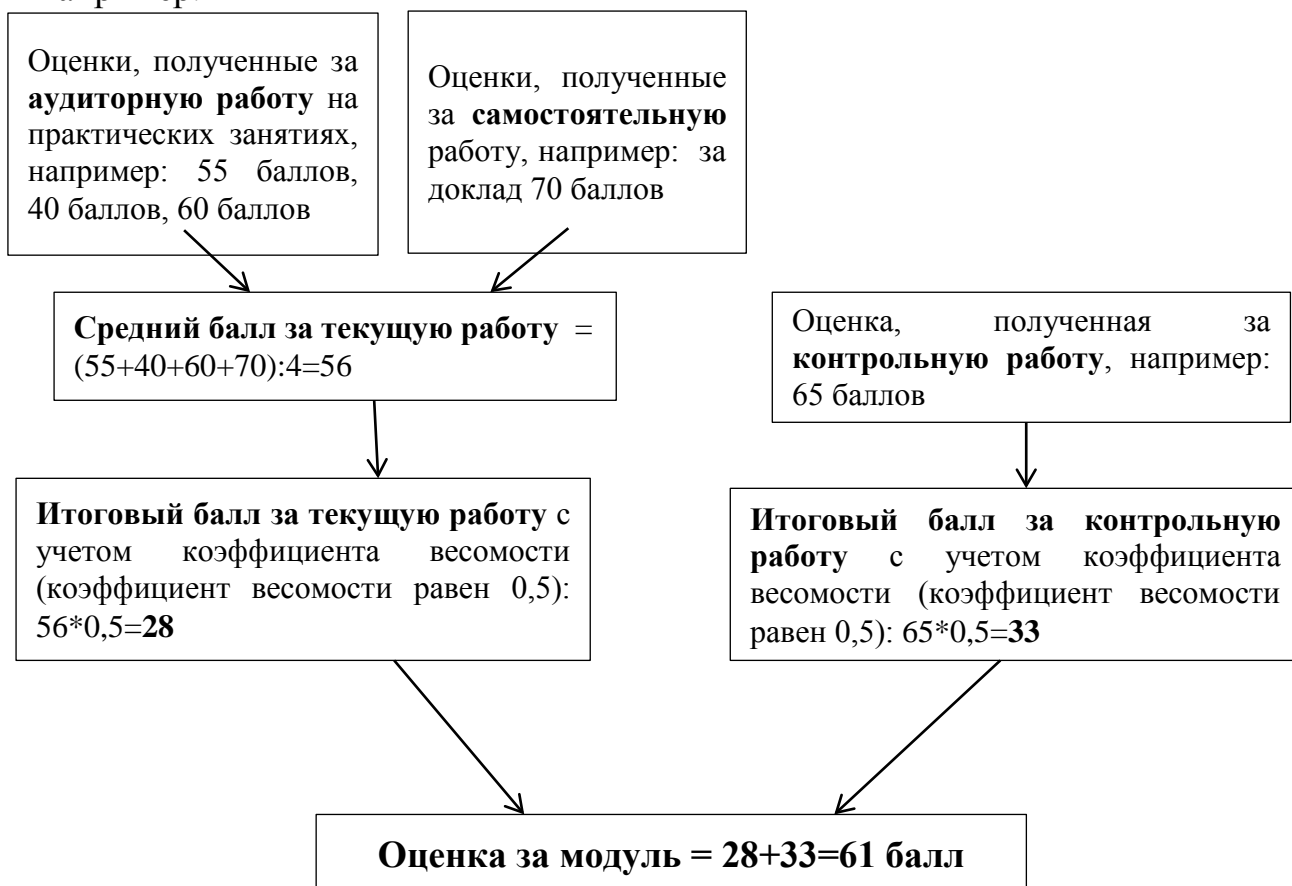
Контрольная работа за модуль также оценивается по 100-балльной шкале. Итоговый балл за контрольную работу определяется как произведение баллов за контрольную работу и коэффициента весомости.

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) адрес сайта курса: <http://edu.dgu.ru/course/view.php?id=1481>

б) основная литература:

1. Камалова Т. А. Товароведение: категории и методы: учеб.пособие для студентов направления подгот.: 38.03.02 - "Менеджмент" (профиль "Маркетинг"): 38.03.06 - "Торговое дело" (профиль "Коммерция") / Минобрнауки России, Дагест. гос. ун-т. - Махачкала: Изд-во ДГУ, 2014. - 71 с.
2. Минько Э.В. Товароведение и экспертиза товаров [Электронный ресурс] : учебное пособие / Э.В. Минько, А.Э. Минько. — Электрон.текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 373 с. — 978-5-4486-0017-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/70618.html>
3. Обеспечение качества товаров : учеб.пособие для студентов направление подгот. 38.03.02 - "Менеджмент" (профиль: "Маркетинг"), 38.03.06 - "Торговое дело" (профиль: "Коммерция") / [сост.: А.Ю.Юсупов, Т.А.Камалова]; Минобрнауки России, Дагест. гос. ун-т. - Махачкала : Изд-во ДГУ, 2015. - 120 с.

в) дополнительная литература:

1. Грибанова И.В. Товароведение [Электронный ресурс]: учебное пособие / И.В. Грибанова, Л.И. Первойкина. — Электрон.текстовые данные. — Минск: Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2016. — 360 с. — 978-985-503-581-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/67766.html>
2. Калачев С.Л. Товароведение и экспертиза товаров и экспертизы: учеб. для бакалавров. - 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт-Издат, 2015. – 463 с.
3. Николаева М.А. Товароведение и экспертиза товаров. – М.: Норма, 2013. – 448 с.
4. Попова Л.И. Товароведение и экспертиза в таможенном деле: учеб.пособие для вузов / Тюмен. гос. ун-т. - 3-е изд. - М.: Юрайт, 2017. - 227 с.

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

- 1) eLIBRARY.RU[Электронныйресурс]: электронная библиотека /Науч. электрон. б-ка. — Москва, 1999 - . Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>. - Яз. рус., англ.
- 2) Moodle[Электронный ресурс]: система виртуального обучением: [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 студентам учебной дисциплины «Товароведение и экспертиза товаров» 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.

Овладение дисциплины поможет студентам получить современные представления по проблемам насыщения рынка качественными товарами современного ассортимента, как отечественного производства, так и зарубежного, для обеспечения населения разнообразными продуктами питания, безопасными для здоровья.

Изучение дисциплины сводится к подготовке специалистов, обладающих знаниями, необходимыми для выполнения своей профессиональной деятельности, и, прежде всего, знанием товаров, а также процессов, формирующих качество этих товаров. Качество реализуемой продукции - главная проблема современного рынка, и ее изучение должно сводиться к совершенствованию технологии и ассортимента товаров, внедрению прогрессивных способов переработки, хранения и перевозки, использованию современных упаковочных материалов.

Преподавание товароведения должно формировать у студентов навыки в определении товарных и природных сортов, умение предвидеть возможные изменения качества продуктов в результате нарушения условий и сроков доставки, хранения, от несоответствия тары и упаковки.

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

Основной целью практических занятий является контроль за степенью усвоения пройденного материала, ходом выполнения студентами самостоятельной работы и рассмотрение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы практического занятия. Выполнение практических заданий способствует более глубокому изучению проблем, связанных с формированием и оценкой потребительских свойств, ассортимента товаров, приобретению навыков сравнительной характеристики их потребительной ценности. К каждому занятию студенты должны изучить соответствующий теоретический материал по учебникам и конспектам лекций. Ряд вопросов дисциплины, требующих авторского подхода к их рассмотрению (например, вопросы, связанные с организацией технического регулирования в Республике Дагестан), заслушиваются на практических занятиях в форме подготовленных студентами сообщений (10-15 минут) с последующей их оценкой всеми студентами группы. Для успешной подготовки устных сообщений на практических занятиях студенты в обязательном порядке, кроме рекомендуемой к изучению литературы, должны использовать публикации по изучаемой теме в журналах: «Российская торговля»,

"Швейная промышленность", "Кожевенно-обувная промышленность", "ПродИндустрия" и др.

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. Разработан учебный курс на электронной платформе Moodle.

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

На факультете управления Дагестанского государственного университета имеются аудитории (405 ауд., 419 ауд., 408 ауд., 434 ауд.), 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.