

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Товарный маркетинг

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 «Товарный маркетинг» 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.

Т.А. Камалова

Рабочая программа дисциплины одобрена:

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

Зав. кафедрой

С.С. Умаев
(подпись)

Умаев Ю.Д.

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

Председатель *Л.Г. Гашимова*
(подпись) Гашимова Л.Г.

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

Начальник УМУ

А.Г. Гасангаджиева

Гасангаджиева А.Г.

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Товарный маркетинг» 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 зачета.

Объем дисциплины 3 зачетных единиц, в том числе 108 академических часов по видам учебных занятий

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		
7	108	32	16		16			76	
								зачет	

1. Цели освоения дисциплины

Целями изучения дисциплины «Товарный маркетинг» являются:

- дать знания и привить навыки в области маркетинга потребительских товаров, необходимые для успешной профессиональной деятельности;
- приобретение студентами знаний, умений и навыков работы с нормативными документами с целью последующего их применения для решения проблем, возникающих в профессиональной 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 «Товарный маркетинг» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленности (профиля) «Маркетинг».

Дисциплина «Товарный маркетинг» базируется на знаниях основ технического регулирования, маркетинга, товароведения и экспертизы товаров. Изучение данной дисциплины должно предшествовать изучению таких дисциплин, как «Разработка управленческих решений», «Методы принятия управленческих решений» и других.

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	Знает: нормативные документы, определяющие качество, маркировку, упаковку, транспортирование и хранение товаров; структуру, назначение и правила маркировки товаров; требования к ней. 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. Владеет: навыками использования нормативно-правовых документов для контроля за качеством товаров.	Устный опрос, решение задач, написание рефератов, тестирование
	ПК-2.4. Разработка, внедрение и совершенствование системы маркетинговых коммуникаций в организации	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. 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; Владеет: методами проведения оценки и экспертизы качества	Устный опрос, решение задач, написание рефератов, тестирование

		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 3 зачетных единиц, 108 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: Маркетинг товаров растительного происхождения							
1	Тема 1.1. Зерномучные и плодоовощные товары	7	2	2		14	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка конспекта
2	Тема 1.2. Вкусовые и кондитерские товары	7	2	2		14	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий
	Итого по модулю	36	4	4		28	тестирование
Модуль 2: Маркетинг товаров животного происхождения							
4	Тема 2.1. Пищевые жиры и молочные товары	7	2	2		12	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
5	Тема 2.2. Мясные и рыбные товары	7	4	4		12	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
	Итого по модулю	36	6	6		24	тестирование
Модуль 3: Маркетинг непродовольственных товаров							
6	Тема 3.1. Одежно- обувные товары	7	2	2		8	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка

							конспекта.
7	Тема 3.2 Ювелирные и парфюмерно-косметические товары.	7	2	2		8	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
	Тема 3.3. Хозяйственные товары	7	2	2		8	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
	<i>Итого по модулю:</i>	36	6	6		24	тестирование
	ИТОГО:	108	16	16		76	

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

4.3.1. Содержание лекционных занятий по дисциплине.

Модуль 1: Маркетинг товаров растительного происхождения

Тема 1.1. Зерномучные и плодоовощные товары

Зерномучные товары. Крупы. Мука. Хлебобулочные изделия. Макароны изделия. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности их оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации. Маркетинговый анализ рынка данной товарной категории.

Плодоовощные товары. Свежие и переработанные плоды и овощи. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности их оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации. Маркетинговый анализ рынка данной товарной категории.

Тема 1.2. Вкусовые и кондитерские товары

Вкусовые товары. Чай. Кофе. Кофейные напитки. Пряности и приправы. Безалкогольные напитки. Алкогольные напитки. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности их оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации. Маркетинговый анализ рынка данной товарной категории.

Кондитерские товары. Крахмал и крахмалопродукты. Сахар. Кондитерские изделия. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности их оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации. Маркетинговый анализ рынка данной товарной категории.

Модуль 2: Маркетинг товаров животного происхождения

Тема 2.1. Пищевые жиры и молочные товары

Пищевые жиры. Жиры животные. Растительные масла. Маргариновая продукция. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности их оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации. Маркетинговый анализ рынка данной товарной категории.

Молочные товары. Молоко и сливки. Кисломолочные продукты. Масло

коровье. Сыры. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности их оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации. Маркетинговый анализ рынка данной товарной категории.

Тема 2.2. Мясные и рыбные товары

Мясные товары. Свежее мясо. Мясо птицы. Колбасные изделия. Мясные полуфабрикаты и кулинарные изделия. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности их оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации. Маркетинговый анализ рынка данной товарной категории.

Рыбные товары. Промысловые рыбы. Живая, охлажденная и мороженная рыба. Соленые, вяленые, сушеные и копченые рыбные продукты. Рыбные консервы и пресервы. Икра. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности их оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации. Маркетинговый анализ рынка данной товарной категории.

Модуль 3: Маркетинг непродовольственных товаров

Тема 3.1. Одежно-обувные товары

Текстильные, швейные, трикотажные, обувные, меховые товары. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности их оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации. Маркетинговый анализ рынка данной товарной категории.

Тема 3.2 Ювелирные и парфюмерно-косметические товары.

Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности их оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации. Маркетинговый анализ рынка данной товарной категории.

Тема 3.3. Хозяйственные товары

Электробытовые, стеклянные, керамические, мебельные товары, товары из пластических масс и бытовой химии. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности их оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации. Маркетинговый анализ рынка данной товарной категории.

4.3.2. Содержание практических занятий по дисциплине.

Модуль 1: Маркетинг товаров растительного происхождения

Тема 1.1. Зерномучные и плодоовощные товары

1. Мука и хлебобулочные изделия.
2. Макароны изделия.
3. Свежие овощи.
4. Фрукты.

Тема 1.2. Вкусовые и кондитерские товары

1. Чай и кофе.
2. Пряности и приправы.
3. Безалкогольные напитки. Алкогольные напитки.
4. Крахмал и крахмалопродукты. Сахар.
5. Кондитерские изделия

Модуль 2: Маркетинг товаров животного происхождения

Тема 2.1. Пищевые жиры и молочные товары

1. Жиры животные.
2. Растительные масла.
3. Молоко и сливки.
4. Кисломолочные продукты.
5. Масло коровье. Сыры.

Тема 2.2. Мясные и рыбные товары

1. Свежее мясо. Мясные субпродукты. Мясо птицы.
2. Колбасные изделия. Мясные полуфабрикаты и кулинарные изделия.
3. Классификация промысловых рыб. Живая, охлажденная и мороженая рыба.
4. Соленые, вяленые, сушеные рыбные продукты. Копченые рыбные продукты.
5. Рыбные консервы и пресервы. Икра.

Модуль 3: Маркетинг непродовольственных товаров

Тема 3.1. Одежно-обувные товары

1. Текстильные товары.
2. Швейные товары трикотажные.
3. Обувные товары.
4. меховые товары.

Тема 3.2 Ювелирные и парфюмерно-косметические товары.

1. Ювелирные товары.
2. Парфюмерные товары.
3. Косметические товары.

Тема 3.3. Хозяйственные товары

1. Электробытовые товары.
2. Стекланные и керамические товары.
3. Мебельные товары.
4. Товары бытовой химии.

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 кампаний;

- 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 «Товарный маркетинг» 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
Тема 1.1. Зерномучные и плодоовощные товары	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Подготовка наглядных пособий.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
Тема 1.2. Вкусовые и кондитерские товары	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Подготовка наглядных пособий.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата. Проверка заданий.
Тема 2.1. Пищевые жиры и молочные товары	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Подготовка наглядных пособий. Изучение ассортимента изучаемых групп товаров на потребительском рынке РД.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий.
Тема 2.2. Мясные и рыбные товары	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Изучение ассортимента изучаемых групп товаров на потребительском рынке РД.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий.
Тема 3.1. Одежно-обувные товары	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Подготовка наглядных пособий.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий.
Тема 3.2 Ювелирные и парфюмерно-косметические товары.	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Изучение ассортимента изучаемых групп товаров на потребительском рынке РД.	Опрос, оценка выступлений, защита реферата, проверка заданий.
Тема 3.3. Хозяйственные товары	Работа с учебной литературой. Подготовка реферата. Изучение ассортимента изучаемых групп товаров на потребительском рынке РД.	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,

закключение 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 ассортимента или качества отдельных групп или видов товаров; пути их совершенствования.
2. Анализ отдельных ассортиментных или качественных показателей товаров (например, широты и полноты ассортимента, или эстетических и др. свойств), возможности их улучшения.
3. Анализ экологичности и (или) безопасности отдельных групп или видов товаров, возможности их улучшения.
4. Анализ путей снижения потерь качества товаров.
5. Идентификация и фальсификация товаров, методы их оценки, значение в коммерческой деятельности.
6. Информация о товаре, целесообразность и возможности ее эффективность использования в коммерческой деятельности.
7. Конкурентоспособность товаров, ее значимость и методы оценки.
8. Маркировка товаров (отдельных групп или видов), её значимость и пути улучшения.
9. Номенклатура показателей качества товаров, возможности и методы их использования при оценке потребительских предпочтений.
10. Объективные методы оценки показателей качества товаров и возможности их совершенствования.
11. Органолептические методы оценки показателей качества товаров и возможности их совершенствования.
12. Потребительская экспертиза товаров и возможности ее использования в коммерческой деятельности.
13. Субъективные методы оценки показателей качества товаров и возможности их совершенствования.
14. Товар как объект коммерческой деятельности, особенности его обмена в условиях административно-распределительной и рыночной экономики.
15. Товарная политика предприятия и методы ее формирования.
16. Товарный знак, его значимость и функции.

17. Товароведная и торговая классификации товаров, возможности и примеры их использования в коммерческой деятельности; пути совершенствования.
18. Упаковка товаров (отдельных групп или видов) и пути её улучшения.
19. Хранение товаров (отдельных групп или видов) и пути его улучшения.
20. Внедрение методов управления качеством продукции на предприятиях среднего и малого бизнеса.
21. Исследование научно-методических основ управления качеством продукции в условиях рыночной экономики.
22. Исследование путей решения региональных проблем управления качеством продукции, услуг, окружающей среды.
23. Исследование управления качеством продукции за рубежом.

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

Образец тестового задания по второму модулю

Вариант 1

1. *Содержание жира в семенах масличных культур составляет*
 - a) 25 - 40%
 - b) 40 - 55%
 - c) 55-65%
 - d) 65 - 70%
2. *Масса, остающаяся после прессования, называется*
 - a) жмых
 - b) мятка
 - c) шрот
 - d) мезга
3. *При гидратации из масла удаляют*
 - a) белковые и слизистые вещества
 - b) красящие вещества
 - c) свободные жирные кислоты
 - d) ароматические вещества
4. *В качестве консервантов в состав маргарина входят*
 - a) фенольные соединения
 - b) аскорбиновая, лимонная, бензойная кислоты
 - c) диацетил, каротин
 - d) флавоноиды, гликозиды, алколоиды
5. *Какими веществами обусловлена кислотность маргарина*
 - a) неорганическими кислотами
 - b) органическими кислотами
 - c) низкомолекулярными кислотами
 - d) свободными жирными кислотами
6. *Перечислить витамины, входящие в состав жиров.*
 - a) А, В, С
 - b) А, Е, Д
 - c) С, РР, Р

d) A, C, P

7. *СОМО молока определяется*

a) как разность между содержанием сухих веществ и содержанием жира (в процентах)

b) по количеству щелочи, израсходованной на титрование

c) содержанием сухих веществ в молоке

d) содержанием остаточной влаги

8. *Кисломолочные продукты получают*

a) прессованием или экстрагированием

b) сепарированием

c) термостатным или резервуарным способом

d) гидрогенизацией

9. *Более выраженный желтый цвет летнего сливочного масла обусловлен высоким содержанием*

a) витамина А

b) жира

c) свободных жирных кислот

d) низкомолекулярных кислот

10. *Сыр Голландский относится к*

a) мягким сырам

b) рассольным сырам

c) плавленым сырам

d) твердым сырам

11. *Какие минеральные вещества наиболее характерны для молока?*

a) Fe, Na

b) I, Br

c) K, F

d) Ca, P

12. *Какое молоко имеет более высокую плотность?*

a) 2,5% жирности

b) 3% жирности

c) 3,2% жирности

d) 6% жирности

13. *К животным топленым жирам относятся*

a) говяжий, бараний, свиной жир

b) кулинарный жир и маргарин

c) топленое и сливочное масло

d) рапсовое и оливковое масло

14. *Продуктом молочно-кислого и спиртового брожения является*

a) кефир

b) простокваша

c) ряженка

d) варенец

15. *Нутровка туш – это*

a) отделение конечностей

- b) извлечение желудочно-кишечного тракта
- c) разделение туши на полутуши
- d) съём шкуры

16. *Делится ли говядина на сорта?*

- a) да
- b) нет

17. *Полуфабрикаты, приготовленные из мясного фарша, с добавлением муки, пряностей, яиц, соли называются*

- a) натуральными
- b) панированными
- c) порционные
- d) рублеными

18. *Полноценными белками мяса являются*

- a) казеин и глиадин
- b) коллаген и эластин
- c) зеин, гемоглобин
- d) миоглобин и миоальбумин

19. *Какие виды колбас подвергаются обжарке?*

- a) варено-копченые
- b) вареные
- c) сырокопченые
- d) ливерные

20. *К частиковым рыбам относятся*

- a) карп, сазан, судак, щука
- b) сельдь, салака, килька, тюлька
- c) стерлядь, севрюга, белуга
- d) осетр, лосось, форель

21. *По содержанию минеральных веществ богаче*

- a) морские рыбы
- b) пресноводные рыбы
- c) проходные рыбы
- d) полупроходные

22. *Глазирование рыбы используется для*

- a) повышения пищевой ценности рыбы
- b) предохранения рыбы от усушки и окисления жира
- c) придания привлекательного внешнего вида
- d) предохранения от плесневения

23. *Клиффиск – это*

- a) пресно-сушеная рыба
- b) соленая рыба
- c) копченая рыба
- d) солено-сушеная рыба

24. *Какие способы копчения рыбы применяют?*

- a) горячий и холодный
- b) естественный и искусственный

- c) сухой и мокрый
- d) простой и сложный

25. *Для каких рыб применяется глазировка?*

- a) для жирных
- b) для скоропортящихся
- c) охлажденных
- d) соленых

26. *К субпродуктам второй категории относятся*

- a) печень
- b) сердце
- c) уши
- d) язык говяжий

27. *К какому семейству относится каспийский злом?*

- a) к карповым
- b) к лососевым
- c) к сельдевым
- d) осетровым

Задание 1.

После высушивания 10,42 г любительского масла его масса составляла 8,36 г. Рассчитать содержание жира в %, если СОМО составляет 2%.

Задание 2.

Товароведная характеристика маргарина.

Вариант 2

1. *Перед прессованием масличные семена подвергают обжарке для*

- a) дезодорации масла
- b) нейтрализации свободных жирных кислот
- c) удаления красящих веществ
- d) увеличения выхода масла

2. *Содержание жира в шроте составляет*

- a) 5 – 7%
- b) 7 – 10%
- c) свыше 10%
- d) до 1%

3. *При нейтрализации из масла удаляют*

- a) белковые и слизистые вещества
- b) красящие вещества
- c) ароматические вещества
- d) свободные жирные кислоты

4. *Сущность гидрогенизации жиров заключается*

- a) в образовании свободных радикалов
- b) в присоединении водорода по месту двойных связей
- c) во взаимодействии жирных кислот с щелочами
- d) в присоединении воды

5. Как влияют непредельные жирные кислоты, входящие в состав жиров, на свойства жиров?

- a) не влияют
- b) повышают температуру плавления
- c) понижают температуру плавления
- d) ухудшают цвет

6. Какие жирные кислоты относятся к полиненасыщенным незаменимым?

- a) линоленовая, линолевая, арахидоновая
- b) масляная, пропионовая, изоамиловая
- c) пальмитиновая, стеариновая
- d) яблочная, винная, лимонная

7. К бактерицидным веществам молока относятся

- a) ацетилсалициловая и бензойная кислоты
- b) иммунные тела и гормоны
- c) казеиново-кальциевые соли
- d) низкомолекулярные кислоты

8. Гомогенизация молока

- a) заключается в снижении или повышении содержания в нем жира или сухих обезжиренных веществ
- b) это его пастеризация при температуре 65° С в течение 30 мин
- c) это его стерилизация
- d) это интенсивная механическая обработка молока с целью раздробления жировых шариков

9. Содержание жира в топленом масле

- a) не менее 68%
- b) не менее 78%
- c) не менее 88%
- d) не менее 98%

10. Чем отличается по химическому составу кефир от обыкновенной простокваши?

- a) содержанием витамина С
- b) содержанием молочной кислоты
- c) содержанием жира
- d) содержанием спирта

11. Чем отличаются кисломолочные продукты, полученные гомоферментативным способом, от продуктов, полученных гетероферментативным способом?

- a) видами брожения
- b) методами пастеризации
- c) способами гомогенизации
- d) методами ароматизации

12. Масло-какао относится к

- a) к жидким животным жирам
- b) к жидким растительным маслам

- c) твердым животным жирам
 - d) твердым растительным жирам
13. Основным сырьем для производства маргарина является
- a) саломас
 - b) сливочное масло
 - c) топленое масло
 - d) свиной жир
14. Какой из перечисленных ниже продуктов не является кисломолочным?
- a) сливки
 - b) сметана
 - c) творог
 - d) простокваша
15. Сократительная способность мышечного волокна обусловлена
- a) миофибриллами
 - b) сарколеммой
 - c) эндомиоцием
 - d) саркоплазмой
16. Съедобные внутренние органы называются
- a) бужениной
 - b) полуфабрикатами
 - c) субпродуктами
 - d) корейкой
17. Наименьшее количество влаги содержат
- a) вареные колбасы
 - b) копченые колбасы
 - c) полукопченые колбасы
 - d) ливерные колбасы
18. К субпродуктам первой категории относятся
- a) голова, легкое, трахея
 - b) печень, сердце
 - c) рубец, сычуг
 - d) легкие, трахея
19. Как изменяется пищевая ценность при стерилизации мясных консервов?
- a) не изменяется
 - b) повышается
 - c) снижается
20. К миофибрилярными белками рыбы относятся
- a) глобулин, миоальбумин
 - b) коллаген, эластин
 - c) зеин, казеин
 - d) миозин, актин
21. К какому семейству относится форель?
- a) карповых

- b) лососевых
- c) осетровых
- d) сельдевых

22. *Рыбы каких семейств созревают при посоле?*

- a) осетровые и карповые
- b) сельдевые и лососевые
- c) тресковые и камбаловые
- d) окуневые и скумбриевые

23. *Рыбу холодного копчения коптят при температуре, не превышающей*

- a) 40° C
- b) 50° C
- c) 55° C
- d) 60° C

24. *Чем отличаются консервы от пресервов?*

- a) по используемому сырью
- b) по содержанию основных питательных веществ
- c) упаковкой
- d) температурными режимами обработки

25. *Основными белками соединительной ткани мяса являются*

- a) коллаген и эластин
- b) миоген и миоальбумин
- c) миоглобин и глобулин
- d) зеин и глобулин

26. *Температура хранения охлажденного мяса*

- a) от 0 до -1,5° C
- b) от 0 до 3° C
- c) от 3 до 5° C
- d) от -5 до -10° C

27. *Рыбы каких семейств пригодны для живорыбной торговли?*

- a) карповых
- b) осетровых
- c) сельдевых
- d) окуневых

Задание 1.

После высушивания 10,5 г крестьянского масла его масса составила 7,45 г. Рассчитать содержание жира в %, если СОМО составляет 2%.

Задание 2.

Товароведная характеристика сыров.

Вариант 3

1. *Для экстрагирования при получении растительных масел используется*

- a) бензин
- b) вода
- c) перегретый пар
- d) хлороформ

2. *Содержание жира в жмыхе составляет*
- a) 5 – 7%
 - b) 7 – 10%
 - c) до 1%
 - d) свыше 10%
3. *Саломас получают путем*
- a) гидратации
 - b) гидрогенезации
 - c) нейтрализации
 - d) стерилизации
4. *Какие физические показатели отражают усвояемость жиров?*
- a) плотность
 - b) температура плавления
 - c) удельная теплоемкость
 - d) цвет
5. *Каким способом очистки подвергают рафинированное дезодорированное масло?*
- a) гидратации, нейтрализации, дезодорации
 - b) гидрогенезации, омылению, окислению
 - c) прессованию и экстрагированию
 - d) только механической очистке
6. *Как отличить рафинированное растительное масло от нерафинированного?*
- a) по органолептическим признакам
 - b) по составу жирных кислот
 - c) по числу омыления
 - d) по влажности
7. *Цельным называют*
- a) молоко, обогащенное белками и витаминами
 - b) молоко, полученное из сухого молока
 - c) нормализованное или восстановленное молоко
 - d) пастеризованное молоко
8. *Творог получают*
- a) кислотно-сычужным и кислотным способами
 - b) прессованием и экстрагированием
 - c) термостатным и резервуарным способами
 - d) сублимацией
9. *Сыр брынза относится к*
- a) мягким сырам
 - b) рассольным сырам
 - c) твердым сырам
 - d) плавленым сырам
10. *Отличительной особенностью жирнокислотного состава молочного жира является преобладание*
- a) непредельных жирных кислот

- b) низкомолекулярных непредельных жирных кислот
 - c) предельных жирных кислот
 - d) ароматических кислот
11. *В процессе неправильного хранения кислотность молока*
- a) не изменяется
 - b) увеличивается
 - c) уменьшается
12. *Основными методами получения растительных масел являются*
- a) дезодорация и гидратация
 - b) отбеливание и нейтрализация
 - c) прессование и экстрагирование
 - d) сублимация и конвекция
13. *Основным белком молока является*
- a) казеин
 - b) миоген
 - c) эластин
 - d) миоальбумин
14. *Убойный выход - это*
- a) масса разделанной туши животного
 - b) массы живого животного со скидкой 3% на содержание желудочно-кишечного тракта
 - c) масса живого животного
 - d) отношение убойной массы скота к его живой массе
15. *Говядина – это мясо*
- a) волов и коров в возрасте до трех лет
 - b) волов и коров в возрасте от трех лет и старше
 - c) крупного рогатого скота
 - d) волов и коров в возрасте до года
16. *Птица, у которой удален кишечник, называется*
- a) полупотрошенной
 - b) потрошенной
 - c) разделанной
 - d) формованной
17. *Наибольшие сроки хранения имеют*
- a) вареные колбасы
 - b) копченые колбасы
 - c) полукопченые колбасы
 - d) ливерные колбасы
18. *Пернатую дичь классифицируют по*
- a) месту обитания
 - b) по возрасту
 - c) по упитанности
 - d) по способу разделки
19. *Рыбы, обитающие в море, а для нереста уходящие в реки, называются*

- a) морские
- b) полупроходными
- c) проходными
- d) пресноводные

20. *В рыбьем жире преобладают*

- a) линолевая и арахидоновая кислоты
- b) олеиновая и масляная кислоты
- c) пальмитиновая и стеариновая кислоты
- d) уксусная, масляная

21. *Каспийская вобла относится к семейству*

- a) карповых
- b) окуневых
- c) сельдевых
- d) осетровых

22. *Среднесоленой считают рыбу с содержанием соли*

- a) 10 – 14%
- b) 6 - 8%
- c) 2 – 6%
- d) 6 – 10%

23. *В процессе изготовления созревает*

- a) вяленая рыба
- b) солено-сушеная рыба
- c) сушеная рыба
- d) мороженая рыба

24. *Какие способы посола рыбы применяются?*

- a) горячий и холодный
- b) естественный и искусственный
- c) сухой и мокрый
- d) простой и сложный

25. *Каким клеймом маркируют говядину первой категории?*

- a) квадратным
- b) круглым
- c) овальным
- d) ромбовидным

26. *К какому виду относят рыбы с содержанием жира от 8 до 15%?*

- a) жирной
- b) особо жирной
- c) среднежирной
- d) нежирной

27. *К гастрономическим товарам относят*

- a) зерномучные и мясные товары
- b) крупы, мука, макаронные изделия, сахар, чай, пряности и др.
- c) сыры, колбасы, консервы, молочные продукты, алкогольные напитки
- d) генетически модифицированные товары

Задание 1.

После высушивания 10 г вологодского масла его масса составила 8,5 г. Рассчитать содержание жира в %, если СОМО составляет 2%.

Задание 2.

Товароведная характеристика колбасных изделий.

Контрольные вопросы к зачету для промежуточного контроля

1. Текстильные товары. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
2. Швейные товары. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
3. Трикотажные товары. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
4. Обувные товары. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
5. меховые товары. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
6. Электробытовые товары. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
7. Стекланные товары. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
8. Керамические товары. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
9. Мебельные товары. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
10. Товары бытовой химии. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
11. Характеристика материалов, используемых для ювелирных изделий.
12. Классификация ювелирных изделий.
13. Парфюмерные товары. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.

- 14.Косметические товары. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
- 15.Зерно и крупы. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
- 16.Мука и хлебобулочные изделия. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
- 17.Макаронные изделия. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
- 18.Свежие овощи. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
- 19.Плоды. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
- 20.Чай и кофе. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
- 21.Пряности и приправы. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
- 22.Безалкогольные напитки. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
- 23.Алкогoльные напитки. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
- 24.Крахмал и крахмалопродукты. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
- 25.Сахар. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
- 26.Кондитерские изделия. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
- 27.Состав и физико-химические свойства жиров.
- 28.Жиры животные. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.

- 29.Растительные масла. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
- 30.Маргариновая продукция. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
- 31.Молоко и сливки. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
- 32.Кисломолочные продукты. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
- 33.Масло коровье. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
- 34.Сыры. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
- 35.Свежее мясо. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
- 36.Мясные субпродукты. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
- 37.Мясо птицы. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
- 38.Колбасные изделия. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
- 39.Мясные полуфабрикаты и кулинарные изделия. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
- 40.Классификация промысловых рыб.
- 41.Живая, охлажденная и мороженная рыба. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
- 42.Соленые, вяленые, сушеные рыбные продукты. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
- 43.Копченые рыбные продукты. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.
- 44.Рыбные консервы и пресервы. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки,

упаковки, хранения и реализации. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.

45.Икра. Классификация, ассортимент, основные показатели качества, особенности оценки, идентификации, маркировки, упаковки, хранения и реализации.

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

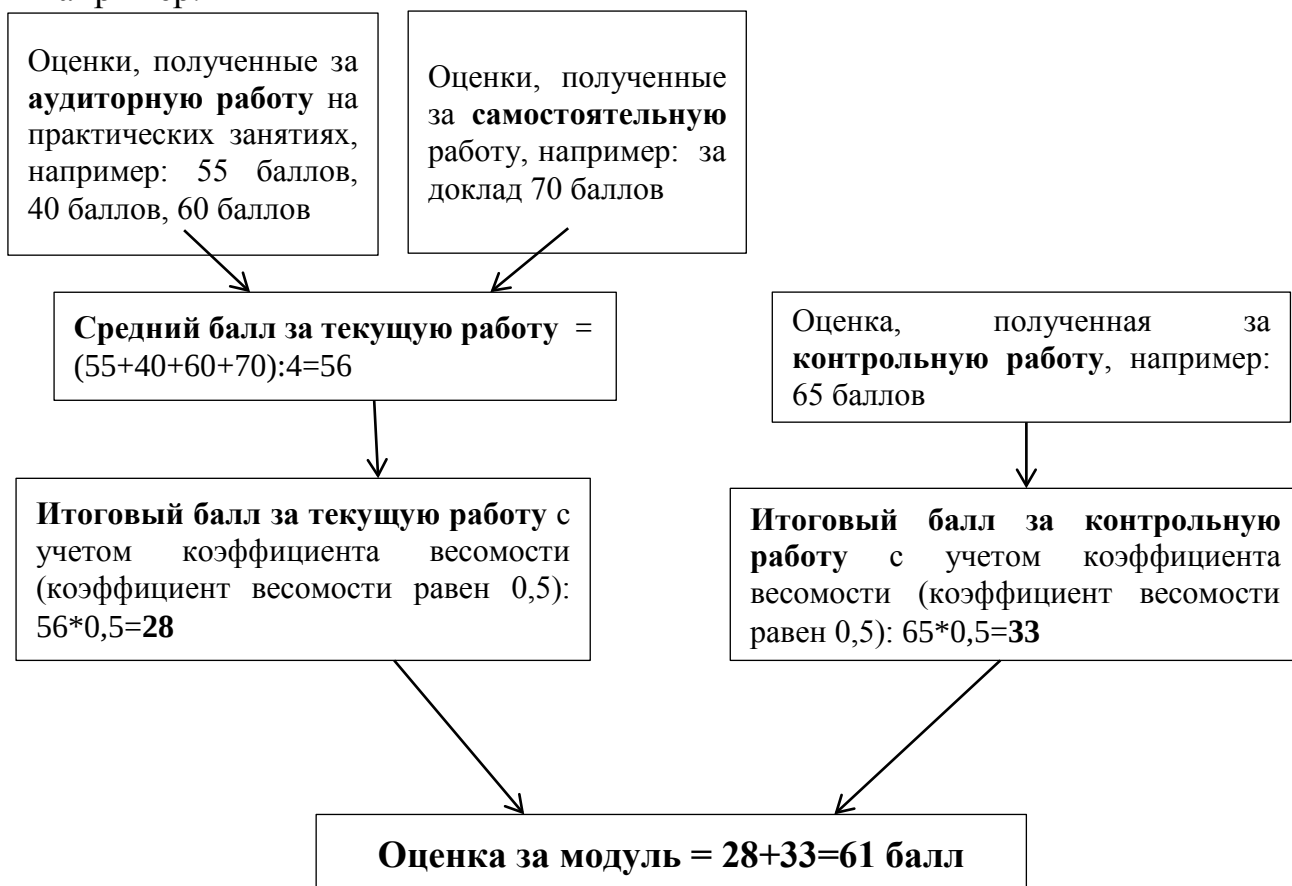
«66-85 баллов» - студент дает почти полные ответы на поставленные вопросы с небольшими проблемами в изложении. Делает самостоятельные выводы, имеет собственные суждения.

«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 по дисциплине в «зачтено»
или «не зачтено»

Итоговая сумма баллов по дисциплине по 100-балльной шкале	Оценка по дисциплине
0-50	Не зачтено
51-100	Зачтено

Например:



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

а) адрес сайта курса: <http://edu.dgu.ru/course/view.php?id=1463>

б) основная 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. 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. Синяева, И. М. Маркетинг в предпринимательской деятельности: учебник / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев; под редакцией Л. П. Дашкова. — 6-е изд. — Москва: Дашков и К, 2019. — 266 с. — ISBN 978-5-394-03160-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85276.html> (дата обращения: 24.04.2021). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

4. Умавов Ю.Д., Камалова Т.А. Основы маркетинга. – М.: КноРус, 2015. – 240 с.

в) дополнительная литература:

1. Алексунин В. А. Маркетинг: учебник. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2016. - 199 с.

2. Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: учебное пособие. - М.: Дашков и Ко, 2016, 2014. – 150 с.

3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник для бакалавров / А. Л. Абаев, В. А. Алексунин, М. Т. Гуриева [и др.]; под редакцией А. Л. Абаева, В. А. Алексунина, М. Т. Гуриевой. — Москва: Дашков и К, 2019. — 434 с. — ISBN 978-5-394-03141-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/85388.html> (дата обращения: 24.04.2021). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

4. Обеспечение качества товаров: учеб. пособие для студентов направления 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.

5. 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 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 студентам учебной дисциплины «Товарный маркетинг» 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 товарного маркетинга 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», "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 Power Point, использовать наглядные, иллюстрированные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, пакет прикладных обучающих программ, а также электронные ресурсы сети Интернет.