

Некоммерческое партнерство
«ИНСТИТУТ НЕПРЕРЫВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ»
(НП «ИНО»)

УТВЕРЖДЕНА

Решением Ученого совета

Протокол № 12/03

от 31/08/2015 г

Ректор НП «ИНО»
В.Д.Бушуев
«31 августа» 2015 г



**Программа
дополнительного образования
(курсовой подготовки)**

ДИСЦИПЛИНЫ

КОММЕРЧЕСКОЕ ТОВАРОВЕДЕНИЕ И ЭКСПЕРТИЗА

По направлению «Маркетинг»

Тула 2015

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ КУРСА. ЕГО МЕСТО В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

Дисциплина “Коммерческое товароведение и экспертиза ” призвана формировать у слушателей фундаментальные знания по важнейшим разделам товароведения, относящимся к качеству товаров, квалиметрической оценке качества, сертификации, стандартизации товаров, а также их конкурентоспособности. Формируются сведения о тех важных потребительских свойствах товаров, которые непосредственно влияют на их конкурентоспособность и экономическую эффективность. Ставится задача сформировать у слушателей знания по взаимосвязи основных квалиметрических показателей качества товаров с результатами маркетинговой деятельности, экономикой фирмы и функционированием маркетинга.

Изучение дисциплины включает курс лекций, практические занятия, выполнение индивидуальных заданий и рефератов. Организуются экскурсии на предприятия различных форм собственности, на которых внедрены передовые методы контроля качества, включая элементы квалиметрических методов оценки качества, накоплен опыт успешной маркетинговой деятельности с учетом повышения конкурентоспособности товаров благодаря повышению качества, внедрению новых стандартов и сертификатов.

Курс «Коммерческое товароведение и экспертиза» широко использует знания из области статистики, из курса «Основы маркетинга» и из других курсов. В свою очередь курс «Коммерческое товароведение и экспертиза» важен для нескольких разделов курсов «Маркетинг», «Маркетинговые исследования» и других.

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.

Тема 1: сущность и содержание коммерческого товароведения и экспертизы /КТЭ/. Товары, их классификация и кодирование.Ассортимент товаров.

- 1.1. Сущность и основные разделы КТЭ. Краткая история развития КТЭ.
- 1.2. Общая характеристика и классификация товара. Ассортимент товаров
- 1.3. Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности как универсальный классификатор товаров
- 1.4. Значение и виды классификации товаров
- 1.5. Система классификации в товарной номенклатуре.
- 1.6. Штриховое кодирование товаров.

План семинарских и практических занятий по теме.

Обсуждение и опрос по теме. Презентации схем, таблиц, диаграмм, формул и др. материалов с помощью совокупности проекторов. Практический анализ современных фирменных каталогов, сертификатов .

Тема 2. Показатели качества товаров и их коммерческое значение.

- 2.1. Понятие о качестве товаров и взаимосвязи качества с экономическими показателями. Потребительские показатели качества . Показатели назначения: социальные, классификационные, функциональные. Показатели надежности в потреблении. Показатели эргономические, эстетические, безопасности потребления и экологические. Номенклатура основных показателей качества
- 2.2. Квалиметрические показатели качества товаров и их экономическая оценка. Измеримые и неизмеримые показатели. Базовые значения показателей. Методы оценки. Дифференциальный метод. Комплексный метод. Измерительно-расчетный метод. Экспертный метод оценки. Социологический метод.

2.3. Статистические методы анализа качества и их экономическое значение. Диаграмма Парето. Причинно-следственная диаграмма. Гистограмма. Диаграмма разброса. Контрольная карта. Метод расслоения. Графики.

2.4. Факторы, которые влияют на качество товаров. Контроль качества товаров.

Классификация методов контроля качества и их сравнительная оценка – преимущества и недостатки. Информация о качестве. Дефекты товаров.

2.5. Конкретные примеры показателей качества в ассортименте некоторых групп товаров по опыту передовых товаропроизводящих и торговых фирм.

Тема 3. Управление качеством и обеспечение качества товаров и услуг.

3.1. Этапы возникновения и развития управления качеством товаров.

3.2. Принципы обеспечения качества и управления качеством товаров. «Модели качества».

3.3. Функции управления качеством. Политика в области качества. Планирование качества. Обучение и мотивация персонала. Разработка мероприятий по улучшению качества товаров. Реализация мероприятий. Взаимодействие с внешней средой по вопросам качества.

3.4. Понятие о создании систем качества и их внедрении в торговле.

3.5. Конкретные примеры управления качеством и ассортиментом в передовых товаропроизводящих и торговых фирм.

Тема 4. Товароведные аспекты конкурентноспособности товаров.

4.1. Понятие конкурентноспособности товара

4.2. Оценка конкурентноспособности товара

4.3. Некоторые направления повышения конкурентноспособности товара

4.4. Конкретные примеры деятельности в области повышения конкурентноспособности по опыту передовых товаропроизводящих и торговых фирм.

Тема 5. Сертификация и стандартизация товаров и услуг и их значение в коммерческой деятельности. Понятие о международных стандартах. Федеральные законы по стандартизации и сертификации.

5.1. Понятие и преимущества сертификации товаров и услуг. Понятие о метрологии.

5.2. Этапы и правила проведения сертификации продукции.

5.3. Правила применения знака соответствия при обязательной сертификации.

5.4. Международный опыт *и сотрудничество по* сертификации и стандартизации качества и метрологии.

5.5. Международная стандартная классификация видов экономической деятельности.

5.6. Стандартная классификация основных продуктов.

5.7. Международная стандартная торговая классификация.

5.8. Федеральные законы о сертификации и стандартизации. Госконтроль и надзор за соблюдением требований стандартов и норм.

5.9. Конкретные примеры деятельности в области сертификации передовых товаропроизводящих и торговых фирм.

Тема 6. Экспертиза качества товаров и услуг. Роль экспертизы в коммерческой деятельности.

6.1. Понятие, цели и задачи экспертизы

- 6.2. Объекты и субъекты экспертизы товаров.
- 6.3. Средства и методы экспертизы.
- 6.4. Организация проведения экспертизы товаров.
- 6.5. Примеры экспертиз, сертификатов и рекламаций на некоторые группы товаров /преимущественно личного потребления и преимущественно промышленного назначения/.

Тема 7. Основные инновационно-технологические направления совершенствования товаров и технологии их изготовления.

- 7.1. Сущность и основные направления НТП \научно-технический прогресс\ в товарной промышленности и торговле
- 7.2. Прогрессивные технологические процессы при изготовлении товаров
- 7.4. Понятие об инновационной деятельности на предприятии
- 7.3. Понятие о НТП в проектировании и строительстве предприятий торговли. Новая тара для товаров.
- 7.5. Опыт совершенствования товаров на базе НТП передовыми товаропроизводителями и торгующими фирмами

План семинарских и практических занятий по теме.

Обсуждение и опрос по теме. Презентации схем, таблиц, диаграмм, формул и др. материалов с помощью совокупности проекторов. Практический анализ современных фирменных каталогов, которые связаны с инновационными товарами.

3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЧАСОВ ПО ТЕМАМ И ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ

Номер темы	Лекции	Практические занятия
1.	0,5	0,5
2.	0,5	0,5
3.	1	1
4.	1	1
5.	1	1
6.	1	1
7.	1	1
ИТОГО	6	6

4. ЛИТЕРАТУРА

Основная

- 1. Коммерческое товароведение и экспертиза: Учебн. пособие для вузов \Г.А.Васильев, Л.А.Ибрагимов, Н.А.Нагапетьянц и др.; Под ред. Г.А.Васильева и Н.А.Нагапетьянца. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997.-135 с.
- 2. Красовский П.А., Ковалев А.И., Стрижов С.Г. Товар и его экспертиза.-М.: Центр экономики и маркетинга, 1999.-240 с.
- 3. Маркетинг: Учебник. / Под ред. А.Н.Романова. - М.: Изд. объединение ЮНИТИ, 1995
- 4. Маркетинг: Учебно-практическое пособие. 2-е дополн. и перераб. изд. / Беляевский И.К., Данченко Л.А. и др. - Под рук. И.К.Беляевского. - Моск. гос. ун-т экономики, статистики и информатики. Ин-т дистанционного обучения. - М.: 1998.
- 5. Николаева М.А. Товароведение потребительских товаров. Теоретические основы. Учебник для вузов.-М.: Изд.НОРМА, 1998.-283 с.

6. Огвоздин В.Ю. Управление качеством. Основы теории и практики: Учебное пособие.-М.: Изд. «Дело и сервис», 1999.-160с.
7. Сергеев А.Г., Латышев М.В. Сертификация. Учебное пособие. М., ЛОГОС, 2000 г.-248с .
8. Сертификация продукции и услуг.-М.: «Деловой альянс», 1999-176
9. Управление качеством. Учебник для вузов. Ильенкова С.Д. и др.-М.: Банки и биржи, ЮНИТИ. 1999.
10. Федеральный закон « О сертификации продукции и услуг».
11. Федеральные законы «О стандартизации», «О внесении изменений и дополнений в законы о стандартизации и сертификации».

Дополнительная

12. Васильева И.Н. Экономические основы технологического развития. Учеб. Пособие для вузов.- М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1995.-160 с.
13. Гончарова Н.П., Перерва П.Г. и др. Маркетинг инновационного процесса: Учебное пособие.-К.: «ВИРА» -1998.-267с
14. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов \Ильенкова С.Д., Гохберг Л.М., Ягудин С.Ю и др.; Под ред Ильенковой С.Д.-М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1977.-277 с.
15. Законы Российской Федерации «О сертификации продукции и услуг», «О стандартизации» \Постатейные комментарии Парция Я.Е.-Международный центр финансово-экономического развития, 1996.-11 с.
16. Замосковский О.П. Система международных экономических стандартов. Курс лекций \ МЭСИ. М.: 1998.-160 с.
17. Заславский М.Л. Комплексная автоматизация и промышленные товары М.: ВИНТИ РАН.-1992 г.
18. Заславский М.Л. Методические указания и программы по курсам «Основы товароведения и технологии производства», «Коммерческое товароведение и экспертиза», «Квалиметрия». Проблемы качества в маркетинге. М.: -МЭСИ. 1992-1999.
19. Котлер Ф. Основы маркетинга. -М.: Прогресс, 1991.-734с.
20. Лавров С.Н., Злобин С.Ю. Основы маркетинга промышленных объектов.-М.- Внешторгиздат, 1989.-216 с.
21. Моисеева Н.К., Анискин Ю.П. Современное предприятие: конкурентоспособность, маркетинг, обновление. М.: , Внешторгиздату 1993. 220 с.
22. Морозов Ю.Д., Бобков В.П. Качество, надежность и эффективность экономических информационных систем. Учебное пособие \ МЭСИ.-М.: 1996 .-168 с.
23. Николаева М.А. Товарная экспертиза. Учебник для вузов.-М.: Изд. Дом «Деловая литература», 1998.-288 с.
24. Основы технологии важнейших отраслей промышленности \ в двух частях \. Под ред. И.В. Ченцова. Учебник. Ми.: « Высшая школа». 1990.
25. Оголева Л.Н., Радиковский В.М. Инновационная деятельность предприятия. Учебное пособие. М.: Финансовая академия. 1997.-139 с.
26. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности. Учебник.-М.: Информационно-внедренч. центр «Маркетинг», 1999.-292 с.
27. Сертификация пищевых продуктов и продовольственного сырья в Российской Федерации.-М.: , «Ось», 1996.-192 с.
28. Справочник товароведов в трех томах \Богатырева Т.Г., Грызанов Ю.П., Задесенец Е.Е. и др.-М.: Экономика, 1990 .-400 с.
29. Сертификация и рынок. Серия брошюр.-М.: Колос, 1992

30.Алексеев Н.С.,Ганцов Ш.Т.,Кутянин Г.И. Теоретические основы товароведения непродовольственных товаров:Учебник для ВУЗОВ.М.: Экономика,1988.

31.Товароведение промышленных товаров:Краткий курс /Учебник по специальности бухучет/.М.: Экономика,1990.

5. Материально-техническое обеспечение

Занятия по дисциплине проводятся в компьютерных классах, с использованием технических средств обучения.

6. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

В процессе преподавания дисциплины **лекционный материал** преподносится в различных формах с использованием средств мультимедийной техники (с демонстрацией цифрового материала, выходом в Интернет для иллюстрации тех или иных вопросов, связанных с менеджментом). Обсуждение проблем, выносимых на практические занятия, происходит, как в традиционной форме контроля текущих знаний, так и в форме дискуссий по наиболее актуальным вопросам.

Практические занятия проводятся в целях: выработки практических умений и приобретения навыков.

Цель практических занятий – закрепить отдельные аспекты и проблемы в дополнение к лекционному материалу.

На практических занятиях для закрепления учебного материала выполняются тестовые задания.

Самостоятельная работа слушателей включает: изучение монографий, законов Российской Федерации и нормативных документов, обсуждение научных статей; ответы на контрольные вопросы; самотестирование и подготовку курсовой работы.

Промежуточный контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования слушателей, по результатам выполнения самостоятельных работ.

Контрольная работа выполняется слушателем самостоятельно. Основными целями выполнения контрольной работы является расширение и углубление знаний слушателя, выработка навыков в анализе практического материала.

Слушатель, со своей стороны, при выполнении контрольной работы должен показать умение работать с литературой и делать обоснование и выводы.

Контрольная работа выполняется в виде тестирования по вопросам теоретического цикла.

7 Система оценки знаний слушателей

7.1. Текущий контроль

Текущий контроль успеваемости предназначен для проверки хода и качества усвоения учебного материала, стимулирования учебной работы обучающихся и совершенствования методики проведения занятий.

Заведующий кафедрой _____