Э. М. Лайпанова

**МДК 03.01 теоретические Основы товароведения**

Практикум для студентов, обучающихся по специальности

38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Черкесск

2019

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ

ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**СЕВЕРО–КАВКАЗСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ**

**СРЕДНЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ**

Э.М. Лайпанова

**МДК 03.01 теоретические Основы товароведения**

Практикум для студентов, обучающихся по специальности

38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Черкесск

2019

УДК 33

ББК 30.609

Л18

Рассмотрено на заседании ЦК Социально-правовые дисциплины.

Протокол № 1от «31» 08 2019 г.

Рекомендовано к изданию редакционно–издательским советом СКГА

Протокол № 17 от «12» 09 2019 г.

**Рецензенты: Лайпанова Э.М**. – зав. преподаватель ЦК Социально–правовые дисциплины

Л18 **Лайпанова, Э.М.** Теоретические основы товароведения: учебно–практическое пособие для выполнения самостоятельных работ для обучающихся по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) / Э.М. Лайпанова. – Черкесск: БИЦ СКГА, 2019. – 36 с.

Самостоятельная работа является важным видом учебной деятельности обучающего. Все виды самостоятельных работ –реферат, доклад, составление таблицы, презентации осуществляются во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Целью самостоятельных работ является формирование практических (профессиональных) умений выполнять определенные действия, операции, необходимые в последующем в профессиональной деятельности.

**УДК 33**

**ББК 30.609**

© Лайпанова Э.М., 2019

© ФГБОУ ВО СКГА, 2019

**Содержание**

|  |  |
| --- | --- |
| Пояснительная записка……………………………………………….. | 6 |
| Раздел 1. Предмет и основные категории товароведения…………. | 10 |
| Раздел 2. Качество товара……………………………………………... | 28 |
| Раздел 3.Факторы, обеспечивающие формирование и сохранение качества товаров………………………………………………………. | 33 |
| Список использованных источников…………………………………. | 35 |

**ПОЯСНИТЕЛЬАЯ ЗАПИСКА**

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – это планируемая учебная, учебно-исследовательская, научно-исследовательская работа, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, при этом носящая сугубо индивидуальный характер.

Формы самостоятельной работы обучающихся определяются содержанием учебной дисциплины, степенью подготовленности обучающихся.

Эта работа включает в себя:

– составление конспекта по вопросам;

– самостоятельное изучение рекомендованных преподавателем источников литературы, составление схемы пройденного материала;

– подбор информации и подготовка докладов, сообщений по темам, утверждённым преподавателем;

– решение задач по теме;

– создание материалов – презентаций;

– подготовку к контрольной работе;

– выполнение и защиту курсовой работы;

– подготовку к экзамену.

Целью самостоятельной работы обучающихся, является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. Самостоятельная работа обучающихся способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Для организации самостоятельной работы необходимы следующие условия:

– готовность обучающихся к самостоятельному труду;

– мотивация получения знаний;

– наличие и доступность всего необходимого учебно-методического и справочного материала;

– система регулярного контроля качества выполненной самостоятельной работы;

– консультационная помощь преподавателя.

Задания для самостоятельной работы

*1. Подготовка информационного сообщения*  – это вид внеаудиторной самостоятельной работы по подготовке небольшого по объему устного сообщения для озвучивания на семинаре, практическом занятии. Сообщаемая информация носит характер уточнения или обобщения, несет новизну, отражает современный взгляд по определенным проблемам.

Сообщение отличается от докладов и рефератов не только объемом информации, но и ее характером – сообщения дополняют изучаемый вопрос фактическими или статистическими материалами. Оформляется задание письменно, оно может включать элементы наглядности (иллюстрации, демонстрацию).

*Деятельность обучающегося:*

– собирает и изучает литературу по теме;

– составляет план или графическую структуру сообщения;

– выделяет основные понятия;

– вводит в текст дополнительные данные, характеризующие объект изучения;

– оформляет текст письменно;

– сдаёт на контроль преподавателю и озвучивает в установленный срок.

*Критерии оценки:*

– актуальность темы;

– соответствие содержания теме;

– глубина проработки материала;

– грамотность и полнота использования источников;

– наличие элементов наглядности.

2.*Составления словаря основных терминов*

Внутри каждой темы студентами выделяются базовые (ключевые) слова–понятия и слова–термины, которые станут основой будущего Словаря терминов по дисциплине. Кроме ключевых (базисных, относящихся к данной дисциплине, обязательных для включения по данному курсу), выделяются термины и понятии, не относящиеся к данной дисциплине, но фигурирующие в учебном курсе.

После выделения терминов и понятий во всех темах осуществляется их выборка, а затем осуществляется сортировка их по алфавиту. Значение терминов находят в глоссарии.

*3.Написание конспекта – первоисточника*

 (статьи, монографии, учебника, книги и пр.) – представляет собой вид внеаудиторной самостоятельной работы студента по созданию обзора информации, содержащейся в объекте конспектирования, в более краткой форме. В конспекте должны быть отражены основные принципиальные положения источника, то новое, что внес его автор, основные методологические положения работы, аргументы, этапы доказательства и выводы. Ценность конспекта значительно повышается, если студент излагает мысли своими словами, в лаконичной форме.

Особо значимые места, примеры выделяются цветным подчеркиванием, взятием в рамку, пометками на полях, чтобы акцентировать на них внимание и прочнее запомнить.

Работа выполняется письменно,озвучиванию подлежат главные положения и выводы работы в виде краткого устного сообщения (3–4 мин) в рамках теоретического занятия. Контроль может проводиться и в виде проверки конспектов преподавателем.

*Деятельность обучающегося:*

 – читает материал источника, выбирает главное и определяет второстепенные моменты;

– устанавливает логическую связь между элементами темы;

– записывает только то, что хорошо уяснил;

– выделяет ключевые слова и понятия;

– заменяет сложные развернутые обороты текста более  
лаконичными (свертывание).

*Критерии оценки:*

– содержательность конспекта, соответствие плану;

– отражение основных положений, результатов работы  
автора, выводов;

– ясность, лаконичность изложения мыслей студента;

– наличие схем, графическое выделение особо значимой  
информации;

– соответствие оформления требованиям;

– грамотность изложения;

– конспект сдан в срок.

*4. Создание материалов–презентаций*– это вид самостоятельной работы обучающихся по созданию наглядных информационных пособий, выполненных с помощью мультимедийной компьютерной программы PowerPoint.

Материалы-презентации готовятся студентом в виде слайдов с использованием программы Microsoft PowerPoint. В качестве материалов-презентаций могут быть представлены результаты любого вида внеаудиторной самостоятельной работы, по формату соответствующие режиму презентаций.

Затраты времени на создание презентаций зависят от степени трудности материала по теме, его объема, уровня сложности создания презентации, индивидуальных особенностей студента и определяются преподавателем.

Согласно программе самостоятельной работы студентов по МДК. 03.01 Теоретические основы товароведения предусмотрено создание материалов–презентаций на тему  «Дефекты товаров».

*Деятельность  обучающегося:*

– изучает материалы темы, выделяя главное и второстепенное;

– устанавливает логическую связь между элементами темы;

– представляет характеристику элементов в краткой форме;

– выбирает опорные сигналы для акцентирования главной информации и отображает в структуре работы;

–оформляет  работу и предоставляет к установленному сроку;

*Критерии оценки:*

– соответствие содержания теме;

– правильная структурированность информации;

– наличие логической связи изложенной информации;

– эстетичность оформления, его соответствие требованиям;

– работа представлена в срок.

Проведениесамостоятельных занятий способствует изучению разделов профессионального модуля, формирует готовность к овладению основными умениями к выполнению соответствующего вида деятельности и обеспечивающих его профессиональных компетенций:

ПК 3.1. Участвовать в формировании ассортимента в соответствии с ассортиментной политикой организации, определять номенклатуру показателей качества товаров.

ПК 3.2. Рассчитывать товарные потери и реализовывать мероприятия по их предупреждению или списанию.

ПК 3.3. Оценивать и расшифровывать маркировку в соответствии с установленными требованиями.

ПК 3.4. Классифицировать товары, идентифицировать их ассортиментную принадлежность, оценивать качество, диагностировать дефекты, определять градации качества.

ПК 3.5. Контролировать условия и сроки хранения и транспортировки товаров, обеспечивать их сохранность, проверять соблюдение требований к оформлению сопроводительных документов.

ПК 3.6. Обеспечивать соблюдение санитарно-эпидемиологических требований к товарам и упаковке, оценивать качество процессов в соответствии с установленными требованиями.

ПК 3.7. Производить измерения товаров и других объектов, переводить внесистемные единицы измерений в системные.

ПК 3.8. Работать с документами по подтверждению соответствия, принимать участие в мероприятиях по контролю

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые  
методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных  
ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться  
с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.

**Раздел 1. Предмет и основные категории товароведения**

**1.1. Предмет, цели, задачи, принципы товароведения. История и направления развития.**

**Задание 1.**

*Цель занятия:* изучение студентами основных понятий, принципов товароведения, исторических предпосылок развития науки, современных актуальных проблем.

***Вопросы для обсуждения (доклады, рефераты):***

1. Потребительная стоимость товаров как предмет исследования товароведения  
2. Цели и задачи товароведения.

3. Принципы товароведения.

4. История возникновения и развития товароведения.

5. Актуальные проблемы товароведения на современном этапе.

6. Межпредметные связи товароведения с другими учебными дисциплинами: предшествующими, сопутствующими и последующими.

7. Возникновение и развитие товароведения в России.

***Контрольные вопросы:***

1. Дайте определение понятию «товароведение».

2. Назовите основные понятия товароведения.

3. Какие принципы товароведения вы знаете?

4. Какие основные этапы в развитии товароведения?

5. Какова связь дисциплины товароведение с другими научными дисциплинами?

**1.2 Объекты и субъекты товароведной деятельности**

**Задание 1**

*Цель занятия:* изучение студентами товара как объекта товароведной деятельности, роли товароведов, как субъектов товароведной деятельности, критериев современного состояния потребительского рынка.

***Вопросы для обсуждения (доклады, рефераты):***

1. Источники насыщения рынка, их состояние.
2. Законодательная и нормативная база товарного обеспечения рынка.
3. Перспективы развития потребительского рынка: меры по государственному регулированию производства и реализации товаров, прогнозы развития.
4. Роль товароведов в развитии потребительского рынка. Должностная инструкция товароведа.
5. Товароведная деятельность как составная часть коммерческой деятельности
6. Товары как объекты товароведной и коммерческой деятельности.
7. Ассортиментная, качественная, количественная и стоимостная характеристика товара. Их взаимосвязь друг с другом
8. Субъекты товароведной деятельности – товароведы, технологи, маркетологи и потребители.

***Контрольные вопросы:***

1. Что является объектом товароведной деятельности?

2. Назовите основные характеристики товаров.

3. Что включает ассортиментная характеристика товаров?

4. Объясните, чем отличается качественная характеристика товаров от ассортиментной.

5. Чему способствует количественная характеристика товаров?

6. Дайте определение следующим понятиям: субъект, товаровед, потребитель.

7. Что должен знать товаровед в области товароведения?

Выполняется письменно задание по предложенным вопросам из пройденных тем учебной программы с возможными вариантами ответов. Необходимо указать правильные ответы.

**Задание 3.Изучение и применение основных положений Закона РФ «О защите прав потребителей»**

*Цель работы*: формирование знаний в области защиты прав потребителей и осознанного применения Закона РФ «О защите прав потребителей», прививание навыков к самостоятельному оперативному использованию норм, регулирующих отношения между производителями, продавцами и потребителями в условиях цивилизованного рынка.

Подготовка студента к занятию: подготовить таблицы по заданиям 4.1–4.4 с кратко сформулированными вопросами.

Средства обучения:

– Закон РФ «О защите прав потребителей»

– Перечень товаров длительного пользования, на которые не распространяются требования покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара

– Перечень непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату и обмену на аналогичный товар других размеров, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации.

– Перечень товаров, которые по истечении срока годности считаются непригодными для использования по назначению.

– Перечень технически сложных товаров, в отношении которых требования потребителя об их замене подлежать удовлетворению в случае обнаружения в товарах существенных недостатков.

Специалисты в области торгового дела должны хорошо знать законы и нормативные акты, связанные с защитой прав потребителей, уметь ими пользоваться при защите прав, как потребителя, так и продавца.

**Задание 4. Общие положения Закона РФ «О защите прав потребителей»**

Изучите главу 1 закона (статьи 1–17), обратите внимание на требования к качеству товара (работы, услуги); понятия срока годности, срока службы, гарантийного срока; требования к информации об изготовителе (исполнителе, продавце), о товарах (работах, услугах); имущественную собственность продавца (изготовителя, исполнителя).

Изученный материал в виде ответов на вопросы оформите в таблице 1.1

Таблица 1– Основные положения ФЗ «О защите прав потребителей»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № вопроса | Вопрос | Ответ | Обоснование |
|  |  |  |  |

*Содержание задания*

1. Перечислите правовые акты, регулирующие отношения в области прав потребителей.
2. В каких случаях отношения в области защиты прав потребителей регулируются международными договорами?
3. Как определяются требования к качеству товаров?
4. Дайте определение следующим понятиям: срок службы, срок годности, гарантийный срок.
5. Каким образом изготовитель обеспечивает возможность использования товара в течение его срока службы?
6. Что понимают под безопасностью товара (работы, услуги)?
7. Назовите срок, в течение которого изготовитель обязан обеспечить безопасность товара (работы).
8. Дайте понятие информации: необходимый и достоверный.
9. Какие сведения должны быть указаны на вывеске розничного торгового предприятия?
10. Обязательные требования к информации об индивидуальном предпринимателе.
11. Требования к информации о продуктах питания.
12. Порядок определения режима работы продавца (исполнителя).
13. Возможные последствия ненадлежащей информации о товаре (работе, услуге).
14. Права потребителя в случае представления ему ненадлежащей (недостоверной, недостаточно полной) информации.
15. Ответственность продавца (изготовителя, исполнителя) за нарушение прав потребителей.
16. В каких случаях продавец (изготовитель, исполнитель) освобождается от ответственности за неисполнение обязательств?
17. Права потребителя в случае, если продавец (изготовитель, исполнитель) не удовлетворит его требования в добровольном порядке.
18. Порядок возмещения вреда, причиненного жизни, здоровью или имуществу потребителя.
19. Кто, кроме потребителя, может требовать возмещения вреда, причиненного вследствие недостатков товара (работы, услуги)?
20. В каких случаях изготовитель (продавец, исполнитель) освобождается от ответственности за вред, причиненный вследствие недостатков товара (работы, услуги)?

*Решите ситуацию*.

Покупательница И.П. Снегирева купила в магазине дрожжи германского производства. Придя домой, не обнаружила аннотации на русском языке. Снегирева вернулась в магазин и потребовала русский текст к дрожжам. Продавец сказала, что аннотаций на русском языку у нее уже нет: «Были – все раздала».

Объясните права И.П. Снегиревой, обязанности и ответственность продавца в данной ситуации.

**Задание 4. Защита прав потребителей при продаже товаров потребителям**

Изучите главу 2 Закона РФ «О защите прав потребителей» (статьи 18–26). Ответы на вопросы оформите, продолжая таблицу

1.1. *Содержание задания*

1. Какие права имеет потребитель, если ему продан товар с недостатком?
2. Каковы особенности удовлетворения требований потребителя в отношении технически сложных товаров?
3. Укажите порядок предъявления и удовлетворения требований потребителя по товарам, приобретенным с недостатками.
4. Каков порядок исчисления гарантийного срока товара, а также срока его службы?
5. Укажите особенности исчисления этих сроков для сезонных товаров.
6. Какой установлен порядок доставки товаров, подлежащих замене или возврату?
7. Какие установлены сроки предъявления покупателями требований по поводу недостатков, обнаруженных в купленных товарах?
8. Какие установлены сроки устранения недостатков, обнаруженных в купленных товарах?
9. Назовите сроки обмена товаров, купленных с недостатками.
10. Укажите размер неустойки за невыполнение требований покупателей.
11. Как производятся расчеты с потребителем в случае приобретения им товаров с недостатками?
12. Охарактеризуйте права потребителя в случае приобретения им товара надлежащего качества.
13. Охарактеризуйте порядок расчетов с покупателем, в случае приобретения им товара надлежащего качества, но не подошедшего по фасону, размеру, расцветке и т.д.
14. Особенности расчетов с покупателями в случае расторжения договора купли –продажи, если товар был продан в кредит.
15. Кем утверждаются правила отдельных видов договоров купли–продажи товаров?

*Решите ситуацию*:

10 августа покупательница Н.С. петрова купила в магазине шоколадные конфеты «Ассорти». Через день Н.С. Петрова пришла в магазин и попросила обменять «Ассорти» на «Кедровый грильяж». Однако заведующая секцией отказалась удовлетворить требования покупательницы. Права ли заведующая секцией? Дайте обоснование ответа.

**Задание 5. Защита прав потребителей при выполнении работ или оказании услуг**

Изучите главу 3 Закона РФ «О защите прав потребителей» (статьи 27–39). Ответы на вопросы оформите, продолжая таблицу 1.1.

*Содержание задания*

1. Каким требованиям должно соответствовать качество выполненной работы?
2. Права потребителя, если исполнитель не приступил своевременно к выполнению работы.
3. Ответственность исполнителя в случае нарушения сроков начала и выполнения работы или оказания услуги.
4. Права потребителя, если выполненная работа или оказанная услуга имеют ненадлежащее качество.
5. Права потребителя, если исполнитель нарушает сроки устранения недостатков выполненной работы или оказанной услуги.
6. Ответственность исполнителя в случае полной или частичной утраты (повреждения) материала (вещи), принятого от потребителя.
7. В каких случаях исполнитель освобождается от ответственности за полную или частичную утрату (повреждение) материала (вещи), принятого от потребителя?
8. Охарактеризуйте порядок расчетов за выполненную работу (оказанную услугу).

*Решите ситуацию:*

Потребитель Николаев заключил со строительной фирмой договор на строительство дачного дома. После того, как 50% работы было выполнено, Николаев решил достроить дом своими силами. Претензий к качеству работы, выполненной строителями, у потребителя не было. Имеет ли потребитель Николаев право на расторжение договора? Определите меру его ответственности в данной ситуации.

**Задание 6. Государственная и общественная защита прав потребителей**

Изучите главу 4 Закона РФ «О защите прав потребителей» (статьи 40–46). Ответы на вопросы оформите, продолжая таблицу 1.1.

*Содержание задания*

1. Какие предписания может направлять изготовителю (исполнителю, продавцу) орган государственного надзора?
2. Каково содержание исков, которые в интересах потребителей может направлять в суд орган государственного надзора?
3. Назовите орган, осуществляющий контроль за качеством и безопасностью товаров (работ, услуг)
4. В чью пользу направляются суммы штрафов, взыскиваемых с изготовителя (исполнителя, продавца)?
5. Права органов местного самоуправления продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг), не сопровождающихся достоверной информацией или с просроченными сроками годности.
6. Назовите, какие вы знаете общественные объединения потребителей?

*Решите ситуацию:*

Покупатель Иванов приобрел в магазине «Продукты» творог, который оказался с просроченным сроком годности. На следующий день Иванов обратился в медицинское учреждение, где ему был поставлен диагноз: «отравление творогом». Через неделю Иванов обратился в магазин с требованием оплатить ему все расходы, связанные с лечением. Директор магазина в просьбе Иванова отказал. Каковы дальнейшие действия потребителя в данной ситуации?

**Задание 4. Применение Закона РФ «О защите прав потребителей» (решение ситуационных задач)**

Сделайте анализ каждой ситуации (или выданной преподавателем) и примите обоснованные конкретные решения по защите прав потребителей и ответственности продавцов (производителей, исполнителей).

Данное задание может быть выдано в качестве контрольной работы. ***Ситуация 1***

Покупатель Соколов 25 марта купил в магазине «Бакалея» кофе натуральный молотый производства Колумбии. 26 марта покупатель обнаружил, что на упаковке отсутствует информация по приготовлению напитка на русском языке. Охарактеризуйте действия покупателя и продавца в данной ситуации.

***Ситуация 2.*** Охарактеризуйте правила обмена изделий из золота. В каких случаях осуществляется обмен? Порядок обмена.

***Ситуация 3.*** Покупатель приобрел в магазине французский коньяк. При употреблении коньяк оказался недоброкачественным. Покупатель обратился к директору магазина с просьбой заменить коньяк на армянский. Работники магазина удовлетворили претензию покупателя только через 34 дня. Как следует поступать в этой ситуации покупателю?

***Ситуация 4.*** Покупательница купила 25 января оливковое масло в стеклянной бутылке по цене 150 рублей, а 1 февраля принесла его в магазин с просьбой вернуть его стоимость, т.к. масло оказалось фальсифицированным, о чем свидетельствует акт, проведенный независимой экспертизы. Цена масла на момент возврата составила 180 руб. Возможно ли удовлетворить просьбу покупательницы? Если да, то какую сумму она должна получить?

***Ситуация 5.*** Покупатель на следующий день после покупки коробки шоколадных конфет обратился в магазин с требованием расторжения договора купли–продажи, поскольку приобретенные конфеты оказались с просроченным сроком годности. Администрация магазина отказала покупателю в удовлетворении его требований, т.к. он не предъявил кассового чека. Кто прав в данной ситуации? Обоснуйте.

***Контрольные вопросы***

1. Чем была вызвана необходимость разработки и принятия Федерального закона «О защите прав потребителей», и какие проблемы он призван решать?
2. Какова структура ФЗ?
3. Кто такой «потребитель»? Охарактеризуйте понятие этого термина с позиций отечественной и зарубежной практики.
4. Какие организации осуществляют контроль за защитой прав потребителей? Их права и обязанности.
5. Какие товары надлежащего качества не подлежат возврату или обмену?

**1.3 Методы товароведения. Классификация и кодирование потребительских товаров.**

**Задание 1. Изучение методов классификации и кодирования потребительских товаров**

*Цель работы:* распознавание разновидностей методов классификации: иерархического и фасетного, установление их достоинств и недостатков; изучение структуры Общероссийского классификатора продукции (ОКП), классификатора «Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности России» (ТН ВЭД РФ) и принципов классификации и кодирования товаров.

*Подготовка студента к занятию:* изучение темы «Классификация и кодирование товаров» по рекомендуемым учебникам и конспекту лекций.

*Средства обучения*: стандарты на продукцию, в которых есть раздел «Классификация ассортимента» или «Ассортимент»; ОКП; ТН ВЭД РФ.  
 *Содержание задания*

1. Изучите указанные разделы двух стандартов на продукцию. Укажите объекты классификации и классификационные признаки, положенные в основу деления множества (товара определенного вида или однородной группы товаров) на подмножества (разновидности, наименования и т.п.)

Определить наименование и содержание признака классификации для перечисленных ниже наборов классификационных группировок.

1. Пальто, сапоги, ботинки, тетрадь, пылесос.
2. Естественные, искусственные, синтетические.
3. Металлические, деревянные, стеклянные, пластмассовые.
4. Шерсть, хлопок, лен, шелк.
5. Стаканы машинного и ручного производства.
6. Одежда зимняя, летняя, демисезонная.
7. Обувь мужская, женская, детская.
8. Ведра стальные, эмалированные, горячеоцинкованные, с диффузионным цинковым покрытием.
9. Посуда стеклянная, выдувная, прессованная, прессо–выдувная.

Результаты работы оформите в таблицу

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование признака | Содержание признака | Классификационная группировка |
| Исходные материалы |  |  |
| Назначение |  |  |
| Способ производства |  |  |
| Отделка |  |  |
| Пол и возраст |  |  |
| Сезон |  |  |
| Вид |  |  |
| Низшие признаки | | |
| Конструкция  Модель Фасон Марка Размер Цвет |  |  |

Составить схему классификации группы «Обувь» иерархическим методом.

Данные для выполнения задания 2:

1) обувь модельная, массового производства;

2) обувь повседневная, производственная, спортивная;

3) обувь мужская, женская, детская;

4) обувь механического, ручного производства;

5) обувь резиновая, кожаная, валенная;

6) ботинки, полуботинки, туфли.

При выполнении данного задания следует:

– определить наименование признака классификации,

– расположите признаки в соответствии с их значимостью,

– составить графическую схему.

Составить схему классификации группы «Обувь» фасетным методом. Примерная схема классификации фасетным методом показана на рисунке 1.2

Данные для выполнения задания 3:

1. Ботинки, туфли, сапоги, сандалеты.
2. Мужская, женская, для школы
3. Модельная, массовая.
4. Черная, белая, красная.
5. На подошве кожаной, из пористой резины, из полиуретана.
6. На шнурках, кнопках, молнии.
7. С верхом из яловки, опойка, шевро, свиного хрома.

При выполнении данного задания следует:

– определить наименование признака классификации,

– составить графическую схему.

4. Составьте самостоятельно две схемы классификации иерархическим методом (не менее 3 ступеней) и фасетным методом (не менее 3 независимых группировок). Объектами могут быть товары, окружающие предметы, люди, явления, процессы, документы и другие объекты.

5.Установите преимущества и недостатки иерархического метода классификации конкретных множеств товаров. Результаты оформите в виде таблицы.

Таблица 1– Достоинства и недостатки метода классификации конкретного товара

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Метод классификации | Достоинства | Недостатки |
| Иерархический |  |  |

**Задание 6** (*Домашнее задание):*

1) Ознакомьтесь с Общероссийским классификатором продукции ОКП, изучите его структуру. На примере одной группы товаров определите иерархический и/или фасетный методы классификации.

1.1 Изучить назначение и порядок образования кода по ОКП.

При выполнении данного задания следует:

– определить какие признаки положены в основу формирования классовых группировок по ОКП,

Расшифровать коды: 885457; 917410; 561891.

1.2 Закодировать следующие виды товаров:

– ткани готовые хлопчатобумажные бязевой группы пестротканые;

– ткани льняные мешочные

– плюш одежный из искусственных нитей.

Описать последовательность классификации данных товаров.

1.3 Определить код разделов:

– обувь;– мед;– изделия из керамики

2) Изучите структуру товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности. На примере одной группы товаров расшифруйте коды товаров. Сравните классификацию и группировку товаров в ОКП и ТН ВЭД.

2.1.Выписать из ТН ВЭД номера и наименования разделов следующих товаров:  
 – древесина и изделия из древесины;

– продукты животного происхождения;

– продукты растительного происхождения;

– изделия текстильной и легкой промышленности.

Результаты работы оформите в таблицу.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Товар | Наименование раздела | Номер раздела и номер группы | Признаки деления на группы |
|  |  |  |  |

2.2. Проанализировать признаки, положенные в основу классификации этих товарных групп в ТН ВЭД.

2.3. Произвести кодирование следующих видов товаров по ТН ВЭД:

– мороженное с содержанием молочного жира более 7%;

– картофель мороженый;

– шерсть мытая негармонизируемая, полугрубая кроссберная, 46 – 48 качества

– свитер трикотажный мужской, с содержанием шерсти 70 % и массой 650 гр.;

– выделанные шкурки голубого песца.

Результаты работы оформите в таблицу.

|  |  |
| --- | --- |
| Товар | Код |
|  |  |

***Вопросы (доклады, рефераты) для обсуждения***

1. Значение классификации в учебной, производственной и торговой практике.  
 2. Практическое использование иерархического и фасетного методов классификации

3. Особенности построения классификации различных групп товаров (продовольственных, непродовольственных)

4. Условное обозначение классификационных группировок

***Контрольные вопросы***

1. Как классифицируются методы товароведения?
2. Дайте характеристику методам научного познания.
3. Что такое идентификация, группировка, классификация?
4. Какие методы классификации вы знаете?
5. Сущность и особенность иерархического метода классификации. Преимущества и недостатки.
6. Применение фасетного метода классификации, его преимущества и недостатки.
7. Кодирование товаров и методы кодирования.
8. Классификаторы, их структура и категории.
9. Какова основная цель кодирования товаров?
10. Какие правила кодирования вы знаете?

**1.4 Ассортимент товаров, его виды, показатели, основы формирования и управления.**

*Цель работы:* закрепление теоретических знаний в области ассортимента, формирование умений сбора информации об ассортименте торговых фирм, расчета ассортиментных показателей, их сравнительного анализа и оценки для установления оптимальности ассортиментной политики в конкретных фирмах.

*Объект исследования:* ассортимента товаров однородной группы (или групп) товаров в трех торговых фирмах (специализированном магазине, магазине смешанного профиля и в торговом павильоне или палатке). **Задание 1 Сбор информации об ассортименте**

Собрать информацию об ассортименте, о ценах на товары однородной группы или подгруппы отечественного и импортного производства в трех торговых предприятиях и оформить ее в таблице 3. Информация собирается 2 раза с интервалом 5–10 дней (сроки определяет студент). Данные заносятся в таблицу.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Перечень товаров однородной группы (Шб) | Наименования торговых фирм (1.2,3) и сроки обследования | | | | | |
| 1 | | 2 | | 3 | |
| Исходные данные | Через \_\_ дней | Исходные данные | Через \_\_ дней | Исходные данные | Через \_\_ дней |
| Отечественные товары |  |  |  |  |  |  |
| Импортные товары |  |  |  |  |  |  |

Примечания:

1. Перечень товаров включает все наименования товаров, в т.ч. вид, подвид, а также вид упаковки и расфасовку. В графах, отражающих наименование конкретной фирмы, в строке с наименованием товара ставится цена на товар, имеющийся в продаже, или знак (+) – наличие в продаже, а знак (–) – в продаже отсутствует.
2. Данные о ценах необходимы для расчета структуры ассортимента.
3. Задание можно выполнить и по рекламным газетам, журналам. **Задание 2. Расчет показателей ассортимента**

Товарный ассортимент характеризуется различными параметрами и соответствующими им показателями Основными параметрами, по кото­рым осуществляется анализ и оценка товарного ассортимента магазина, являются.  
 1. Широта ассортимента – количественный состав набора товаров выделенного по определенному признаку и представленного в пиле клас­сификационной группировки.

2 Полпота ассортимента (глубина ассортимента) – количественный состав набора товаров, выделенных по комплексу частных признаков.

3. Структура ассортимента – процентное соотношение совокупно­стей товара в наборе, выделенных по определенному признаку.

4. Устойчивость ассортимента – степень колебания численности на­бора товаров.

5. Обновляемость ассортимента – интенсивность пополнения набора новыми товарами и изъятия из него устаревших товаров.

***Формулы расчета показателей ассортимента***

Рассчитать широту, полноту, устойчивость, новизну и рациональность ассортимента используя следующие формулы:

**Кш= Шд /Шб ∙100%,** где

Кш – коэффициент широты, %;

Шд– действительная (фактическая) широта наименований товаров разнородных и однородных групп;

Шб – базовая широта.

В качестве базовой широты могут быть приняты:

1) максимальное количество наименований товаров исследуемой группы, обнаруженное во всех обследованных торговых точках;

2) количество наименований товаров, регламентированное действующими стандартами (для отечественных товаров);

3) количество наименований товаров исследуемой группы, предлагаемой на рынке (информацию можно получить из рекламных изданий).

**Кп= Пд /Пб ∙100%,** где

Кп– коэффициент полноты, %;

Пд– действительная (фактическая) полнота или количество товаров однородной подгруппы;

Пб – базовая полнота (определяемая аналогично базовой широте, но для конкретных подгрупп)

Ку= У /Шд ∙100%, где

Ку – коэффициент устойчивости, %;

У – количество товаров однородной группы, пользующихся устойчивым спросом (условно за критерий устойчивости следует считать наличие товара в продаже при начальном и конечном обследовании).

**Кн= Н /Шд ∙100**%, где

Кн– коэффициент новизны, %;

Н – количество новых товаров, появившихся, по мнению исследователя, новыми.

Кр= Кш∙ Квш+ Кп∙ Квп+ Ку ∙ Кву + Кн∙ Квн / 4, где

Кр– коэффициент рациональности;

Квш– коэффициент весомости широты;

Квп– коэффициент весомости полноты;

Кву– коэффициент весомости устойчивости;

Квн– коэффициент весомости новизны.

Коэффициенты весомости определяются эмпирическим путем для каждой группы товаров. Для целей учебного занятия могут быть приняты определенные значения данных коэффициентов, указанных в условиях заданий.

При проведении более детальных обследований следует определять коэффициенты весомости методом социологических опросов.

**Задание 4.**Рассчитать коэффициент широты ассортимента определенного вида товара

**Задание 5.*.***В магазинах реализовывались стационарные телевизоры цветного и черно белого изображения с размером экрана 61, 51, 40 см. Классификация выпускаемых в стране телевизоров приведена ниже.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Вид товара | Признаки | Группировки |
| 1. | телевизоры | характер изобра­жения | черно–белый, цветной |
| 2. | телевизоры | конструкция | стационарный, переносной |
| 3. | телевизоры | размер экрана | 67, 61, 50\51, 40\42, 31\32, 23\26, 16 |

Каков показатель широты по каждому из признаков. Работу оформить в форме таблицы:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Фактическая широта по признакам (число вариантов) | | | Базовая широ­та по призна­кам | | | Коэффициент широты по признакам | | |
| характер изображения (признак №1) | конструкция (признак №2) | размер экрана (признак №3) | №1 | №2 | №3 | №1 | №2 | №3 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**Задание 6.** Сопоставить широту ассортимента швейных изделий в трех магазинах, рассчитав коэффициент широты (Кш). Базовая широта (Шб) взята по ассортиментному перечню, фактическая широта (Шф) представлена в таблице

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № пп | Виды изделий | Широта | Широта ассортимента | | | | | | |
| базовая | Магазин 1 | | Магазин 2 | | Магазин 3 | |
| Шб | Шф | Кш | Шф | Кш | Шф | Кш |
| 1 | костюмы мужские | модель (фасон) размер | 15 | 14 |  | 9 |  | 6 |  |
| 17 | 6 |  | 6 |  | 5 |  |
| 2 | Брюки мужские | Волокнистый состав | 3 | 3 |  | 3 |  | 3 |  |
| модель | 15 | 8 |  | 8 |  | 7 |  |
| размер | 7 | 4 |  | 4 |  | 4 |  |

**Задание 10.**

В двух специализированных магазинах «Сыры» и в трех смешанных магазинах в продаже были сыры следующих наимено­ваний

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № магазина | Тип магазина | Наименование сыров |
| № 1 | Специализированный | Швейцарский, Голландский, Костромской, Литовский, Российский, Чеддер, Пикант­ный, Ярославский |
| №2 | Специализированный | Алтайский, Голландский, Пошехонский, Чеддер, Латвийский |
| №3 | Смешанный продмаг | Вырусский, Российский, Костромской |
| №4 | Смешанный продмаг | Ярославский, Латвийский |
| №5 | Смешанный продмаг | Российский |

Ниже представлена классификация сыров, выпускаемая заводам

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п\п | Тип сыра | Признак | Наименование сыра |
| 1 | Швейцарский | Прессуемые с высокой температу­рой второго нагре­вания | Швейцарский, Алтайский |
| 2 | Голландский | Прессуемые с низ­кой температурой второго нагревания | Голландский, Костромской, Степной, Ярославский, Углич­ский, Литовский |
| 3 | Чеддер | То же с чеддеризацией сырной массы | Чеддер, Российский, Атлет |
| 4 | Латвийский | Самопрессующиеся с низкой температурой второго нагревания и созревающие с сырной слизью | Латвийский, Пикантный |

Каков показатель широты по каждому типу сыра? Работу оформить по следующей форме:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № пп | Тип сыра | Широта базовая (Шб) по типам сыра | Фактическая широта (Шф) по типам сыра | Коэффициент широты (Kш) по типам сыра |
| 1. | Швейцарский |  |  |  |
| 2. | Голландский |  |  |  |
| 3. | Чеддер |  |  |  |

**Задание 9.2а.** Рассчитать коэффициент полноты ассортимента по следующим данным:

а) В магазинах реализовано 10 моделей телевизоров при плане (согласно договору поставки) 20,

б) в стране выпускается 17 тысяч наименований игрушек, тогда как –100 тысяч наименований;

в) в продаже в течение месяца находилось 3 модели женских сапог, тогда как ассортиментный перечень предусматривал 5 моделей.

Результаты представьте по следующей форме.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Вид товара | Фактическая полнота (число разновидно­сти) | Базовая полнота | Коэффициент пол­ноты |
| телевизоры |  |  |  |
| игрушки |  |  |  |
| обувь |  |  |  |

**Задание 9.** Рассчитать коэффициент полноты ассортимента вареных колбас по следующим условиям:

– в течение года в магазине №1 в продаже было 9 наименовании колбас, в магазинах №№ 2, 3, 4, 5 соответственно по 8, 5, 7 и 4 наимено­вании (согласно договорам поставки – 10 наименований).

Результаты представьте по следующей форме.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Магазины | Количество видов вареных колбас | Количество вареных колбас по договору поставки | Коэффициент полноты вареных колбас |
| Магазин №1 |  |  |  |
| Магазин №2 |  |  |  |
| Магазин №3 |  |  |  |
| Магазин №4 |  |  |  |
| Магазин №5 |  |  |  |

**Задание.** Оценить устойчивость ассортимента. В течение месяца в магазине №1 спросом пользовались следующие модели пиджаков: модель №1 – 28, модель №2 – 18, модель №3 – 8, модель №4 – 12 и модель №5 – 7. Рассчитайте коэффициент устойчивости по моделям пиджаков, а также коэффициент устойчивости по группе «пиджаки».

**Задание.** В течение месяца в магазине №1 спросом пользовались следующие модели брюк: модель №1 – 41 , модель №2 – 17. Рассчитайте коэффициент устойчивости по моделям брюк, а также коэффициент устойчивости по группе «брюки»

**Задание.** В течение месяца в магазине №1 спросом пользовались следующие модели мужских сорочек: модель №1 – 47 , модель №2 – 43 , модель №3 – 96 , модель №4 – 38. Рассчитайте коэффициент устойчивости по моделям мужских сорочек, а также коэффициент устойчивости по группе «мужские сорочки»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Вид изделия | Кол–во изделий | Кол–во моделей | Виды моделей |  |
| Пиджаки | 135 | 45 | Модель №1 – Полуприталенный на 3 пуговицы, 2 шлицы |  |
| 30 | Модель №2 Полуприталенный на 2 пуговицы, 2 шлицы |  |
| 20 | Модель №3 Классического прямого покроя на 3пуговицы, 2 шлицы |  |
| 25 | Модель №4 Классического покроя на 2 пуговицы, 2 шлицы |  |
| 15 | Модель №5 Приталенный на 2 пуговицы, одна шлица |  |
|  | Группа «пиджаки» |  |
| Брюки | 79 | 54 | Модель №1 Слегка зауженные к низу с защипами |  |
| 25 | Модель №2 Слегка зауженные к низу без защипов |  |
|  | Группа «брюки» |  |
| Мужские сорочки | 300 | 60 | Модель №1 Приталенные |  |
| 55 | Модель №2 Приталенные с пуговицами на воротнике |  |
| 135 | Модель №3 Классические |  |
| 50 | Модель №4 Классические с пуговицами на воротнике |  |
|  | Группа «мужские сорочки» |  |

**Задание.** В ассортименте хлебобулочного магазина в наличии имеется 35 наименований товаров, в том числе 6 видов хлеба однородной группы. 14 видов обладают способностью постоянно удовлетворять спрос покупателей. В течение месяца в ассортименте магазина появилось 7 видов новых продуктов. Рассчитать коэффициент рациональности и степень обновления ассортимента. Если Шб = 100; Пб = 20; Квш = 0,3; Квп = 0,2; Кву = 0,2; Квн = 0,3

**Задание.** В новом универсальном магазине необходимо сформировать рациональный ассортимент продовольственных товаров с Кр = 16%. Базовая широта по каталогу составляет 1000, фактически на момент открытия магазина было завезено 700 наименований продуктов. Ку = 60%; Кн = 15% (определен по нормативным документам). Рассчитать коэффициент полноты и показатель устойчивости ассортимента ( Квш = 0,4; Квп = 0,2; Кву = 0,3; Квн = 0,1).

**Задание.** Из 55 наименований продуктов в магазин поступило 10 новых видов. Рассчитать степень обновления, коэффициенты широты и устойчивости ассортимента, если максимально возможное количество наименований товаров у данного вида магазина принято 120, а постоянным спросом пользуется 27 наименований продуктов.

**Задание.** В ассортименте магазина имеются сыры – Швейцарский, Голландский, Российский, Эдамский, Рокфор, Чеддер. Виола. Первые 4 наименования относятся к группе твердых сычужных сыров. В российских стандартах предусмотрено 20 наименований таких сыров, еще 5 наименований поступает по импорту. Рассчитать коэффициент полноты ассортимента твердых сычужных сыров.

**Задание. Рассчитать структуру ассортимента**

*Структура ассортимента товаров* – соотношение выделенных по определенному признаку совокупностей товаров в наборе (ГОСТ Р 51303–99, п. 80). Она характеризуется удельной долей каждого вида и/или наименования товара в общем наборе. Структура ассортимента может выражаться как в натуральных, так и в относительных показателях. Они рассчитываются как отношение количества отдельных товаров к суммарному количеству всех товаров, входящих в ассортимент.

С = А/ S,

Где

С – относительный показатель структуры отдельных товаров;

А – количество отдельных товаров в натуральном выражении;

S– суммарное количество всех товаров, имеющихся в наличии в натуральном выражении.

**Задание.** Рассчитайте структуру ассортимента тканей в торговой организации

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Виды тканей | Структура ассортимента | |
| В м | В % |
| Хлопчато–бумажные | 200 |  |
| шерстяные | 100 |  |
| льняные | 100 |  |
| синтетические | 300 |  |
| Итого | 700 |  |

**Задание.** В кондитерском магазине в ассортименте товаров имеется 20 наименований шоколадных конфет по средней цене 180р., 35 наименований карамели по средней цене 95р., 3 вида мармелада по средней цене 105р., и 5 видов драже по средней цене 73р. Определить структуру ассортимента конфет в натуральном и денежном выражении.

Выполняется письменно тестовое задание по предложенным вопросам темы 1.4 с возможными вариантами ответов. Необходимо указать правильные ответы.

***Вопросы (доклады, рефераты) для обсуждения***

1. Общие и отличительные особенности ассортимента и товарной номенклатуры.
2. Влияние отдельных показателей ассортимента на результаты коммерческой деятельности.
3. Направления в области формирования ассортимента
4. Пути совершенствования ассортимента товаров

***Контрольные вопросы***

1. Назовите основные классификационные признаки ассортимента товаров.

2. Охарактеризуйте ассортимент товаров в зависимости от широты охвата товаров.

3. Какие свойства ассортимента товаров вы знаете?

4. Каково отношение потребителя к широте ассортимента?

5. Какое значение имеет показатель полноты ассортимента?

6. Для чего необходимо соблюдение ассортиментного минимума?

7. Какие факторы формирования ассортимента вы знаете?

8. Какова цель и основные направления ассортиментной политики организации?

**Раздел 2. Качество товара**

**2.1 Потребительские свойства товаров и показатели качества, номенклатура потребительских свойств.**

*Цель работы:* изучение потребительских свойств товаров, номенклатуры потребительских свойств.

*Подготовка студента к занятию*: изучение теоретических вопросов по теме по предложенному списку литературы, а также по конспекту лекций.

**Задание 1.Определить номенклатуру потребительских свойств конкретного вида товара.**

Задание выполняется индивидуально.

При выполнении данного задания следует:

1. Выбрать «Товар», потребительские свойства которого будут изучаться.

2. Определить для данного вида товаров основные группы потребительских свойств.

Таблица 2 – Номенклатура потребительских свойств

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование товара (Номер стандарта) | Потребительские свойства | |
| группа | подгруппа |
|  |  |  |

Укажите, какие из выявленных групп и подгрупп потребительских свойств, а также показателей качества товаров относятся к обязательным, а какие предназначены для идентификации (распознавания) ассортиментной характеристики товаров. Выявите показатели, имеющие наибольшую значимость для создания потребительских предпочтений.

**Показатели качества товаров и методы их определения**

*Цель работы:* изучение показателей качества товаров и выявление разных видов показателей, формирование умений систематизировать показатели и их значения по наиболее характерным признакам.

*Подготовка студента к занятию*: усвоение теоретических вопросов по предложенному списку литературы, а также по конспекту лекций.

**Задание 3**. ***Установление общих и специфических показателей качества***

Проанализировать разделы «Технические требования к качеству» трех стандартов на продукцию однородной группы. Выявить общие и специфические показатели качества для всех видов (наименований) продукции. Результаты оформить в виде таблицы.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателей | Наименование продукции | | |
| А (творог) | Б (масло) | В (сыр) |
| Общие показатели: Пример: Внешний вид: Форма Состояние поверхности и др. Специфические показатели | +  + | +  + | +  + |

*\*Примечание*: к общим показателям относятся наименования, выявленные во всех анализируемых стандартах. Специфические показатели присущи лишь 1–2 видам продукции.

**Задание 4**. ***Определение общих и различных значений показателей качества***

Сравните регламентированные значения одноименных показателей качества анализируемых видов продукции по стандартам. Выявите общность и/или различия между этими значениями. Дайте обоснование целесообразности общности и различий регламентированных значений показателей качества.

Результаты заполните в виде таблицы

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименования общих показателей качества | Значение показателей качества | |
|  | общие | общие |
|  |  |  |

\**Примечание*: при заполнении графы 1 записываются наименования общих показателей, указанные в таблице. В графу 2 вносятся регламентированные значения (нормативная характеристика) показателей качества из анализируемых стандартов, а в графу 3 – отличающиеся по 1–2 видам продукции значения показателей с обязательным указанием вида продукции. При отсутствии различий в графе 3 ставится прочерк.

Результаты таблицы обобщаются путем констатации о преобладании общности или различий в значениях показателей качества анализируемых видов продукции. В заключении необходимо дать обоснование целесообразности общности и различий значений показателей качества.

**Задание 5*. Выявление комплексных и единичных показателей качества***

Проанализируйте разделы «Технические требования к качеству» тех же стандартов на продукцию для выявления комплексных и единичных показателей.

Укажите, какие единичные показатели входят в состав комплексных.

Результаты оформите в виде таблицы.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование продукции | Наименование показателей качества продукции | |
|  | комплексных | единичных |
|  | Вкус и запах –  – | Вкус Запах Вкус Запах |

*\*Примечание:* занесение в графу 2 наименования комплексного показателя должно сопровождаться записями в графе 3 наименований единичных показателей, входящих в ранее указанный комплексный показателей. В случае, если показатель единичный, то запись делается только в графу 3, а в графе 2 проставляется прочерк.

**Задание 6. Выявление определяющих и предельных показателей качества**

Выявите в перечне требований к качеству продукции анализируемых стандартов показатели качества: определяющие и предельные. Аргументируйте свой выбор. Результаты заполните в виде таблицы.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование продукции | Наименование показателей качества продукции | | | |
| определяющие | предельные | | |
| максим. | миним. | диапазоны |
| Пример: Картофель продовольственный заготовляемый | Внешний вид Размер Допускаемые отклонения | Допускаемые отклонения | – | – |

Примечание: учтите, что один и тот же показатель качества может выполнять разное назначение, поэтому относится в разные графы.

**2.2 Оценка качества товаров**

*Цель:* Изучить требования к качеству и методы оценки качества конкретных видов продукции.

*Обеспечение занятия***:** Ежегодник «Государственные стандарты. Указатель», комплект стандартов.

Задание выполняется индивидуально по тем видам продукции, стандарты на которые имеются в наличии.

При выполнении данного задания следует:

– определить необходимый комплект стандартов;

– выяснить какие градации качества для данного вида товаров существуют;

– определить требования к качеству по данным градациям качества товара;

– описать методы оценки параметров качества.

Данные оформить в виде таблицы.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Стандарт (обозначение) | Градации качества дифференцированно | Требования к качеству | Метод оценки |
|  |  |  |  |

**4. Количественная характеристика и контроль качества товаров** **Тестовое задание**

Выполняется письменно тестовое задание по предложенным вопросам тем раздела 2 с возможными вариантами ответов. Необходимо указать правильные ответы

***Вопросы для обсуждения (доклады, рефераты)***

1. Классификация потребностей потребителей в зависимости от различных признаков.
2. Формирование требований, предъявляемых к товарам.
3. Изменение требований к товарам в зависимости от изменения потребностей потребителей.
4. Классификация требований к качеству товаров.
5. Потребительские свойства услуг.

**4.1.Физико–химические свойства товаров**

*Цель работы:* изучение физических и химических свойств товаров

*Подготовка студента к занятию*: усвоение теоретических вопросов по теме по списку литературных источников, а также по конспекту лекций.

**Задание 1. Определите теоретическую и фактическую энергетическую ценность(калорийность):**

1. 1 стакана (200 гр.) молока коровьего. Средний химический состав коровьего молока (в %): жира – 3,2; белков – 3,5; углеводов (молочного сахара) – 4,7; золы – 0,7.
2. Городской булки массой 200 г, содержащей 7,7 % белков, 2,4 % жиров и 53,4 % углеводов
3. Крупы гречневой (ядрица) (100г) (в %): белки – 12,6, жиры –2,6, углеводы – 68.
4. Картофеля (300г) (в %): белки – 2,0, жиры – 0,1, углеводы – 19,7.
5. Яиц куриных (50г)(в %): белки – 12,7, жиры – 11,5, углеводы – 0,7.
6. Шоколадных конфет с фундуком (100г) (в %): белки –7,2, жиры – 35,0, углеводы – 54,9.
7. Макаронных изделий высшего сорта (200г) (в %): белки – 10,4, жиры – 0,9, углеводы – 75,5

Результаты представить в виде таблицы.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование продукта | Содержание, % | | | Энергетическая ценность, ккал (кДж) |
|  | белков | жиров | углеводов |  |
|  |  |  |  |  |

**Задание 2. Для усвоения химического состава пищевых продуктов составить таблицы по темам:**

Таблица 1 – Минеральные вещества

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Группа по количественному содержанию | Наименование | Значение для организма | В каких продуктах содержится |
|  |  |  |  |

Таблица 2 – Витамины

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование витамина | Группа растворимости | Значение для организма | В каких продуктах содержится | Суточная потребность, мг. | Изменения при кулинарной обработке |
|  |  |  |  |  |  |

***Вопросы для обсуждения (доклады, рефераты)***

1. Оценка качества товаров. Значение показателей для удовлетворения потребностей и создания потребительских предпочтений.
2. Химические вещества, входящие в состав продовольственных и непродовольственных товаров – вода.
3. Основные вещества продовольственных товаров – минеральные вещества.
4. Основные вещества продовольственных товаров – углеводы
5. Основные вещества продовольственных товаров – жиры.
6. Основные вещества продовольственных товаров белки и ферменты.
7. Основные вещества продовольственных товаров витамины.
8. Химический состав непродовольственных товаров
9. Общие физические свойства товаров
10. Специфические физические свойства товаров и товарных партий
11. Биологические свойства товаров

***Контрольные вопросы***

1. Дайте понятие качеству товара как одной из его основополагающих характеристик.
2. Что включают в себя требования к качеству?
3. Показатели качества, их классификация по различным признакам.
4. Характеристика единичных и комплексных показателей.
5. Характеристика общих и специфичных показателей качества.
6. Характеристика определяющих и предельных показателей качества.
7. Рассмотрите номенклатуру потребительских свойств и разберите отдельные их группы и подгруппы.
8. Дайте определение термина «безопасность» и разберите виды безопасности

**Раздел 3.Факторы, обеспечивающие формирование и сохранение качества товаров**

*Цель работы:* изучение факторов обеспечивающих формирование и сохранение качества товаров.

*Подготовка студента к занятию*: усвоение теоретических вопросов по теме по списку литературных источников, а также по конспекту лекций.

***Вопросы для обсуждения (доклады, рефераты)***

1. Факторы, формирующие качество продовольственных товаров (хлеб, молоко, сыр, чай и т. д)
2. Факторы, формирующие качество непродовольственных товаров (обувь, одежда, посуда и т.д.)
3. Упаковка как фактор сохранения качества товаров (любой товар)
4. Транспортировка и условия хранения как фактор сохранения качества (любой товар)
5. Процесс товарной обработки как фактор сохранения качества (любой товар)

**Раздел 4. Виды и средства информации о товаре**

*Цель работы:* изучение маркировки и овладение умениями анализировать общие элементы информации о товарах.

Средства обучения: натуральные образцы упаковок с товарами, имеющих маркировку.

*Подготовка студента к занятию*: усвоение теоретических вопросов по теме по списку литературных источников, а также по конспекту лекций.

**Задание 1. Анализ соответствия маркировки товаров требованиям Федерального законодательства.**

Проанализировать информацию 2–3 носителей маркировки и установить соответствие обязательным требованиям Закона РФ «О защите прав потребителей», ФЗ «О техническом регулировании» и ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов». Результаты анализа занести в таблицу.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование товара | Элементы информации | | | |
|  | Требования закона РФ «О защите прав потребителей» | Фактическое соответствие | Требования ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов». | Фактическое соответствие |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|  |  |  |  |  |

\*Примечание: в графах 2 и 4 указывается наименование требования, а в графах 3 и 5 знаками «+» – соответствие или «–» – несоответствие требованиям.  
 **Задание 2. Рассчитать контрольную цифру в штриховом коде.** Последняя цифра в штрих коде – контрольная и используется для правильного считывания предшествующих 12 цифр, обеспечивая тем самым надежность штрихового кода.

Рассчитывается она по следующей методике:

– складываются цифры, стоящие на четных по­зициях кода;

– результат первого действия умножается на 3;

– складываются цифры, стоящие на нечетных позициях кода;

– складываются результаты 2–го и 3–го действий;

–  определяется контрольное число, представляю­щее собой разность между полученной суммой и ближайшим к нему большим числом, крат­ным 10.

**Задание 3. Установите информационные элементы маркировки, определяющие ассортиментную, качественную и количественную характеристики, в том числе – принадлежность к одной или разным товарным партиям.**

Результаты оформите в виде таблицы.

Таблица 2 –Определение товароведных характеристик товаров на их маркировке

|  |  |
| --- | --- |
| Товароведные характеристики | Информационные элементы маркировки |
| Ассортиментная |  |
| Качественная |  |
| Количественная |  |
| Принадлежность к товарной партии |  |

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. ФЗ «О защите прав потребителей» от 07.02.92 № 2300/1-1 (с измен. и дополн. от 09.01.1996 № 2-ФЗ, от 17.12.1999 № 212-ФЗ, от 30.12 2001 № 196-ФЗ, от 22.08.2004 № 122-ФЗ, от 02.11.2004 № 127-ФЗ, от 21.12.2004 № 171-ФЗ, от 27.07.2006 № 140-ФЗ, от 16.10.2006 № 160-ФЗ, от 25.11.2006 № 193-ФЗ, от 25.10.2007 № 234-ФЗ, от 23.07.2008 № 160-ФЗ, от 23.11.2009 № 261-ФЗ)

2. «О качестве и безопасности пищевых продуктов», ФЗ-29 от 02.01.2000

3. «О техническом регулировании» ФЗ-184 от 27.12.02 с измен.идополн. № 65-ФЗ от 01.05.2007

4. Правила продажи отдельных видов товаров (Постановление Правительства РФ от 19.01.98 № 55 с измен.идополн.)

5.Зонова Л.Н. Теоретические основы товароведения и экспертизы [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Л.Н. Зонова, Л.В. Михайлова, Е.Н. Власова. — Электрон. текстовые данные. — М.: Дашков и К, 2016. — 192 c. — 978-5-394-02407-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60521.html>

6.Минько Э.В. Теоретические основы товароведения [Электронный ресурс] : учебное пособие для СПО / Э.В. Минько, А.Э. Минько. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Профобразование, 2017. — 156 c. — 978-5-4488-0148-8. — Режим доступа: http: // www.iprbookshop.ru /70617.html

7.Товароведение непродовольственных товаров [Электронный ресурс] : учебник / В.Е. Сыцко [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Минск: Высшая школа, 2014. — 670 c. — 978-985-06-2538-0. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/35556.html

йЛАЙПАНОВА Эльвира Муссаевна

**МДК 03.01 теоретические Основы товароведения**

Практикум для студентов, обучающихся по специальности

38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Корректор Темирлиева Р.М.

Редактор Темирлиева Р.М.

Сдано в набор 04.08.2020 г.

Формат 60х84/16

Бумага офсетная

Печать офсетная

Усл. печ. л. 2,0

Заказ № 4238

Тираж 100 экз.

Оригинал-макет подготовлен

в Библиотечно-издательском центре СКГА

369000, г. Черкесск, ул. Ставропольская, 36