

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)

ИНСТИТУТ ТУРИЗМА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
(Наименование института)



УТВЕРЖДАЮ:

Директор института

Яресь О.Б.

2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ТОВАРНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

направление подготовки / специальность

38.03.06. «Торговое дело»

(код и наименование направления подготовки (специальности))

направленность (профиль) подготовки

«КОММЕРЦИЯ И МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ»

(направленность (профиль) подготовки)

г. Владимир

2022

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Товарная информация» является формирование у студентов комплекса знаний и компетенций, необходимых современному специалисту в области информационного обеспечения товародвижения, элементов маркировки, ее видов, формах и средствах.

Задачи:

- дать теоретические знания о видах, формах, функциях и средствах товарной информации, а также требованиях, предъявляемых к ней;
- научить подходам и методам распознавания и идентификации информационных документов;
- выработать навыки анализа информации в товарно-сопроводительных документах и на маркировке.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Товарная информация» относится к части учебного плана формируемой участниками образовательных отношений программы бакалавриата по направлению 38.03.06 «Торговое дело».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине «Товарная информация», соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	
ПК-4 Способен идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации	ПК-4.2 Оценивает соответствие товарной информации требованиям технических нормативных правовых актов	<i>Знает:</i> <ul style="list-style-type: none">– виды и разновидности фальсификата;– способы и методы обнаружения фальсифицированной продукции;– ответственность за реализацию фальсифицированной продукции. <i>Умеет:</i> <ul style="list-style-type: none">– идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации. <i>Владеет:</i> <ul style="list-style-type: none">– методами и способами идентификации товаров; инструментами выявления фальсифицированной продукции.	Тестовые вопросы Ситуационные задачи Практико-ориентированное задание Доклад

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов

Тематический план форма обучения – очно-заочная (3 года 6 мес)

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	В форме практической подготовки		
1	Предмет, цели и задачи дисциплины	4	1-2	1	1			9	
2	Виды и формы товарной информации	4	3-4	1	1			9	
3	Правовая и нормативная база информационного обеспечения	4	5-6	2	2		2	10	Рейтинг-контроль №1
4	Классификация средств товарной информации	4	7-8	1	1			9	
5	Товарно-сопроводительные документы	4	9-10	1	1			9	
6	Маркировка товаров	4	11-12	2	2		2	10	Рейтинг-контроль №2
7	Информационные знаки	4	13-14	1	1		2	9	
8	Штриховое кодирование	4	15-16	1	1		2	9	
9	Фальсификация в области товарной информации	4	17-18	2	2		2	10	Рейтинг-контроль №3
Всего за 4 семестр:				12	12		10	84	Зачет
Наличие в дисциплине КП/КР									
Итого по дисциплине				12	12		10	84	Зачет

Содержание лекционных занятий по дисциплине

Тема 1. Предмет, цели и задачи дисциплины.

Предмет, цель и задачи дисциплины. Право потребителей на информацию и защита прав потребителей. Состояние вопроса в России и за рубежом. Товарная информация: основные понятия.

Тема 2. Виды и формы товарной информации.

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

Тема 3. Правовая и нормативная база информационного обеспечения.

Федеральные законы в области информационного обеспечения продавцов и потребителей; объекты, нормы, устанавливаемые ими. Права и ответственность продавцов по вопросам товарной информации. Права потребителей на информацию о товарах, их изготовителях и продавцах. Нормативная база: виды нормативных документов, регламентирующих требования к товарной информации. Нормы и правила, установленные в этих документах. Признаки недостоверной информации: искажение, введение приобретателя в заблуждение. Современные тенденции в области применения знаков соответствия. Знаки оценки соответствия национальных и международных организаций зарубежных стран.

Тема 4. Классификация средств товарной информации.

Средства товарной информации: классификация, назначение. Информационные ресурсы: понятие, назначение, виды. Характеристика нормативных и технических документов как носителей товарной информации. Классификация знаков, используемых в составе информации о товаре.

Тема 5. Товарно-сопроводительные документы. Товарно-сопроводительные документы (ТСД): понятие, классификация, назначение, основные реквизиты, правила заполнения. Унифицированные системы ТСД. Современные технологии работы с ТСД. Защитные знаки на ТСД. Ответственность за отсутствие обязательных ТСД. Эксплуатационные документы: понятие, назначение, разновидности. Требования к информации в эксплуатационных документах. Правила оформления эксплуатационных документов при реализации технически сложных товаров.

Тема 6. Маркировка товаров.

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

Тема 7. Информационные знаки.

Информационные знаки: компонентные, эксплуатационные, манипуляционные, предупредительные и экологические: понятие, назначение. Классификация на группы и подгруппы.

Характеристика информационных знаков разных групп и подгрупп: понятие, назначение, применяемая символика, сущность заложенной в информационных знаках информации. Особенности маркировки сертифицированных товаров и их упаковки. Правовая база использования товарных знаков. Право на товарный знак, регистрация, экспертиза, выдача свидетельства. Международная регистрация знаков. Передача товарного знака. Прекращение правовой охраны товарного знака. Федеральный орган исполнительной власти по интеллектуальной собственности: область компетенции. Ответственность за незаконное использование товарного знака и наименования места происхождения товара.

Тема 8. Штриховое кодирование.

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

Тема 9. Фальсификация в области товарной информации.

Виды и разновидности фальсификата. Способы и методы обнаружения. Ответственность за реализацию фальсифицированной продукции.

Содержание практических/лабораторных занятий по дисциплине

Тема 1. Предмет, цели и задачи дисциплины.

Право потребителей на информацию и защита прав потребителей. Закон РФ «О защите прав потребителей». Информация об изготовителе, понятие «необходимая информация» в отношении товара, общие требования, предъявляемые к информации о товаре и об изготовителе, «достоверная информация». Анализ судебной практики.

Тема 2. Виды и формы товарной информации.

Анализ товарной информации разных видов и форм. Установление видов маркировочно-справочной товароведной информации. Требования, предъявляемые к маркировке, виды и типы маркировки, сравнение потребительские маркировки продуктов с требованиями ГОСТ.

Тема 3. Правовая и нормативная база информационного обеспечения.

Изучение нормативных документов, регламентирующих требования к товарной информации. Конституция РФ (ст.29), Гражданский кодекс, Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», Закон РФ «О защите прав потребителей», Федеральный закон «О рекламе», технические регламенты СТР: национальные и Таможенного союза.

Тема 4. Классификация средств товарной информации.

Характеристика нормативных и технических документов как носителей товарной информации. Анализ соответствия информации на упаковке требованиям: идентификация видов товаров; определение предприятий изготовителей, сроков изготовления; указание условий и сроков хранения; рекомендации по использованию.

Тема 5. Товарно-сопроводительные документы.

Требования и правила оформления информации в эксплуатационных документах. Анализ информации в предложенных образцах товарно-сопроводительных документов на соответствие требованиям.

Тема 6. Маркировка товаров.

Стандарты, технические регламенты, устанавливающие требования к информации для потребителей. Анализ маркировки продуктов по ГОСТ Р 51074-97 "Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования". Проверка маркировки на достаточность.

Тема 7. Информационные знаки.

Правовая база использования товарных знаков. Анализ информации, расшифровка маркировки товаров и входящих в ее состав информационных знаков. Компонентные знаки, эксплуатационные, манипуляционные знаки, знаки соответствия и качества товаров, экологические знаки, QR-код.

Тема 8. Штриховое кодирование.

Классификация штриховых кодов: коды: EAN, UPC, Code 39, Codabar. Типы кода EAN. Структура кодов EAN разных типов.

Тема 9. Фальсификация в области товарной информации.

Способы и методы обнаружения фальсификата. Технологическая и предреализационная фальсификация. Комплексная фальсификация. Расчет контрольной цифры в штрих-коде.

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

5.1. Текущий контроль успеваемости.

Текущий контроль успеваемости по дисциплине «Товарная информация» проводится в форме рейтинг-контроля три раза в семестр. Типовые тестовые вопросы, практико-ориентированные задания и задачи для текущего контроля приведены ниже.

Рейтинг-контроль №1

1. Основополагающая товарная информация включает:

- а) вид, наименование товара, сорт, массу нетто, наименование предприятия изготовителя, дату выпуска, срок хранения и срок годности;
- в) штриховой код;
- г) номер продукции по ОКП, условные обозначения;

2. Требования, предъявляемые к товарной информации:

- а) достоверность, доступность, достаточность;
- б) красота исполнения;
- в) лаконичность.

3. Понятность информации о товаре включает:

- а) термины и определения, которые приводятся в терминологических стандартах и словарях и не требуют пояснений;
- б) информация, требующая пояснения продавца;
- в) аннотация;

4. Достаточность информации предполагает:

- а) рациональную информацию о товаре;
- б) сведения, дублирующие основную информацию о товаре
- в) использование символов.

5. Назначение средств товарной информации:

- а) информирование потребителей, продавцов, изготовителей;
- б) информирование потребителей и продавцов;
- в) идентификация товаров;

6. Информационные ресурсы включают:

- а) нормативные документы;
- б) технические документы;
- в) стандарты

- г) технические условия
- д) ценники

7. К количественным товаро-сопроводительным документам относят:

- а) счета;
- б) акты списания;
- в) отвесы, заборные листы, спецификации;

8. К комплексным товаросопроводительным документам относят:

- а) накладные;
- б) упаковочные листы;
- в) заявления декларации.

9. Функции маркировки:

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

10. Кольеретка это - ...

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

11. Клеймение и штампование применяют:

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

12. Требования, предъявляемые к клеймам и штампам:

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

Рейтинг-контроль №2

1. Формы письменной информации в текстовом элементе маркировки:

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

2. Информационные знаки представляют собой:

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

3. Штриховой код – это ...

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

4. Штриховые коды делят на:

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

5. Эксплуатационные знаки наносят на:

- а) этикетки,
- б) ярлыки,

- в) бирки,
- г) упаковку.

6. Манипуляционные знаки предназначены для:

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

7. Предупредительные знаки предназначены:

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

8. Круглое клеймо на туше мяса указывает на:

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

9. Потребительская товарная информация включает:

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

10. Доступность информации включает:

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

11. Востребованность информации включает:

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

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

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

Рейтинг-контроль №3

1. Качественные товаросопроводительные документы включают:

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

2. Расчетные товаросопроводительные документы:

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

3. Носители производственной маркировки:

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

4. Носитель товарной маркировки:

- а) ценники;

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

5. Маркировка включает элементы:

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

6. Условные обозначения характерны:

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

7. Носители информационных знаков:

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

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

- а) транспортной тары;
- б) крупногабаритных товаров;
- в) товаров небольшого размера.

9. Эксплуатационные знаки предназначены для:

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

10. Экологические знаки включают:

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

5.2. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины «Товарная информация» проводится в форме зачета.

Вопросы к зачету

1. Товарная информация: основные понятия.
2. Назначение и краткая характеристика товарной информации разных видов и форм.
3. Правовая и нормативная база информационного обеспечения товароведения.
4. Специализированная справочно-правовая система «Кодекс».
5. Понятие «Товарная информация».
6. Назовите виды товарной информации.
7. Укажите формы товарной информации, преимущества и недостатки этих форм.
8. Перечислите требования, предъявляемые к товарной информации.
9. Классификация средств товарной информации.
10. Информационные ресурсы: виды, назначение.
11. Значение рекламы в средствах товарной информации.
12. Дайте определение термину «Маркировка».
13. Назовите основные функции и виды маркировки.
14. Назовите основные носители производственной маркировки.
15. Назовите основные носители товарной маркировки.

16. Назовите группы и виды информационных знаков, укажите их значение и месторасположения на маркировке.
17. Относительные особенности товарного знака и наименования места происхождения товара.
18. Разновидности компонентных знаков в зависимости от технологических функций.
19. В чем особенность эксплуатационных знаков.
20. Основные виды предупредительных знаков.
21. Значимость экологических знаков.
22. Правила маркировки фарфоровых и фаянсовых изделий.
23. Правила маркировки хозяйственного мыла.
24. Правила маркировки парфюмерно-косметических товаров.
25. Правила маркировки ювелирных товаров.

5.3. Самостоятельная работа обучающегося.

Самостоятельная работа по дисциплине «Товарная информация» предполагает:

- 1) Выполнение практико-ориентированных заданий.
- 2) Подготовка к практическим занятиям, самостоятельное изучение научно-практического материала по заданным вопросам.
- 3) Подготовка реферата

Примерные темы для написания рефератов

1. Роль товароведения в международном товарообмене.
2. Сравнительный анализ методов классификации товаров.
3. Значение классификации в торгово-оперативной деятельности.
4. Значение классификации для международной торговли.
5. История развития штрихового кодирования.
6. Сравнительный анализ методов кодирования.
7. Безопасность и защита прав потребителей.
8. Анализ изменений, внесенных в закон «О защите прав потребителей».
9. Роль товарных знаков в оптимизации ассортимента.
10. Роль качества в повышении конкурентоспособности продукции.
11. Роль информации о товарах в условиях глобальной экономики.
12. Значение маркировки в экспортных и импортных операциях.
13. Грузовая маркировка: понятие, цели, задачи, содержание.
14. Роль маркировки в обеспечении безопасности товаров.
15. Понятие и функции товарного знака.
16. Право потребителя на информацию о товаре.
17. Право потребителя на безопасность.
18. Право потребителя на защиту.
19. Мировое соглашение: понятие, правовое поле, правила принятия.
20. Роль технологических документов в обеспечении качества готовой продукции.
21. Содержание обязательной информации о товаре.
22. Виды товарной информации.
23. Особенности информации о продовольственных товарах.
24. Особенности информации о непродовольственных товарах.
25. Маркировка как средство идентификации.
26. Технология товародвижения с использованием штрихового кодирования.
27. Организация процесса товародвижения на основе штрихового кодирования
28. Организация контроля алкогольной продукции с применением методов штрихового кодирования

Фонд оценочных материалов (ФОМ) для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ
		Наличие в электронном каталоге ЭБС
Основная литература		
1. Калачев, С. Л. Теоретические основы товароведения и экспертизы : учебник для бакалавров / С. Л. Калачев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 470 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-13164-2 — Текст : электронный // ЭБС Юрайт	2021	https://urait.ru/bcode/463732
2. Лифиц, И. М. Товарный менеджмент : учебник для прикладного бакалавриата / И. М. Лифиц, Ф. А. Жукова, М. А. Николаева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 405 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-3959-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт	2020	https://urait.ru/bcode/466184
3. Еремеева, Н. В. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебник и практикум для вузов / Н. В. Еремеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 242 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09362-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт].	2021	https://urait.ru/bcode/471886
Дополнительная литература		
1. Магомедов, Ш.Ш. Управление товарным ассортиментом и запасами : учебник / Ш.Ш. Магомедов. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 176 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02529-7 ; Текст: электронный // «Дашков и К°»	2019	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496208
2. Васильева И. В. Психотехники и психодиагностика в управлении персоналом : практическое пособие / И. В. Васильева. — 2-е изд., стер. — Москва : Издательство Юрайт, 2019; Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета. — 122 с. — (Серия: Профессиональная практика). — ISBN 978-5-534-11293-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт	2019	https://bibli-online.ru/bcode/444856
3. Теория и практика принятия управленческих решений : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / под общ. ред. В. И. Бусова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 279 с. — (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс.). — ISBN 978-5-534-03859-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт	2019	https://bibli-online.ru/bcode/432942

6.2. Периодические издания

1. Менеджмент в России и за рубежом*
2. Проблемы теории и практики управления *

* – литература из фонда библиотеки ВлГУ

6.3. Интернет ресурсы

1. <http://www.gks.ru/> - Официальный интернет-портал Федеральной службы государственной статистики (Росстат)
2. <http://www.marketing.spb.ru> - Библиотека маркетолога 9проект компании Альт-Инвест
3. <http://panor.ru/magazines/sovremennaya-torgovlya.html> Современная торговля
4. www.consultant.ru – Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
5. <http://library.vlsu.ru/> – сайт научной библиотеки ВлГУ
6. <http://www.scopus.com/> – библиографическая и реферативная база данных научных публикаций Scopus
7. [webofscience.com](http://www.webofscience.com) – база данных международных индексов научного цитирования Web of Science

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий практического/лабораторного типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы: аудитории, оснащенные мульти-медиа оборудованием, компьютерные классы с доступом в интернет, аудитории без специального оборудования.

Перечень используемого лицензионного программного обеспечения: пакет MS-Office, Microsoft Windows, 7-Zip, AcrobatReader; СПС «Консультант Плюс» (инсталлированный ресурс ВлГУ).

Примечание

В соответствии с нормативно-правовыми актами для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости тестирование может быть проведено только в письменной или устной форме, а также могут быть использованы другие материалы контроля качества знаний, предусмотренные рабочей программой дисциплины.

Рабочую программу составил к.п.н. доцент Александр Е.Е. Лосев
(ФИО, должность, подпись)

Рецензент
(представитель работодателя) Руководитель отдела персонала ООО «Гиперглобус»

О.В.Истратова
(место работы, должность, ФИО, подпись)



Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры «Коммерции и гостеприимства»
Протокол № 1 от 29.08.22 года
Заведующий кафедрой к.э.н., доцент О.Б.Ярьс
(ФИО, подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена
на заседании учебно-методической комиссии направления 38.03.06 «Торговое дело»
Протокол № 1 от 30.08.22 года
Председатель комиссии к.п.н., доцент М.В.Краснова
(ФИО, должность, подпись)