

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА ТАМОЖЕННОГО ДЕЛА И ЛОГИСТИКИ

Рабочая программа дисциплины (модуля)  
**ОСНОВЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Направление и направленность (профиль)  
38.03.07 Товароведение. Товарный менеджмент во внутренней и внешней торговле

Год набора на ОПОП  
2021

Форма обучения  
очная

Владивосток 2023

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Основы профессиональной деятельности» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение (утв. приказом Минобрнауки России от 12.08.2020г. №985) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 06.04.2021 г. N245).

Составитель(и):

*Тилиндис Т.В., кандидат технических наук, доцент, Кафедра таможенного дела и логистики, Tatyana.Tilindis@vvsu.ru*

Утверждена на заседании кафедры таможенного дела и логистики от 31.05.2022 , протокол № 10

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой (разработчика)

Юрченко Н.А.

<b>ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ</b>	
Сертификат	1575639371
Номер транзакции	0000000000AEE5D8
Владелец	Юрченко Н.А.

## 1 Цель, планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Целью освоения дисциплины «Основы профессиональной деятельности» является формирование у студентов представлений о основных процессах товарного менеджмента в части понимания интересов и прав потребителей, потребительского поведения, важности знания нормативных документов в области обеспечения качества и безопасности товаров.

Задачи освоения дисциплины:

- изучение нормативных материалов по защите прав потребителей;
- ознакомление студентов с нормативными документами, регулирующими взаимоотношения потребителей с производителями, исполнителями или торгующими организациями;
- ознакомление с основами работы по претензиям потребителей, претензиям на поставку некачественных товаров с целью разработки соответствующих мероприятий;
- ознакомление с минимально необходимым объемом потребительских знаний при принятии решения о покупке или получения услуг;
- ознакомление с основными источниками информации для потребителей;
- изучение возможности применения различных стандартов на практике;
- ознакомление с основами потребительского тестирования, рекламы, ее целями и значением для потребителя;
- изучение значения этики поведения во взаимоотношениях «потребитель-продавец (или производитель).

Планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю), являются знания, умения, навыки. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представлен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции, формируемые в результате изучения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине		
			Код результата	Формулировка результата	
38.03.07 «Товароведение» (Б-ТВ)	ОПК-3 : Способен применять действующие нормативные правовые акты и нормативные документы в сфере обеспечения качества, безопасности и предупреждения оборота фальсифицированной продукции	ОПК-3.2к : Использует нормативные правовые документы для обеспечения качества, безопасности и предупреждения оборота фальсифицированной продукции	РД2	Умение	Соблюдать этические нормы общения с потребителями. Правильно использовать нормативные и правовые документы в области защиты прав потребителей в рамках будущей профессиональной деятельности. Оценивать товар с точки зрения потребителей, опираясь на требования

	ОПК-4 : Способен предлагать обоснованные организационно-управленческие решения в сферах управления качеством и ассортиментом товаров, товарного менеджмента и экспертизы	ОПК-4.3к : Понимает основные процессы в сфере товарного менеджмента	РД1	Знание	Основы этической культуры и профессиональной этики. Нормативно-правовых документов в области защиты прав потребителей, в том числе и в части требований к маркировке товаров и информации, которую она должна содержать. Требованиям нормативной документации к продукции, ее характеристикам, отвечающим за принятие решения потребителя о ее покупке. Основы потребительского тестирования, испытаний продукции на соответствие требованиям безопасности и качества.
			РД3	Навык	Проведения потребительского тестирования, испытаний продукции на соответствие требованиям безопасности и качества. Навыками использования знаний по организации претензионной работы в торговой организации

## 2 Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП

Дисциплина «Основы профессиональной деятельности» относится к дисциплинам обязательной части.

Дисциплина «Основы профессиональной деятельности» формирует общепрофессиональные компетенции у обучающегося.

## 3. Объем дисциплины (модуля)

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Общая трудоемкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо-емкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттес-тации	
					Всего	Аудиторная			Внеауди-торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА			КСР
38.03.07 Товароведение	ОФО	Б1.Б	1	3	37	18	18	0	1	0	71	3

## 4 Структура и содержание дисциплины (модуля)

### 4.1 Структура дисциплины (модуля) для ОФО

Тематический план, отражающий содержание дисциплины (перечень разделов и тем), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с учебным планом, приведен в таблице 3.1

Таблица 3.1 – Разделы дисциплины (модуля), виды учебной деятельности и формы текущего контроля для ОФО

№	Название темы	Код резуль-тата обучения	Кол-во часов, отведенное на				Форма текущего контроля
			Лек	Практ	Лаб	СРС	
1	Основные понятия курса.	РД1, РД2, РД3	2	3	0	9	собеседование
2	Проблемы потребительского выбора	РД1, РД2	2	4	0	9	собеседование
3	Характеристика потребителей	РД1, РД2	2	3	0	9	собеседование
4	Торговля - как способ доведения товара до потребителя	РД1, РД3	1	2	0	9	собеседование
5	Источники информации для потребителей	РД1, РД2, РД3	2	2	0	7	собеседование
6	Значение маркировки	РД1, РД2	2	2	0	7	собеседование
7	Потребительское тестирование	РД1, РД2, РД3	2	2	0	7	собеседование
8	Потребительское законодательство	РД1, РД2, РД3	2	0	0	5	собеседование
9	Значение рекламы для потребителя	РД1	2	0	0	2	собеседование
10	Этика потребительского поведения	РД1, РД2	1	0	0	7	собеседование
<b>Итого по таблице</b>			<b>18</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>71</b>	

### 4.2 Содержание разделов и тем дисциплины (модуля) для ОФО

*Тема 1 Основные понятия курса.*

Содержание темы: Понятие потребителей. Понятие производителя и продавца. Нормативные документы по защите прав потребителей. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: моделирование деловой ситуации, деловые игры.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к практическому занятию, подготовка реферата.

*Тема 2 Проблемы потребительского выбора.*

Содержание темы: Понятие нужды, потребности и полезности. Спрос и предложение. Виды классификаций потребностей. Пирамида потребностей по А. Маслоу. Структура потребностей. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: моделирование деловой ситуации, деловые игры, круглые столы.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к практическому занятию, подготовка реферата.

### *Тема 3 Характеристика потребителей.*

Содержание темы: Принятие потребителем решения о покупке. Стил ь потребления. Типы потребителей. Факторы внешнего и внутреннего влияния на поведение потребителей .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: моделирование деловой ситуации, деловые игры.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к практическому занятию, подготовка реферата.

### *Тема 4 Торговля - как способ доведения товара до потребителя.*

Содержание темы: Общие понятия о торговле. Оптовая и розничная торговля. Формы розничной торговли. Преимущества и недостатки. Виды торговых предприятий. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: разбор практического кейса (заданий).

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к практическому занятию, подготовка реферата.

### *Тема 5 Источники информации для потребителей.*

Содержание темы: Общее понятие информации, предназначенной для потребителя. Способы получения информации. Пользование информацией. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: разбор практического кейса (заданий).

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к практическому занятию, подготовка реферата.

### *Тема 6 Значение маркировки.*

Содержание темы: Маркировка товаров. Экологические символы. Стандарты качества и безопасности. Правила пользования товаром (по этикетке). Понятие штрих-кода. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: разбор практического кейса (заданий).

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к практическому занятию, подготовка реферата.

### *Тема 7 Потребительское тестирование.*

Содержание темы: Сертификация и ее значение для потребителей. Понятие сертификата соответствия. Отличие обязательной сертификации от сравнительных потребительских испытаний. Сравнительные потребительские испытания. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: разбор практического кейса (заданий).

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка к практическому занятию, подготовка реферата.

### *Тема 8 Потребительское законодательство.*

Содержание темы: Основные права потребителей: на безопасность, на качество, на информацию, на выбор, на возмещение причиненного ущерба. Ответственность производителя, исполнителя и продавца за нарушение прав потребителей. Организации, призванные защищать потребителей. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: дискуссия.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка реферата.

### *Тема 9 Значение рекламы для потребителя.*

Содержание темы: Общие сведения о рекламе для потребителя. Цели и задачи рекламы. Основные функции рекламы: информативная, психологическая, стимулирующая и селективная (избирательная). Основные формы рекламы, в т.ч. печатная реклама, в прессе, радио- и телереклама и др., к Понятия товарный знак, фирменный стиль. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: дискуссия (обсуждение).

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка реферата.

### *Тема 10 Этика потребительского поведения.*

Содержание темы: Понятие об этической культуре сервиса. Профессиональная этика и профессиональное поведение. .

Формы и методы проведения занятий по теме, применяемые образовательные технологии: дискуссия.

Виды самостоятельной подготовки студентов по теме: подготовка реферата.

## **5 Методические указания для обучающихся по изучению и реализации дисциплины (модуля)**

### **5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины и по обеспечению самостоятельной работы**

#### **Рекомендации по изучению дисциплины**

Успешное освоение дисциплины предполагает активную работу студентов на лекциях и практических занятиях, выполнение аттестационных мероприятий, эффективную самостоятельную работу.

В процессе изучения дисциплины студенту необходимо ориентироваться на самостоятельную проработку лекционного материала, подготовку к практическим занятиям, выполнение рефератов.

#### **Методические рекомендации по обеспечению самостоятельной работы**

Цель СРС в процессе обучения заключается, как в усвоении знаний, так и в формировании умений и навыков по их использованию в новых условиях на новом учебном материале. Самостоятельная работа призвана обеспечивать возможность осуществления студентами самостоятельной познавательной деятельности в обучении, и является видом учебного труда, способствующего формированию у студентов самостоятельности.

В рамках подготовки к практическим занятиям студенты сначала прорабатывают лекционный материал, презентации по теме работы, знакомятся с целью, задачами и информационными источниками. При необходимости подбирают дополнительные информационные материалы, необходимую литературу, нормативные и законодательные документы, знакомятся с ними. В случае, если в заданиях работы необходимо написать размышление или эссе, изучают источники, различные данные и др., чтобы иметь представление о вопросах, затрагиваемых в работе.

Студентам также предлагается выполнить самостоятельную работу в виде реферата по предложенным темам. Текст рефератов набирается на компьютере и оформляется на листах формата А4. Оформление реферата в соответствии с требованиями ВГУЭС.

Для успешного выполнения задания следует ознакомиться с рекомендованной литературой по дисциплине и углубленно ее изучить.

При оценке реферата (доклада) учитывается степень проработки темы, наличие развернутого плана, выделены основные вопросы рассматриваемой проблемы и подробно раскрыты, наличие аргументированного заключения, а также наличие соответствующего списка информационных источников (не менее 20).

Перечень и тематика самостоятельных работ студентов:

1. «Билль о правах потребителей» в США.
  2. Анализ потребительского законодательства в странах Европы или Азии.
  3. Товар как основа потребительского выбора. Потребительские характеристики товара.
  4. Современные концепции управления поведением потребителей на рынке товаров и услуг.
  5. Теории человеческих потребностей и их применение в товароведной деятельности.
  6. Преимущества и недостатки различных видов и форм торговли.
  7. Виды договоров службы быта, на транспорте, аэрофлота, туристических фирм.
- Ответственность исполнителя за нарушение прав потребителя.
8. Рыночная атрибутика отдельных групп товаров.
  9. Порядок проведения подтверждения соответствия (сертификации) различных товаров.
  10. Анализ различных видов рекламы (на примере). Выбор рекламных средств.
  11. Адвокатура и суд. Условия обращения потребителей.
  12. Понятие самозащиты потребителя. Существующие способы самозащиты потребителя.
  13. Понятие «зеленого» потребления. Влияние потребления на окружающую среду.
  14. Денежные инструменты потребителя.
  15. Ассоциации потребителей и производителей, значение на современном этапе развития общества.
  16. Потребительский «рэккет». Что это? Примеры.
  17. Экологическая маркировка.
  18. Дегустация как способ потребительского тестирования.
- Контрольные вопросы для самостоятельной оценки качества освоения дисциплины:
1. Кого можно назвать потребителем.
  2. Кто такой производитель.
  3. Кого называют продавцом.
  4. В чем заключается проблема потребительского выбора.
  5. Какую роль играет бюджетное ограничение.
  6. В чем отличие потребности от нужды.
  7. Как определить полезность товара.
  8. Какие классификации потребностей существуют, что они характеризуют.
  9. В чем сущность пирамиды А. Маслоу.
  10. В чем заключается риск при покупке товара.
  11. Какие существуют стили потребления.
  12. Какие бывают типы потребителей.
  13. Что понимается под информацией для потребителя.
  14. Какие существуют способы получения информации потребителем.
  15. Назвать потребительские издания.
  16. Какие источники называют независимыми.
  17. В чем заключается роль торговли.
  18. Какие составляющие торговли позволяют удовлетворять потребности покупателя.
  19. Сущность оптовой торговли.
  20. Розничная торговля и ее особенности.
  21. Назвать формы розничной торговли.
  22. Где возникают импульсные покупки и что они представляют.
  23. Что такое стимулирование сбыта.
  24. Перечислить способы стимулирования сбыта.
- 2 5 . Чем, по-вашему, отличается работа товароведа в специализированных и универсальных магазинах.
26. Всегда ли на рынках действует закон «О защите прав потребителя».
  27. Чем отличается информация производителя (или торгующего предприятия) от



информации независимых источников.

28. Почему считают, что информация-это власть.

29. Почему необходимо пользоваться советами специальных изданий для потребителя.

30. Почему нельзя положиться только на советы друзей и знакомых при совершении покупки или получения услуг.

31. Как читать специальные символы на упаковке товара.

32. Что такое штрих-код.

33. О чем свидетельствует индекс «Е».

34. Какие бывают стандарты качества и безопасности, приведите примеры.

35. Что представляет собой сертификат соответствия.

36. Чем отличается обязательная сертификация от сравнительных потребительских испытаний.

37. Зачем нужны сравнительные потребительские испытания.

38. Кто проводит потребительское тестирование.

39. Как правильно провести сравнительные потребительские испытания.

40. Как читать результаты тестов.

41. Как определить подделки или двойники товаров.

42. Как осуществляется потребительское тестирование услуг.

43. Какие основные функции рекламы.

44. Задачи рекламы.

45. Возможные цели рекламы.

46. Основные виды рекламы.

47. Что представляет собой рекламный процесс.

48. Что представляет собой группа целевого воздействия.

49. Какая реклама является недобросовестной.

50. Какую рекламу можно отнести к скрытой.

51. Особый вид рекламы - публичная оферта.

52. Какие основные права появились у потребителя.

53. Когда права становятся реальностью.

54. Какие нормативные акты защищают права потребителей.

55. Какие разделы содержит «Закон о защите прав потребителей».

56. Какую ответственность несут производители и продавцы за нарушение прав потребителей.

57. Какие организации призваны защищать потребителей.

58. Куда следует обращаться, если нарушены те или иные права потребителя.

59. Основные принципы потребительского поведения.

60. Что можно считать нормой потребительского поведения.

Для проведения занятий лекционного типа используются презентации, соответствующие темам.

Образовательный процесс по дисциплине может осуществляться с применением технологии смешанного обучения. В этом случае ЭОС обеспечивает проведение лекционных занятий, размещение отчетов по практическим работам и рефератов.

## **5.2 Особенности организации обучения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

При необходимости обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) предоставляется учебная информация в доступных формах с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением

тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания, консультации и др.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; индивидуальные задания, консультации и др.

## **6 Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений планируемым результатам обучения по дисциплине (модулю) созданы фонды оценочных средств. Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 1.

## **7 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)**

### **7.1 Основная литература**

1. Денисова Н. И. Коммерческая деятельность предприятий торговли : учебное пособие [Электронный ресурс] : Магистр , 2020 - 480 - Режим доступа: <https://new.znaniium.com/catalog/document?id=355610>

2. Егоров Ю.Н. Основы маркетинга : Учебник [Электронный ресурс] : ИНФРА-М , 2020 - 292 - Режим доступа: <https://new.znaniium.com/catalog/document?id=354794>

3. Егоров Ю.Н. Основы маркетинга : Учебник [Электронный ресурс] : Инфра-М , 2021 - 292 - Режим доступа: <https://znaniium.com/catalog/document?id=375783>

4. Егоров Ю.Н. Управление маркетингом : Учебник [Электронный ресурс] : ИНФРА-М , 2020 - 238 - Режим доступа: <https://new.znaniium.com/catalog/document?id=351756>

5. Меликян О. М. Поведение потребителей : Учебники [Электронный ресурс] - Москва : Дашков и К°, 2020 - 280 - Режим доступа: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book\\_red&id=112324](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=112324)

### **7.2 Дополнительная литература**

1. Арустамов Э.А. Основы бизнеса [Электронный ресурс] : Дашков и К , 2019 - 228 - Режим доступа: <https://new.znaniium.com/catalog/document?id=358223>

2. Кошечая И.П., Канке А.А. Профессиональная этика и психология делового общения : Учебное пособие [Электронный ресурс] : Издательский Дом ФОРУМ , 2021 - 304 - Режим доступа: <https://znaniium.com/catalog/document?id=360749>

3. Кошечая И.П., Канке А.А. Профессиональная этика и психология делового общения : Учебное пособие [Электронный ресурс] : ФОРУМ , 2019 - 304 - Режим доступа: <https://new.znaniium.com/catalog/document?id=329894>

4. О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения [Электронный ресурс] : ИНФРА-М , 2011 - 44 - Режим доступа: <https://new.znaniium.com/catalog/document?id=218658>

5. Федеральный закон ФЗ от 07.02.92 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей»

### **7.3 Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы (при необходимости):**

1. Информационно-правовой портал Гарант – <http://www.garant.ru/>
2. Информационно-справочная система «Консультант Плюс» – <http://www.consultant.ru/>
3. Научная электронная библиотека – Режим доступа: <https://elibrary.ru/>
4. Научная электронная библиотека «eLIBRARY. RU» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>
5. Электронная библиотека диссертаций [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://diss.rsl.ru/>
6. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» - Режим доступа: <http://biblioclub.ru/>
7. Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM - Режим доступа: <https://new.znanium.com/>
8. Электронная библиотечная система ZNANIUM.COM - Режим доступа: <https://znanium.com/>
9. Open Academic Journals Index (OAJI). Профессиональная база данных - Режим доступа: <http://oaji.net/>
10. Президентская библиотека им. Б.Н.Ельцина (база данных различных профессиональных областей) - Режим доступа: <https://www.prlib.ru/>

**8 Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения**

Основное оборудование:

- Компьютеры
- Проектор

Программное обеспечение:

- Microsoft Windows 7 Russian

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА ТАМОЖЕННОГО ДЕЛА И ЛОГИСТИКИ

Фонд оценочных средств  
для проведения текущего контроля  
и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

**ОСНОВЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Направление и направленность (профиль)

38.03.07 Товароведение. Товарный менеджмент во внутренней и внешней торговле

Год набора на ОПОП  
2021

Форма обучения  
очная

Владивосток 2023

## 1 Перечень формируемых компетенций

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции
38.03.07 «Товароведение» (Б-ТВ)	ОПК-3 : Способен применять действующие нормативные правовые акты и нормативные документы в сфере обеспечения качества, безопасности и предупреждения оборота фальсифицированной продукции	ОПК-3.2к : Использует нормативные правовые документы для обеспечения качества, безопасности и предупреждения оборота фальсифицированной продукции
	ОПК-4 : Способен предлагать обоснованные организационно-управленческие решения в сферах управления качеством и ассортиментом товаров, товарного менеджмента и экспертизы	ОПК-4.3к : Понимает основные процессы в сфере товарного менеджмента

Компетенция считается сформированной на данном этапе в случае, если полученные результаты обучения по дисциплине оценены положительно (диапазон критериев оценивания результатов обучения «зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично»). В случае отсутствия положительной оценки компетенция на данном этапе считается несформированной.

## 2 Показатели оценивания планируемых результатов обучения

**Компетенция ОПК-3 «Способен применять действующие нормативные правовые акты и нормативные документы в сфере обеспечения качества, безопасности и предупреждения оборота фальсифицированной продукции»**

Таблица 2.1 – Критерии оценки индикаторов достижения компетенции

Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине			Критерии оценивания результатов обучения
	Код результата	Тип результата	Результат	
ОПК-3.2к : Использует нормативные правовые документы для обеспечения качества, безопасности и предупреждения оборота фальсифицированной продукции	РД2	Умение	Соблюдать этические нормы общения с потребителями. Правильно использовать нормативные и правовые документы в области защиты прав потребителей в рамках будущей профессиональной деятельности. Оценивать товар с точки зрения потребителей, опираясь на требования	Самостоятельность решения поставленных задач

**Компетенция ОПК-4 «Способен предлагать обоснованные организационно-управленческие решения в сферах управления качеством и ассортиментом товаров, товарного менеджмента и экспертизы»**

Таблица 2.2 – Критерии оценки индикаторов достижения компетенции

Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине			Критерии оценивания результатов обучения
	Код результата	Тип результата	Результат	
ОПК-4.3к : Понимает основные процессы в сфере товарного менеджмента	РД1	Знание	Основы этической культуры и профессиональной этики. Нормативно-правовых документов в области защиты прав потребителей, в том числе и в части требований к маркировке товаров и информации, которую она должна содержать. Требованиям нормативной документации к продукции, ее характеристикам, отвечающим за принятие решения потребителем о ее покупке. Основы потребительского тестирования, испытаний продукции на соответствие требованиям безопасности и качества.	Правильность ответов на поставленные вопросы. Корректность использования соответствующей терминологии
	РД3	Навык	Проведения потребительского тестирования, испытаний продукции на соответствие требованиям безопасности и качества. Навыками использования знаний по организации претензионной работы в торговой организации	Самостоятельность решения поставленных задач

Таблица заполняется в соответствии с разделом 1 Рабочей программы дисциплины (модуля).

### 3 Перечень оценочных средств

Таблица 3 – Перечень оценочных средств по дисциплине (модулю)

Контролируемые планируемые результаты обучения	Контролируемые темы дисциплины	Наименование оценочного средства и представление его в ФОС		
		Текущий контроль	Промежуточная аттестация	
Очная форма обучения				
РД1	Знание : Основы этической культуры и профессиональной этики. Нормативно-правовых документов в области защиты прав потребителей, в том числе и в части требований к маркировке товаров и информации, которую она должна содержать.	1.1. Основные понятия курса.	Собеседование	Список вопросов
			Список вопросов	Список вопросов
	1.2. Проблемы потребительского выбора	Собеседование	Список вопросов	
		Список вопросов	Список вопросов	

	Требований нормативной документации к продукции, ее характеристикам, отвечающим за принятие решения потребителем о ее покупке. Основы потребительского тестирования, испытаний продукции на соответствие требованиям безопасности и качества.	1.3. Характеристика потребителей	Собеседование	Список вопросов
			Список вопросов	Список вопросов
		1.4. Торговля - как способ доведения товара до потребителя	Собеседование	Список вопросов
			Список вопросов	Список вопросов
		1.5. Источники информации для потребителей	Собеседование	Список вопросов
			Список вопросов	Список вопросов
		1.6. Значение маркировки	Собеседование	Список вопросов
			Список вопросов	Список вопросов
		1.7. Потребительское тестирование	Собеседование	Список вопросов
			Список вопросов	Список вопросов
1.8. Потребительское законодательство	Собеседование	Список вопросов		
	Список вопросов	Список вопросов		
1.9. Значение рекламы для потребителя	Собеседование	Список вопросов		
	Список вопросов	Список вопросов		
1.10. Этика потребительского поведения	Собеседование	Список вопросов		
	Список вопросов	Список вопросов		
РД2	Умение : Соблюдать этические нормы общения с потребителями. Правильно использовать нормативные и правовые документы в области защиты прав потребителей в рамках будущей профессиональной деятельности. Оценивать товар с точки зрения потребителей, опираясь на требования	1.1. Основные понятия курса.	Кейс-задача	Список вопросов
			Реферат	Список вопросов
		1.2. Проблемы потребительского выбора	Кейс-задача	Список вопросов
			Реферат	Список вопросов
		1.3. Характеристика потребителей	Кейс-задача	Список вопросов
			Реферат	Список вопросов
		1.5. Источники информации для потребителей	Кейс-задача	Список вопросов
			Реферат	Список вопросов
		1.6. Значение маркировки	Кейс-задача	Список вопросов





Промежуточная аттестация					20								20	
Итого													100	

Сумма баллов, набранных студентом по всем видам учебной деятельности в рамках дисциплины, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика качества сформированности компетенции
от 91 до 100	«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями и умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
от 76 до 90	«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
от 61 до 75	«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
от 41 до 60	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	У студента не сформированы дисциплинарные компетенции, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков.
от 0 до 40	«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Дисциплинарные компетенции не сформированы. Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков.

## 5 Примерные оценочные средства

### 5.1 Список вопросов к устному собеседованию

#### Список вопросов к устному собеседованию

##### Тема 1 Основные понятия курса

1. Дайте определение понятию защита прав потребителей.
2. Кого можно назвать потребителем?
3. Кого называют продавцом?
4. Какие права потребителей провозгласил американский президент Кеннеди в «Биле о правах потребителей»?
5. Какую основную задачу в области защиты прав потребителей содержал Римский договор?
6. Когда был принят закон РФ «О защите прав потребителей»?
7. Что такое безопасность товара?
8. Кто такой импортер?

##### Тема 2 Проблемы потребительского выбора

1. В чем заключается проблема потребительского выбора.
2. Какую роль играет бюджетное ограничение?
3. Что такое нужда?

4. Что такое потребность?
5. В чем отличие потребности от нужды?
6. Как определить полезность товара?
7. Какие классификации потребностей существуют? Что они характеризуют?
8. В чем сущность теории потребностей А. Маслоу?
9. Как называется потребность, определяющая деятельность человека в настоящий момент?
10. Что такое спрос?

#### Тема 3 Характеристика потребителей

1. Какие существуют стили потребления?
2. Какие бывают типы потребителей?
3. Перечислите внутренние факторы поведения потребителей.
4. Что такое восприятие?
5. В чем заключается мотивация потребителей?
6. Как эмоции могут повлиять на выбор потребителя?

#### Тема 4 Торговля как способ доведения товара до потребителя

1. В чем заключается роль торговли?
2. Какие составляющие торговли позволяют удовлетворять потребности покупателя?
3. Какие виды торговли вы знаете?
4. Способы организации торговли.
5. В чем заключается сущность оптовой торговли?
6. Розничная торговля и ее особенности.
7. Назвать формы розничной торговли.
8. Где возникают импульсные покупки и что они представляют?

#### Тема 5 Источники информации для потребителей

1. Что понимается под информацией для потребителя?
2. Что представляет собой информация от изготовителя?
3. Какие источники называют независимыми?
4. Чем отличается информация производителя (или торгующего предприятия) от информации независимых источников?
5. Почему нельзя положиться только на советы друзей и знакомых при совершении покупки или получения услуг?

#### Тема 6 Информация на упаковке товара

1. Как читать специальные символы на упаковке товара?
2. Роль штрихового кодирования в торговле.
3. О чем свидетельствует индекс «Е»?
4. Какие вы знаете экологические символы, наносимые на упаковку?
5. Что такое знак соответствия?
6. Что такое знак обращения на рынке?
7. Какую информацию о товаре должна содержать маркировка?

#### Тема 7 Потребительское тестирование

1. Что представляет собой сертификат соответствия?
2. Кто проводит потребительское тестирование?
3. Как правильно провести сравнительные потребительские испытания?
4. Как определить подделки или двойники товаров?

#### Тема 8 Значение рекламы для потребителя

1. Какие основные функции рекламы?
2. Что представляет собой рекламный процесс?

3. Какая реклама является недобросовестной?
4. Какую рекламу можно отнести к скрытой?

Тема 9 Потребительское законодательство

1. Какие основные права появились у потребителя?
2. Какие нормативные акты защищают права потребителей?
3. Какую ответственность несут производители и продавцы за нарушение прав потребителей?
4. Какие организации призваны защищать потребителей?
5. Куда следует обращаться, если нарушены те или иные права потребителя?

Тема 10 Этика потребительского поведения

1. Что можно считать нормой потребительского поведения?
2. Понятие профессиональной этики.
3. Что изучает профессиональная этика?

*Краткие методические указания*

Во время собеседования студенты активно отвечают на вопросы, предварительно подготовившись по каждой теме.

*Шкала оценки*

Оценка	Баллы	Описание
5	19–20	выставляется бакалавру, если четко и правильно отвечал на все вопросы, давал развернутый и аргументированный ответ по каждому вопросу, показывая широту и глубину знаний, в ответах умело использовал нормативные и правовые документы
4	16–18	если правильно отвечал на большинство вопросов и подкреплял ответ знаниями нормативных и правовых документов
3	13–15	если хорошо отвечал на вопросы (не менее 40 %) , при ответах на некоторые использовал нормативные и правовые документы
2	9–12	если отвечал на вопросы (менее 10 %)

## 5.2 Задания для решения кейс-задачи

### Практическое занятие № 1

**Тема: Значение потребительских знаний.**

**Цель занятия:** Ознакомиться с основными понятиями: потребитель, продавец, покупатель, изготовитель. Рассмотреть и проанализировать структуру Федерального закона РФ «О защите прав потребителей». Закрепить теоретические знания в рассматриваемой области.

**Задачи работы:**

1. Ознакомиться с основными разделами закона РФ «О защите прав потребителей».
2. Изучить структуру вышеназванного закона.
3. Изучить основные понятия: потребитель, продавец, покупатель, изготовитель, безопасность, качество, товар, услуга, работа.

**Информационные источники:**

1. Закон РФ « О защите прав потребителей» от 07.02.1992 г. № 2300-1
2. Постановление Правительства РФ от 19.01.1998 г. N 55 "Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации".
3. ГОСТ Р 51303-2013 Торговля. Термины и определения.

**План работы:**

### Задание 1

Ознакомиться с основными разделами Закона РФ «О защите прав потребителей». Рассмотреть структуру данного закона и представить ее в виде таблицы 1.

Таблица 1

Структурные разделы (главы) закона «О защите прав потребителей»	Наименование статей раздела, формирующих структуру закона
-----------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------

Изучив структуру и содержание разделов закона ответить на вопросы:

1. Назовите область распространения закона РФ «О защите прав потребителей». Какие отношения данный закон регулирует?
2. Что такое структура закона? Какие основные разделы представлены в законе?
3. Какие права потребителя закрепляет данный закон? Кратко охарактеризуйте их.
4. При выполнении работ или оказании услуг потребитель защищен данным законом? Какие права установлены при выполнении работ или оказании услуг?

### Задание 2

Ознакомиться с основными понятиями: потребитель, продавец, покупатель, изготовитель, безопасность, качество, товар, услуга торговли, представленных в вышеназванном законе, Правилах продажи отдельных видов товаров и ГОСТ Р 51303-2013 Торговля. Термины и определения. Данные определения зафиксировать письменно в тетради в произвольном виде.

Ответить на вопрос:

Чем отличается понятие товар (продукция) от услуги? Ответ обосновать.

Как вы думаете, поведение потребителя при приобретении товара отличается от поведения при оказании услуг? Ответ обоснуйте.

### Задание 3 Игра "Большой круг"

Группа рассаживается на стульях в большом кругу.

Преподаватель объявляет задачу: разработать обобщенную модель идеального потребителя (как вариант - продавца, изготовителя, исполнителя).

Желаемый результат: определение психологических качеств, умений и знаний, необходимых потребителю в реальной жизни.

В течение определенного времени (примерно 5 мин.) каждый участник записывает на листке свои соображения. Затем по очереди участники зачитывают по одному пункту. Группа молча выслушивает (не критикуя!) и проводит голосование - включать ли его в общее решение. Одобренная большинством характеристика фиксируется на доске или на отдельном листке. Остальные вычеркивают аналогичный пункт из своих перечней, чтобы избежать повторений.

Подводя итог, обратите внимание на то, что кроме бытового представления существует еще и юридическое толкование понятия потребитель.

#### *Краткие методические указания*

Качественное освоение дисциплины предполагает четкое, последовательное, логичное и полное выполнение студентами всех заданий на практических занятиях.

Результаты по практическим работам студенты представляют преподавателю в виде отчета сразу после окончания занятия. В случае применения технологии смешанного обучения студенты размещают отчеты в ЭОС (Moodle).

#### *Шкала оценки*

Оценка	Баллы	Описание
5	19–20	если достигнуты все цели и задачи работы; результаты полностью соответствуют задачам работы; имеются аргументированные выводы по всем результатам; материал полностью обработан; оформление соответствующее
4	16–18	если достигнуты все цели работы; результаты в достаточной мере соответствуют задачам работы; имеются выводы по результатам; материал обработан и оформлен

3	13–15	если достигнуты некоторые цели и задачи работы (не менее 70 %); имеются выводы по результатам; оформление неполное
2	9–12	если работа имеется; цели и задачи некоторые достигнуты (не менее 50 %), имеются некоторые выводы; оформление неполное

### 5.3 Перечень тем рефератов

1. «Билль о правах потребителей» в США.
2. Анализ потребительского законодательства в странах Европы или Азии.
3. Товар как основа потребительского выбора. Потребительские характеристики товара.
4. Современные концепции управления поведением потребителей на рынке товаров и услуг.
5. Теории человеческих потребностей и их применение в товароведной деятельности.
6. Преимущества и недостатки различных видов и форм торговли.
7. Виды договоров службы быта, на транспорте, аэрофлота, туристических фирм. Ответственность исполнителя за нарушение прав потребителя.
8. Рыночная атрибутика отдельных групп товаров.
9. Порядок проведения подтверждения соответствия (сертификации) различных товаров.
10. Анализ различных видов рекламы (на примере). Выбор рекламных средств.
11. Адвокатура и суд. Условия обращения потребителей.
12. Понятие самозащиты потребителя. Существующие способы самозащиты потребителя.
13. Понятие «зеленого» потребления. Влияние потребления на окружающую среду.
14. Денежные инструменты потребителя.
15. Ассоциации потребителей и производителей, значение на современном этапе развития общества.
16. Потребительский «рэккет». Что это? Примеры.
17. Экологическая маркировка.
18. Дегустация как способ потребительского тестирования.

#### *Краткие методические указания*

Написание реферата является частью самостоятельной познавательной деятельности студента в процессе обучения и способствует формированию у него самостоятельности.

Для успешного выполнения задания следует ознакомиться с рекомендованной литературой по дисциплине и углубленно ее изучить.

Текст рефератов набирается на компьютере и оформляется на листах формата А4. Оформление реферата в соответствии с требованиями ВГУЭС.

#### *Шкала оценки*

Оценка	Баллы	Описание
5	19–20	выставляется бакалавру, если тема детально проработана; имеется развернутый план; выделены основные вопросы рассматриваемой проблемы и подробно раскрыты; имеется аргументированное заключение, список используемых информационных источников (литературы) (не менее 20)
4	16–18	тема достаточно проработана; имеется подробный план; выделены основные вопросы рассматриваемой проблемы и достаточно полно раскрыты; имеется заключение и список используемых информационных источников (литературы) (не менее 15)
3	13–15	тема проработана недостаточно полно, имеется план, вопросы недостаточно полно раскрыты; имеется заключение и список используемых информационных источников (литературы) (не менее 10)
2	9–12	реферат имеется в неполном объеме, тема не полностью проработана и раскрыта; имеется список литературы (не менее 7).

### 5.4 Вопросы к зачету

Тема 1 Основные понятия курса

1. История потребительского движения от США до России
2. Защита прав потребителей, основные понятия, сущность.
3. Основные участники процесса защита прав потребителей: потребитель, производитель, исполнитель, продавец.
4. «Биль о правах потребителей», сущность, основные права.
5. Основная задача Римского договора в области защиты прав потребителей
6. Закон РФ «О защите прав потребителей», основные положения.

#### Тема 2 Проблемы потребительского выбора

1. Нужда и потребность, сущность, характеристики, основные отличия.
2. Роль пользы и полезности товара в формировании потребностей.
3. Основные классификации потребностей, их характеристики.
4. Сущность теории потребностей А. Маслоу. Пирамида А. Маслоу.
5. Спрос и предложение, основные понятия, значение в формировании потребностей .

#### Тема 3 Характеристика потребителей

1. Опишите процесс принятия решения о покупке товара
2. Стили потребления, сущность, характеристики
3. Типы потребителей
4. Факторы внешнего и внутреннего влияния на поведение потребителей
5. Восприятие, сущность, понятие.

#### Тема 4 Торговля как способ доведения товара до потребителя

1. Роль торговли в современном обществе
2. Виды торговли, способы ее организации
3. Розничная торговля и ее особенности, формы

#### Тема 5 Источники информации для потребителей

1. Информацией для потребителя, основное понятие. Способы ее получения потребителем
2. Информация от изготовителя, сущность, значение.
3. Советы от друзей и знакомых как способ получения информации.
4. Информация о рекламе как способ получения информации.

#### Тема 6 Информация на упаковке товара

1. Символы на упаковке товара. Сущность, значение
2. Штриховое кодирование в торговле, значение, характеристика
3. Значение экологических символов, наносимых на упаковку.
4. Знак соответствия и знак обращения на рынке, отличия.
5. Маркировка как способ донесения информации о товаре потребителю.

#### Тема 7 Потребительское тестирование

1. Сертификат соответствия. Что это? Значение для потребителя
2. Потребительские испытания, сущность.
3. Подделка или двойники товаров. Что это? Отличия.
4. Как правильно провести сравнительные потребительские испытания?
5. Порядок осуществления потребительского тестирования.

#### Тема 8 Значение рекламы для потребителя

1. Функции и задачи рекламы
2. Основные виды рекламы.
3. Недобросовестная реклама, понятие, сущность.

#### Тема 9 Потребительское законодательство

1. Основные права потребителей в РФ.
2. Нормативные акты, которые защищают в права потребителей. Перечислите.
3. Ответственность производителей и продавцов за нарушение прав потребителей.
4. Основные принципы потребительского поведения.

Тема 10 Этика потребительского поведения

1. Норма потребительского поведения, понятие, сущность.
2. Культура общения, понятие, сущность.
3. Понятие профессиональной этики.

*Краткие методические указания*

Вопросы к зачету позволяют студентам качественно подготовиться к зачету и его сдать.

*Шкала оценки*

Оценка	Баллы	Описание
5	19–20	выставляется бакалавру, если четко и правильно отвечал на вопросы, давал развернутый и аргументированный ответ по каждому вопросу, показывая широту и глубину знаний, в ответах умело использовал нормативные и правовые документы
4	16–18	если правильно отвечал на большинство вопросов и подкреплял ответ знаниями нормативных и правовых документов
3	13–15	если хорошо отвечал на вопросы (не менее 40 %) , при ответах на некоторые использовал нормативные и правовые документы
2	9–12	если отвечал на вопросы (менее 10 %)