

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.6.1 Товарная информация

по направлению подготовки: 38.03.06 «Торговое дело»

Квалификация выпускника: БАКАЛАВР

Выпускающая кафедра: КОиО

Кафедра-разработчик рабочей программы: «Конструирование одежды и обуви»

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Товарная информация» является овладение теоретическими знаниями и приобретение умений их применять в области информационного обеспечения товародвижения в коммерческой деятельности.

2. Содержание дисциплины «Товарная информация»:

Виды и формы товарной информации.

Средства товарной информации.

Правовая и информативная база информационного обеспечения.

Требования к товарной информации.

Маркировка товаров.

Информационные знаки.

Штриховое кодирование.

Маркировка продовольственных товаров.

Маркировка непродовольственных товаров.

3. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

1) Знать:

а) о видах и свойствах информации; об информационных технологиях;

б) об автоматизированных информационных системах;

в) об информационном обеспечении коммерческой деятельности;

г) о своевременных системах классификации и кодирования информации;

д) о каталогизации продукции и её значении, для обеспечения предприятий и потребителей оперативной информации.

2) Уметь:

а) определять виды и формы товарной информации;

б) выявлять нарушения прав потребителей на информацию о товарах;

в) оформлять и подтверждать соответствие информации на маркировке требованиям действующих стандартов;

г) использовать информационно-поисковые системы, а также возможности глобальных и локальных сетей в своей профессиональной деятельности.

3) Владеть:

а) владеть методологическими основами информационного обеспечения, производимыми и реализуемыми товарами на отечественном рынке;

б) современными методами и принципами рекламирования изделий и услуг и научиться использовать их;

в) знаниями правильности оформления технической документацией маркетинговой деятельности, умением и навыками документационного и информационного обеспечения рекламной деятельности организации;

г) инновационными технологиями при проведении маркетинговых исследований;

д) технологией реализации маркетинговых проектов в коммерческой деятельности предприятия; методами и средствами оценки соответствия товарной информации требованиям нормативной документации, правилами приёмки товаров по количеству, качеству и комплектности.

Зав.каф. КОиО

Махоткина Л.Ю.