

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Кафедра «Коммерция и организация экономической деятельности»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ
ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.В.14 Товароведение товаров однородных групп

Направление подготовки 38.03.06 – Торговое дело

Профиль подготовки 38.03.06 – Коммерция в АПК

Квалификация (степень) выпускника Бакалавр

Форма обучения очная

СОДЕРЖАНИЕ

1. Конспект лекций

1.1 Лекция № 1 Предмет, методы и задачи товароведения

1.2 Лекция № 3 Классификация товаров

1.3 Лекция № 4 Продовольственные товары

1.4 Лекция № 5 Потребительские свойства продовольственных товаров

1.5 Лекция № 6 Классификация продовольственных товаров на группы однородной продукции.

1.6 Лекция № 7 Характеристика непродовольственных товаров

1.7 Лекция № 8 Классификация непродовольственных товаров

1.8 Лекция № 9 Оценка качества и экспертиза непродовольственных товаров

1.9 Лекция № 10 Классификация и ассортимент вкусовых товаров

1.10 Лекция № 10 Классификация и ассортимент вкусовых товаров

1.11 Лекция № 11 Классификация и ассортимент кондитерских товаров

1.12 Лекция №12 Классификация и ассортимент обувных товаров

1.13 Лекция № 13 Классификация и ассортимент парфюмерно-косметических товаров

1.14 Лекция № 14 Классификация и ассортимент текстильных, швейных, трикотажных и меховых изделий.

1.15 Лекция № 15 Классификация и ассортимент силикатных и керамических изделий

2. Методические указания по проведению семинарских занятий

2.1 Семинарское занятие № С-1 Предмет, методы и задачи товароведения

2.2 Семинарское занятие № С-2 Основы товароведения

2.3 Семинарское занятие № С-3 Классификация товаров

2.4 Семинарское занятие № С-4 Продовольственные товары

2.5 Семинарское занятие № С-5 Потребительские свойства продовольственных товаров

2.6 Семинарское занятие № С-6 Классификация продовольственных товаров на группы однородной продукции

2.7 Семинарское занятие № С-7 Характеристика непродовольственных товаров

2.8 Семинарское занятие № С-8 Классификация непродовольственных товаров

2.9 Семинарское занятие № С-9 Оценка качества и экспертиза непродовольственных товаров

2.10 Семинарское занятие № С-10 Классификация и ассортимент кондитерских товаров

2.11 Семинарское занятия № С-11 Классификация и ассортимент ювелирных изделий

2.12 Семинарское занятие № С-12 Классификация и ассортимент зерномучных товаров

2.13 Семинарское занятие № С-13 Классификация и ассортимент молока и молочных товаров

2.14 Семинарское занятие № С-14 Классификация и ассортимент мясных и рыбных товаров

2.15 Семинарское занятие № С-15 Классификация и ассортимент пищевых жиров

1. КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ

Лекция №1 (2часа)

Тема: «Предмет, методы и задачи товароведения»

1.1.1 Вопросы лекции:

1. Понятие товароведения.

2. Предмет, содержание, цели и задачи курса «Товароведение однородных групп товаров».

1.1.2. Краткое содержание вопросов:

вопрос № 1 «Понятие товароведения»

Товароведение — это наука о свойствах, получении и испытании товаров, а также об их экономическом значении.

Товароведение — наука, научающая иметь точные и полезные познания о товарах, их сортах, местах происхождения и сбыта, средствах к покупке и продаже, способах перевозки и хранения.

Товароведение — это логически и систематически упорядоченное и сведенное к простейшим принципам и простейшему выражению описание всех сведений, касающихся товаров.

Товароведение — деятельность по планированию и контролю за физическим перемещением материалов и готовых изделий от мест их происхождения к месту использования с целью удовлетворения нужд потребителей и с выгодой для себя.

вопрос № 2 «Предмет, содержание, цели и задачи курса «Товароведение однородных групп товаров».

Дисциплина «Товароведение однородных групп товаров» относится к числу специальных дисциплин, формирующих у студентов профессиональные навыки товароведа-эксперта. Предметом дисциплины является изучение потребительной стоимости товаров народного потребления, то есть их способность удовлетворять личные и общественные потребности. Данная дисциплина состоит из двух разделов: товароведения и экспертизы непродовольственных товаров.

Товароведение является наукой о потребительских свойствах товаров и факторах, обеспечивающих эти свойства на всех этапах жизненного цикла продукции. Этот раздел направлен на изучение ассортимента и характеристик различных групп товаров; факторов, влияющих на потребительские свойства и качество товаров; основных требований к качеству товаров однородной группы. Экспертиза связана с проведением анализа и оценки качества товаров. В данном разделе курса большое внимание уделяется изучению вопросов диагностики, номенклатурной и качественной идентификации и оценки товаров.

Дисциплина «Товароведение однородных групп товаров» тесно связана с рядом естественно-научных и математических дисциплин — физикой, химией, биологией, микробиологией, математикой, а также с общепрофессиональными — основы стандартизации, метрологии и сертификации, технология товаров. Знания этих дисциплин необходимы для более глубокого понимания и оценки потребительских свойств товаров, их изменений при производстве и хранении, причины появления в товарах изъянов и пути их устранения. Одновременно товароведение является базовой учебной дисциплиной для многих обще профессиональных и специальных дисциплин — экономики, бухгалтерского учета, маркетинга, управления качеством и др.

Цели и задачи учебного курса

Цель дисциплины — изучение основополагающих характеристик товара, составляющих его потребительную стоимость, а также их изменений на всех этапах товародвижения.

Задачи дисциплины:

- изучение классификации и ассортимента однородных групп товаров
- изучение основных потребительских свойств и показателей качества товаров
- исследование общих закономерностей зависимости товарных и технологических свойств от различных факторов
- изучение методов оценки качества товаров
- изучение факторов, формирующих качество и требования к качеству, в т.ч. и безопасности
- изучение условий формирования потребительской стоимости
- изучение условий, сроков и способов хранения товаров; влияние способов хранения и транспортирования на качество и потери товаров.
- изучение выявления дефектов товаров, их виды, причины возникновения, признаки и способы обнаружения.
- изучение товароведной характеристики конкретных товаров.

Требования к знаниям и умениям, приобретаемым при изучении курса, в соответствии с квалификационной характеристикой выпускника

В результате изучения курса студент должен:

Знать:

- теоретические основы товароведения и экспертизы товаров;
- классификацию потребительских товаров, современную практику их упаковки и маркировки;
- факторы, влияющие на свойства, уровень качества и конкурентоспособность товаров на рынке;
- основные процессы, влияющие на качество товара, причины товарных потерь и способы их устранения, правила транспортирования, хранения и реализации;
- нормативные документы, в области материально-технического обеспечения торговых предприятий;
- нормативные документы, определяющие качество, производство, маркирование, упаковку, транспортирование и хранение товаров;
- способы обнаружения фальсификации товаров;
- методы проведения экспертизы;
- свойства и показатели ассортимента; управление ассортиментом, ассортиментную политику;
- гигиенические требования к качеству, в т.ч. и безопасности, сырья, потребительских товаров и упаковки;
- методы проведения оценки экспертизы потребительских товаров;
- идентификацию товаров: виды, признаки и методы;
- факторы, формирующие и сохраняющие качество товаров.

Уметь:

- анализировать ассортимент предприятия, формулировать ассортиментную политику;
- осуществлять оценку и экспертизу качества товаров;
- устанавливать место, которое место занимает товар среди аналогичных образцов;
- проводить идентификацию и обнаруживать фальсификацию товаров на всех этапах товародвижения;
- разрабатывать мероприятия по предупреждению дефектов и потерь;
- обеспечивать соблюдение правил и режимов транспортирования, хранения, реализации потребительских товаров;
- анализировать ассортимент потребительских товаров, управлять им в соответствии с конъюнктурой рынка;
- разрабатывать системы, обеспечивающие качество и конкурентоспособность потребительских товаров

- организовывать сертификацию товаров, подлежащих реализации на потребительском рынке;
- характеризовать товарные потери, начислять нормы естественной убыли и определять пути сокращения потерь.

Лекция №2

Тема: «Основы товароведения»

1.2.1 Вопросы лекции:

1. Этапы развития товароведения.
2. Свойства товаров.
3. Основные принципы товароведения.

1.2.2. Краткое содержание вопросов:

вопрос № 1 «Этапы развития товароведения»

1 Этап. Товарно-описательный (середина 16 - начало 18 веков). Характерны описательные подходы к рассмотрению товаров и отсутствие научного анализа при оценке их потребительских свойств. Создание руководства с описанием свойств и методов использования различных видов товаров. Товары описывались в алфавитном порядке. В 1549 г. в Падуанском университете (Италия) была образована первая кафедра товароведения, где преподавалось товароведение растительных, животных и фармацевтических материалов.

2 Этап. Товарно-технический (начало 18 - начало 20 веков). По мере накопления описательной информации и развития естественно-научных методов оценки качества товаров возникает и развивается научное направление в товароведении. Этому способствовало развитие естественных наук (физики, химии, биологии). Постепенно это направление становится доминирующим, что оказывает влияние на содержательную часть товароведения. В ней начинают преобладать сведения о химических и физических свойствах товаров и методах их исследования. В России промышленное производство инструментов (1721 г.), создание перечня выпускаемых инструментов (1738 г.). В 1764-1765 - создание кафедры “Лекарствоведения” МГУ.

3 Этап. Товарно-формирующий (начало 20 века). Разработка научных основ формирования, оценки и управления потребительной стоимостью, качеством и ассортиментом.

вопрос № 2 «Свойства товаров»

Товар обладает двумя основными свойствами:

- а) способностью удовлетворять какую-либо человеческую потребность.
- б) способностью к обмену.

Способность товара удовлетворять ту или иную потребность человека составляет его потребительскую стоимость. Ею обладает любой товар. Характер потребностей может быть при этом самый различный (физические, духовные). Разным может быть и способ их удовлетворения. Одни вещи могут удовлетворять потребность непосредственно как предметы потребления (хлеб, одежда и т.п.), другие – косвенно, опосредованно как средство производства (станок сырье). Многие потребительные стоимости могут удовлетворять не одну, а ряд общественных потребностей (древесина, например, используется как химическое сырье, как топливо, для производства мебели).

Потребительные стоимости составляют вещественное содержание богатства всякого общества. Потребительская стоимость имеет три формы проявления:

- а) количество;
- б) натуральная форма;
- в) качество.

Последнее – это степень полезности данной потребительной стоимости, ее соответствия, ее пригодности удовлетворять потребность в конкретных условиях потребления. Покупатель, приобретая на рынке товар, оценивает его полезный эффект, а не затраты труда на его производство. Ценность имеет лишь то, что ценно в глазах покупателя. Людьями ценятся самые различные материальные и духовные блага и услуги не в результате того, что на их производство затрачен общественно необходимый труд, а потому, что эти блага имеют полезность. Но каждому отдельному товару разные люди дают разную оценку полезности. Субъективная оценка полезности зависит от двух факторов: от имеющегося запаса данного блага и от степени насыщения потребности в нем. По мере удовлетворения потребности "степень насыщения" растет, а величина конкурентной полезности падает.

Товар обладает не только свойством удовлетворять человеческие потребности, но и свойством вступать в отношения с другими товарами, обмениваться на другие товары. Разные товары имеют только одно общее свойство, делающее их сравнимыми между собой при обмене, а именно то, что они - продукты труда. Неоклассическая школа подчеркивает, что товар - это экономическое благо, предназначенное для обмена, но в этом определении отсутствует указание на то, что товар есть продукт труда. Сторонники трудовой теории стоимости, начиная с А. Смита, считали, что товары в определенных количествах приравниваются друг к другу потому, что они имеют общую основу - труд. При этом необходимым условием обмена является различие потребительных стоимостей товаров. В современной экономической теории принят иной подход, ведущий свое начало с работ представителей теории предельной полезности: К. Менгера, Е. Бем-Баверка, Ф. Визера. Они высказывали такую мысль, что не трудовая стоимость лежит в основе обмена, а полезность. Способность товара к обмену в определенных количественных пропорциях есть меновая стоимость.

вопрос № 3 «Основные принципы товароведения»

Основные принципы товароведения и их характеристики.

1. Первый принцип товароведения - безопасность. Это принцип который заключается в отсутствии недопустимого риска, связанного с возможностью нанесения товаром или услугой ущерба жизни, здоровью и имуществу людей (данный принцип должен соблюдаться в процессах упаковывания, транспортировки, хранения товаров).

2. Принцип эффективности - заключается в достижении наиболее оптимального результата при производстве, реализации и эксплуатации товаров; сохранении количества и качества товара на всех этапах.

3. Принцип совместимости - определяемый пригодностью товаров, процессов или услуг к совместному использованию не вызывающему нежелательных воздействий.

4. Взаимозаменяемость - это принцип, определяемый пригодностью одного товара для использования вместо другого товара в целях выполнения одних и тех же требований.

5. Систематизация - это принцип, заключающийся в установлении определённой последовательности однородных, взаимосвязанных товаров. Данный принцип положен в основу группы методов, в состав которых входят классификация, кодирование товаров.

Совместимость – принцип, определяемый пригодностью товаров, процессов или услуг к совместному использованию, не вызывающему нежелательных взаимодействий. Совместимость товаров принимается во внимание при формировании ассортимента, размещении их на хранение, выборе упаковки, а также оптимального режима. Совместимость деталей, комплектующих изделий при монтаже, наладке и эксплуатации сложно технических и других товаров – неременное условие сохранения их качества у потребителя. Совместимость товаров при их потреблении имеет важное значение для наиболее полного удовлетворения потребностей. Так, использование несовместимых пищевых продуктов может вызвать серьезные нарушения обмена веществ у человека.

Взаимозаменяемость — принцип, определяемый пригодностью одного товара, процесса или услуги для использования вместо другого товара, процесса или услуги в целях выполнения одних и тех же требований. Взаимозаменяемость товаров обуславливает конкуренцию между ними и в то же время это позволяет удовлетворять аналогичные потребности различными товарами. Чем ближе характеристики отдельных товаров, тем больше они пригодны к взаимозаменяемому использованию. Так, взаимозаменяемость кефира и простокваши больше, чем кефира и молока; это имеет значение в первую очередь для потребителей, организм которых не усваивает лактозу молока.

Способность товара или отдельных комплектующих его изделий быть использованными вместо другого для выполнения тех же требований играет важную роль при формировании ассортимента взаимозаменяемых товаров.

Систематизация — принцип, заключающийся в установлении определенной последовательности однородных, взаимосвязанных товаров, процессов или услуг.

Лекция №3.(4 часа)

Тема: «Классификация товаров»

1.3.1 Вопросы лекции:

1. Товароведная классификация.
2. Учебная классификация.
3. Ассортимент товаров.

1.3.2 Краткое содержание вопросов:

вопрос №1 «Товароведная классификация»

Классификация представляет собой процесс распределения множества (понятий, свойств, предметов) на категории или ступени в зависимости от общих признаков.

Высшей ступенью классификации товаров является класс.

Класс товаров — это множество товаров, удовлетворяющих обобщенные группы потребностей.

Подкласс — множество товаров, удовлетворяющих группы потребностей, имеющих определенные различия.

Группа товаров — подмножество товаров, удовлетворяющих специфичные группы потребностей, что обусловлено особенностями сырья, материалов, конструкций.

Подгруппа — подмножество товаров, имеющих с группой основное назначение, но отличающихся от товаров других подгрупп только им присущими признаками.

Вид товара — совокупность товаров, отличающихся индивидуальным назначением и идентификационными признаками.

Разновидность товара — совокупность товаров одного вида, отличающихся рядом частных признаков.

Товароведная классификация товаров сложилась исторически и основана на потребностях торговли.

Существуют общегосударственная, торговая и учебная классификации. По Общероссийскому классификатору промышленной продукции (ОКП) товары делят на классы, подклассы, группы, виды.

В торговле применяется торговая классификация. В соответствии с назначением, исходным материалом и способом производства товары делятся на группы, подгруппы и более низкую ступень классификации. Учебная классификация предусматривает более удобное, последовательное изучение курса товароведения.

Товары как объекты коммерческой деятельности могут подразделяться по множеству признаков, среди которых основной — назначение. По назначению все товары подразделяются на следующие роды:

1. Потребительские товары — товары, предназначенные для индивидуальных потребителей для личного пользования.

2. Товары промышленного назначения - товары, предназначенные для производства других товаров и создающих его сырьевое и технологическое обеспечение.

3. Оргтехнические товары - товары, предназначенные для улучшения организации административно-управленческой деятельности.

Каждый род товаров подразделяется на классы. Класс товаров — множество товаров, удовлетворяющих обобщенные группы потребностей.

Род потребительских товаров делится на 3 класса: продовольственные, непродовольственные и медицинские.

В основу деления на классы положены также назначение и удовлетворяемые товарами потребности.

вопрос № 2 «Учебная классификация»

Учебная классификация служит для изучения ассортимента товаров широкого потребления. В данном случае речь идет о торговом ассортименте, т. е. об ассортименте в оптовой и розничной торговле. Торговый ассортимент подразделяется на ассортимент товарной группы и ассортимент торгового предприятия.

Ассортимент товарной группы представляет собой перечень товаров, входящих в одну из ранее упоминавшихся товарных групп. Он может формироваться из продукции разных отраслей промышленности.

Ассортимент торгового предприятия (магазина, склада, базы) зависит от типа предприятия. Специализированно предприятие, как правило, организует продажу одной группы товаров (например, мебель или электротовары), но товары этой группы представлены широким ассортиментом. В ассортимент универсального предприятия входят товары раз личных групп, но не в столь широком ассортименте. В учебной классификации классы подразделяются на группы, группа на подгруппы, подгруппы -- на виды, виды -- на артикулы. В учебной классификации товаров предусмотрено девять классов:

- материалы для одежды и штучные изделия;
- одежда и головные уборы;
- обувные товары;
- товары культурного обихода;
- товары спортивного назначения;
- транспортные средства личного пользования;
- предметы домашней обстановки;
- товары хозяйственного и бытового назначения;

- предметы санитарии, гигиены и рукоделия. Общероссийский классификатор продукции применяется и для маркетинговых исследований. Вместе с тем в зарубежной литературе рассматриваются классификации товаров, применяемые только в маркетинге. Так, например, Ф. Котлер среди признаков классификации товаров выделяет: цель применения товара, степень долговечности использования, поведение покупателя на рынке, степень участия в производственном процессе. По цели применения товары делятся на два вида:

- товары, используемые для удовлетворения личных потребностей людей, - это товары широкого потребления;
- товары, применяемые для производства других товаров, товары промышленного назначения.

По степени долговечности товары широкого потребления подразделяются также на два вида:

- товары длительного пользования, которые применяются многократно (мебель, автомобили, одежда и др.);

- товары кратковременного пользования, употребляемые один или небольшое число раз (спички, газета и др.).

По поведению покупателя на рынке товары широкого потребления делятся на четыре вида:

- товары повседневного спроса. К ним относятся те товары, которые потребители покупают часто и с минимальными усилиями на их сравнение (различные хозяйственные принадлежности, мыло, хлеб и др.);

- товары предварительного выбора - это товары, которые потребитель при покупке сравнивает по качеству, цене, дизайну с аналогичными. К ним относятся: бытовая электроника, мебель, одежда, обувь и др.;

- товары особого спроса; их иначе можно назвать престижными товарами с уникальными характеристиками или с товарами известных фирм-производителей;

- товары пассивного спроса. К ним как правило, относятся новые товары, о покупке которых потребитель не задумывается.

По степени участия в производственном процессе товары промышленного назначения классифицируются на три группы:

- материалы и детали;

- капитальное имущество;

- вспомогательные материалы и деловые услуги.

Материалы и детали в свою очередь подразделяются на две группы: сырье; полуфабрикаты и детали. К сырью относится сельскохозяйственная продукция и природные продукты - различные руды, сырая нефть, лес и др. Полуфабрикаты включают в себя различные материальные компоненты и комплектующие изделия. При этом предполагается, что комплектующие изделия входят в состав конечной продукции полностью, без всякого изменения. Капитальное имущество делится на стационарные сооружения и вспомогательное оборудование. К стационарным, сооружениям относятся здания заводов, складов и т.д., а так-же стационарное оборудование, т. е. генераторы, станки, турбины и др.

вопрос № 3 «Ассортимент товаров»

Ассортимент - определенная совокупность, перечень товаров различных видов, сортов, объединенных по количественному признаку (назначение, цвет, размер, сырье, способ производства).

Товары народного потребления, вырабатываемые промышленными предприятиями, составляют промышленный (производственный) ассортимент. Ассортимент товаров, поступающих на оптовые и розничные торговые предприятия (в сферу обращения товаров), называется торговым.

Промышленный и торговый ассортимент товаров взаимосвязаны. Промышленный ассортимент товаров определяется потребностями населения, спросом потребителей и заказами торговли, а также сырьевыми и производственными возможностями, а в торговлю поступает продукция промышленных предприятий.

В торговле оперируют такими понятиями, как товарно-групповой ассортимент, ассортимент торгового предприятия, широкий, узкий, простой, сложный ассортимент. Ассортимент товаров, входящих в отдельную товарную группу, перечислен в соответствующем прейскуранте розничных цен и называется групповым (товарно-групповым) ассортиментом товаров.

Ассортимент товаров торговых предприятий определяется их типом. Широкий ассортимент товаров представлен в универмагах и на оптовых базах; более узкий ассортимент - на специализированных торговых предприятиях. Ассортимент спрос сбыт реклама

Простой ассортимент товаров торгового предприятия включает небольшое число видов товаров. Сложный ассортимент объединяет большое число видов и разновидностей товаров, отличающихся исходными материалами, конструкцией и иными признаками.

Понятие ассортимента товара

Ассортимент - это достаточно большая совокупность товаров, объединенных каким-либо общим признаком (сырье, назначение, производитель и пр.), различающихся друг от друга по другим признакам. Различают промышленный и торговый, простой и сложный, комбинированный и смешанный, развернутый и укрупненный ассортимент товаров.

Промышленный ассортимент представляет собой набор товаров, выпускаемых отдельной отраслью промышленности или отдельным предприятием.

Торговый ассортимент - совокупность товаров, реализуемых в торговой сети. Торговая сеть - это совокупность всех торговых предприятий (оптовых и розничных), занимающихся реализацией товаров. Торговый ассортимент включает набор товаров, выпускаемых как отечественными, так и зарубежными производителями. Он отличается большим разнообразием, чем промышленный ассортимент.

Представленный на торговом предприятии ассортимент товаров определяет его тип (универмаг, универсам) и форму торгового обслуживания. Кроме того, в магазинах одного типа, но разной торговой площади, ассортимент будет отличаться по количеству групп и видов товаров. В этом случае торговые предприятия будут подразделяться на универсальные и специализированные, магазины с комбинированным и смешанным ассортиментом.

Ассортимент товара - перечень товаров, объединенных по какому-либо признаку и удовлетворяющие потребности человека.

Ассортимент товаров - совокупность их видов, разновидностей и сортов, объединенных или сочетающихся по определенному признаку. Основными группировочными признаками товаров являются производственный, сырьевой и потребительский.

Ассортимент товаров - набор товаров, формируемый по определенным признакам и удовлетворяющий разнообразные, аналогичные и индивидуальные потребности.

Термин произошел от французского "assortiment", что означает подбор различных видов и сортов товаров. Однако в товароведении принято набор товаров ограничивать их наименованиями, а сорта как градации качества товаров одного вида и наименования относить к ассортименту.

Классификация ассортимента товаров

Различают производственный и торговый ассортимент товаров.

Производственным ассортиментом называют номенклатуру товаров, выпускаемых промышленными и сельскохозяйственными предприятиями, а также другими изготовителями. Как правило, предприятия, производящие товары, выпускают узкий ассортимент товаров, что позволяет им внедрять передовую технологию производства, совершенствовать ассортимент выпускаемых товаров, улучшать их качество. Поэтому выпускаемые ими товары нуждаются в дальнейшей подсортировке с учетом требований торговли, на предприятиях которой сосредоточен широкий ассортимент товаров, представляющий собой сочетание продукции, вырабатываемой самыми различными изготовителями. Такая подсортировка, или преобразование ассортимента, осуществляется преимущественно на предприятиях оптовой торговли, через которые проходит основная масса товаров сложного ассортимента. Некоторая часть продовольственных и непродовольственных товаров подвергается подсортировке непосредственно в магазинах и других предприятиях розничной торговли.

Торговый ассортимент представляет собой номенклатуру товаров, подлежащих продаже в розничной торговой сети. Он включает ассортимент товаров, выпускаемых многими предприятиями, и подразделяется на две товарные отрасли: продовольственные

и непродовольственные товары. Каждая из отраслей делится на товарные группы, в состав которых входят товары, объединяемые по ряду признаков (однородности сырья и материалов, потребительскому назначению, степени сложности ассортимента).

Лекция № 4.(4 часа)

Тема: «Продовольственные товары»

1.4.1 Вопросы лекции:

1. Понятие продовольственные товары.
2. Удовлетворяемые продовольственными товарами потребности.
3. Химический состав продовольственных товаров.

1.4.2 Краткое содержание вопросов:

вопрос № 1 «Понятие продовольственные товары»

Продовольственные товары — товары, произведенные из продовольственного сырья и используемые в пищу в натуральном или переработанном виде.

Продовольственные товары подразделяют на следующие группы:

- товары массового потребления — выработанные по традиционным технологиям и предназначенные для питания основных групп населения;
- лечебные (диетические) и лечебно-профилактические товары — специально созданные для профилактического и лечебного питания, они характеризуются измененным химическим составом и физическими свойствами, в эту группу входят витаминизированные, низкожирные (содержание жира снижено на 33%), низкокалорийные (менее 40 ккал/100 г), с повышенным содержанием пищевых волокон, уменьшенным количеством сахара, холестерина, хлористого натрия и др.;
- продукты детского питания — специально созданные для питания здоровых и больных детей до трехлетнего возраста.

вопрос № 2 «Удовлетворяемые продовольственными товарами потребности»

Потребности — нужда в чем-либо, объективно необходимом для поддержания жизнедеятельности и развития организма, человеческой личности, социальной группы, общества в целом.

Потребности выступают как внутренний побудитель активности человека.

Содержание потребностей, масштабы и характер их удовлетворения в наибольшей степени характеризуют благосостояние людей и определяют их отношение к товарам и другим благам. Поэтому знание потребностей и связанных с ними процессов, протекающих в сфере потребления, очень важно для специалистов торговли, прежде всего, товароведов. Характер и содержание потребностей, уровень их развития, степень насыщения выражаются в поведении потребителей по отношению к качеству, престижности, цене и ассортименту товаров.

Полезность продовольственных товаров - это совокупность их биологической, физиологической, энергетической ценности, доброкачественности, специфики органолептических свойств и т.д. Пищевая ценность - комплекс веществ, определяющих их биологическую, физиологическую и энергетическую ценность, степень усвояемости и уровень безопасности. Это широкое понятие включает в себя все основные структурные элементы, способные полностью удовлетворять потребности человека во всех необходимых питательных веществах. Чем полнее соответствие, тем активнее срабатывает принцип сбалансированного и адекватного питания. Физиологическая ценность характеризуется наличием в продовольственных товарах полезных элементов крайне необходимых для обеспечения процессов основного обмена веществ в организме.

Потребности существенно зависят от уровня жизни населения, культурного уровня общества, структуры потребления товаров. Следовательно, потребности могут быть самыми разнообразными.

вопрос № 3 «Химический состав продовольственных товаров»

Для поддержания нормальной жизнедеятельности организма человека, возмещения его энергетических затрат и восстановления тканей необходимы питательные вещества. Они поступают в организм человека вместе с пищей, которая является для него источником энергии, строительным (пластическим) материалом и участвует в регулировании процессов обмена веществ. Химический состав продуктов разнообразен и зависит от химического состава исходного сырья, технологического режима и способа производства, условий хранения и перевозки и других факторов.

В состав продовольственных товаров входят неорганические и органические вещества. К неорганическим веществам относятся вода и минеральные (зольные) соединения; к органическим — углеводы, жиры, белки, ферменты, витамины, органические кислоты, красящие, ароматические и др.

Лекция № 5 (2 часа)

Тема: «Потребительские свойства продовольственных товаров»

1.5.1 Вопросы лекции:

1. Потребительские свойства продовольственных товаров.
2. Понятие о пищевой ценности.

1.5.2 Краткое содержание вопросов:

вопрос № 1 «Потребительские свойства продовольственных товаров»

Свойствами товара называются его объективные особенности, которые могут проявляться на любой стадии жизненного цикла товара (проектирование, изготовление, распределение и потребление). *Потребительскими свойствами* называют объективные особенности товара, проявляющиеся в процессе потребления и обеспечивающие удовлетворение конкретных особенностей человека. Они формируют полезность товара как потребительной стоимости.

По своей природе потребительские свойства делятся на физические, химические, физико-химические и биологические.

В зависимости от характера влияния на потребительную стоимость выделяют функциональные, эргономические эстетические свойства товара, а также его надежность и безопасность.

Функциональные свойства обеспечивают выполнение товаром своих функций в соответствии с назначением. Благодаря им товар удовлетворяет материальные и духовные потребности человека. Выделяют три группы показателей функциональных свойств.

Эргономические свойства обеспечивают удобство и комфорт при пользовании товаром, создают оптимальные условия для человека. Эти свойства проявляются при взаимодействии «человек — товар». Выделяют следующие группы эргономических свойств.

Гигиенические свойства обеспечивают оптимальные условия для функционирования человеческого организма — поддержание оптимальных режимов влажности, температуры, освещенности, уровня шума, излучений и т.п. Также в эту группу входят загрязняемость и очищаемость изделий.

Антропометрические свойства характеризуют соответствие товара размерам, форме, распределению массы тела человека и отдельных его частей, должны обеспечивать рациональную и удобную позу человека при пользовании изделием. Это, например, впорность одежды и обуви, соответствие размеров мебели, ручек инструментов, клавиш товаров бытовой техники размерам частей тела человека.

Физиологические свойства обеспечивают соответствие силовым, скоростным, энергетическим возможностям человека. Например, масса обуви, одежды, инструментов не должна вызывать усталости при использовании изделий.

Психофизиологические свойства обеспечивают соответствие товара особенностям органов чувств человека, его зрительным, слуховым, вкусовым, обонятельным и осязательным возможностям. Например, диапазон воспроизводимых частот радиоэлектронных товаров должен соответствовать частотам, которые способно воспринимать человеческое ухо.

Психологические свойства характеризуют соответствие товара особенностям восприятия, памяти, привычкам и навыкам человека. Так, винты, шурупы, ручки кранов закручиваются всегда по направлению часовой стрелки. Наличие «интуитивного меню» в мобильном телефоне облегчает приобретение навыков по его использованию.

Эстетические свойства товаров обеспечивают удовлетворение духовных потребностей человека, и в первую очередь, потребности в прекрасном. Выделяют четыре группы эстетических свойств.

Информационная выразительность характеризует способность изделия выражать в своей форме сложившиеся в обществе эстетические представления и культурные нормы. К этой группе относят такие показатели, как знаковость, оригинальность, соответствие моде, выраженность стиля.

Рациональность формы характеризует ее соответствие объективным условиям изготовления и потребления товара, правдивость выражения в форме конструктивной и функциональной сущности товара.

Целостность композиции выражает гармоническое единство целого и частей изделия и органичную взаимосвязь формы в изделии.

Совершенство производственного исполнения и стабильность товарного вида характеризуется чистотой выполнения контуров и сопряжений, тщательностью покрытий и отделки, четкостью исполнения фирменных знаков и сопроводительной документации.

Надежность – это свойство товара, характеризующее его способность сохранять свою потребительную стоимость во времени. Надежность делится на более простые группы.

Безотказность – это свойство товара непрерывно сохранять работоспособное состояние в течение определенного времени потребления без вынужденных перерывов до первого отказа. Показатель – наработка на отказ.

Долговечность – свойство товара сохранять свою потребительную стоимость до наступления предельного состояния с учетом установленной системы ухода, обслуживания и ремонта при транспортировке, хранении и потреблении. Показателями долговечности являются ресурс и срок службы.

Ремонтопригодность – это свойство товара, заключающееся в его приспособленности к предупреждению и обнаружению причин отказов и повреждений и их устранению, т.е. способность товара восстанавливать свою потребительную стоимость в результате ремонта, при условии, что затраты на ремонт относительно малы. Показатели – продолжительность ремонта, время восстановления.

Сохраняемость – это способность товара непрерывно сохранять свою потребительную стоимость при хранении и транспортировании. Показатель – срок сохраняемости.

Безопасность товаров характеризует степень защищенности человека и окружающей среды от воздействия опасных и вредных факторов, возникающих при его потреблении. Свойства, определяющие вредные воздействия товаров на окружающую среду, называют экологическими.

В зависимости от природы товара различают *электрическую, химическую, термическую, радиационную и биологическую безопасность*.

вопрос № 2 «Понятие о пищевой ценности»

Пищевая ценность — это свойства пищевого продукта, способные удовлетворить потребность человека в нормальном обмене веществ. Пищевую ценность любого продукта питания в первую очередь определяют питательные вещества его составных частей, биологическая и энергетическая ценность. Для оценки питательных свойств определяют химический состав продукта и соответствие каждого компонента формуле сбалансированного питания (интегральный скор), в которой отражены потребности человека в пищевых веществах.

Пищевая ценность определяется:

- химическим составом;
- биологическим значением компонентов;
- усвояемостью;
- энергетической ценностью;
- органолептическими характеристиками;
- безвредностью.

Важную роль в установлении пищевой ценности играет не только количественное соотношение белков, жиров, углеводов и других веществ, но и качество белковых компонентов продукта. Показатель биологической ценности характеризует степень сбалансированности аминокислотного состава и уровень перевариваемости и ассимиляции белка в организме. Критерием определения качества белка служит эталон, сбалансированный по незаменимым аминокислотам и в наибольшей степени отвечающий потребности организма.

Лекция №6 (2 часа)

Тема: «Классификация продовольственных товаров на группы однородной продукции»

1.6.1 Вопросы лекции:

1. Товары растительного происхождения.
2. Товары животного происхождения.
3. Товары смешанного происхождения.

1.6.2 Краткое содержание вопросов:

вопрос № 1 «Товары растительного происхождения»

Товары растительного происхождения

Зерномучные товары: зерно, продукты его переработки — крупа и мука, изделия из круп, макаронные изделия, хлебобулочные, сухарные и бараночные изделия.

Фруктоовощные товары: свежие плоды, овощи и грибы, продукты их переработки — квашеные, соленые, моченые, маринованные, сушеные, быстрозамороженные, консервированные плоды, овощи и грибы.

Крахмал и крахмало продукты: различные виды крахмала и продукты его переработки — саго, патока, глюкоза.

Сахар и его заменители: сахар-песок, сахар-рафинад и заменители сахара (ксилит, сорбит и др.).

Кондитерские товары: сахаристые — фруктово-ягодные изделия, карамель, конфеты, шоколад и какао-порошок, драже, ирис, халва, восточные сладости типа карамели и конфет и мучные — печенье, пряники, вафли, кексы, рулеты и ромовые бабы, торты и пирожные, мучные восточные сладости.

Зерномучные товары

Основными частями зерна большинства зерновых культур являются цветочные, плодовые и семенные оболочки, алейроновый слой, эндосперм и зародыш. Плодовые оболочки покрывают зерновку. Семенная оболочка расположена под плодовыми

оболочками и составляет 1–2,5% массы зерна, у фасоли – до 8,6%. Эндосперм – это наибольшая часть зерна, которая заполнена крахмалом и другими запасными питательными веществами. Он может быть твердым матового цвета (стекловидным) или рыхлым белого цвета (мучнистым). Количество эндосперма в среднем от 51% (овес) до 83% (пшеница) массы зерна. Алейроновый слой является наружной частью эндосперма. В среднем алейроновый слой составляет от 4% (гречиха) до 13,2% (овес). Зародыш занимает в среднем 1,3–3,7% массы зерна, а у кукурузы и гречихи – соответственно 10 и 12%.

Крупа представляет собой целое или дробленое зерно, полностью или частично освобожденное от оболочек, алейронового слоя и зародыша. Для производства крупы используют зерно проса, гречихи, риса, овса, ячменя, пшеницы, кукурузы и гороха.

Пшено шлифованное – это ядро проса, полностью освобожденное от цветочных пленок, плодовых и семенной оболочек, а частично – от алейронового слоя и зародыша. В зависимости от содержания доброкачественного ядра, сорных примесей, не шелушенных зерен, битых и испорченных ядер пшено шлифованное выпускают высшего, 1-го и 2-го сортов.

Гречневую крупу делят на ядрицу и ядрицу быстро разваривающуюся, продел и продел быстро разваривающийся. Ядрица – это целые ядра гречихи, освобожденные от плодовых оболочек. По содержанию доброкачественного ядра, сорной примеси, нешелушенных зерен, мучели, битых и испорченных ядер ядрицу подразделяют на 1-й и 2-й сорта. Продел – это колотые ядра гречихи, которые получают как побочный продукт при производстве ядрицы. Продел на сорта не делят.

вопрос № 2 «Товары животного происхождения»

Товары животного происхождения

Молочные товары: молоко, сливки, кисломолочные продукты, масло коровье, сыры, мороженое, молочные консервы и молочные продукты для детского и диетического питания.

Мясные товары: мясо и субпродукты, мясо птицы, мясные полуфабрикаты и кулинарные изделия, мясные консервы, мясокопчености и колбасные изделия.

Рыбные товары: рыба живая, охлажденная и мороженая, соленые, вяленые, сушеные, копченые рыбные товары, рыбные консервы и пресервы, рыбные полуфабрикаты и кулинарные изделия, икра и нерыбные морепродукты.

Яичные товары: яйцо куриное, мороженые яичные продукты, яичные порошки.

Молоко и молочные продукты

Молоко содержит все необходимые организму в раннем возрасте белки, жиры, углеводы, минеральные соли, а также витамины, ферменты, иммунные вещества. Особенностью состава молока по сравнению с другими продуктами питания является удачное сочетание входящих в него белков, жиров, углеводов и минеральных соединений, которое соответствует потребностям организма человека. Вещества, входящие в состав молока, легко усваиваются. В молоке около 13% сухих веществ и 87% воды. Наиболее ценной частью сухих веществ являются белки. Белковые вещества молока составляют 3,3%, в том числе казеин около 2,7, другие белки 0,6%. Белки молока относятся к полноценным; в молоке они содержатся в растворенном состоянии, что облегчает усвоение. Казеин – специфический белок, кроме молока, в других продуктах не встречается. Казеин в молоке находится в виде кальциевой соли, обуславливающей белый цвет молока. В свежем молоке казеин образует коллоидный раствор. В кислой среде, происходит коагуляция казеина – образуются хлопья белка и желеобразный сгусток. Это свойство казеина используют при получении кисломолочных продуктов.

Яйца и продукты их переработки

Куриное яйцо имеет массу и размер в зависимости от породы, возраста и кормления птицы. Масса колеблется от 40 до 75 г. Яйцо состоит из скорлупы, белка и

желтка. В среднем скорлупа составляет 12% массы яйца, белок – 56 и желток – 32%. Скорлупа яйца пористая, состоит из неорганических солей и органических веществ. Снаружи скорлупа покрыта тонкой пленкой, а ее внутренняя поверхность – эластичными подскорлупной и белковой пленками. Скорлупа, особенно на тупом конце, имеет массу пор, пронизываемых для воздуха, паров и газов. На тупом конце яйца между подскорлупной и белковой пленками имеется воздушная камера. Куриное яйцо содержит 73,6% воды, 12,8% азотистых веществ, 11,8% жиров, 1% углеводов и 0,8% минеральных веществ. Яичный белок содержит воду, азотистые вещества, жиры, углеводы и минеральные вещества. Желток покрыт тонкой полупроницаемой оболочкой и состоит из чередующихся концентрических слоев, отличающихся интенсивностью цвета. В состав желтка входят вода, белки, жиры, фосфатиды, углеводы, ферменты, витамины и красящие вещества. Яйцо содержит все питательные вещества, необходимые для нормальной жизнедеятельности, и обладает высокой пищевой ценностью. Белки и жиры яйца биологически ценные и легко усваиваются. В яйце содержатся почти все известные витамины. Яичный желток стимулирует работу органов пищеварения, содержит гормональные вещества и также хорошо усваивается.

Мясо и мясные товары

Основным сырьем для производства мяса и мясных продуктов являются крупный рогатый скот, свиньи и овцы. Качество мясных изделий в значительной степени зависит от вида и качества мяса. В свою очередь качество мяса зависит от породы, пола, возраста, упитанности. Породы животных оказывают влияние на пищевую ценность мяса. От возраста животных зависит степень жесткости мяса, расположение в нем жира, количество и качество малоценной в питательном отношении соединительной ткани. По мере старения животных увеличивается жесткость мяса, изменяется цвет жира и мышц. От упитанности животных зависит соотношение отдельных тканей и химический состав мяса, вкус и аромат мясных продуктов. Мясом называют скелетную мускулатуру убойных животных с прилегающими к ней тканями. Ткани, из которых состоит мясо, подразделяют на мышечную, жировую, соединительную и костную.

Рыбы и рыбные изделия

Промысловые рыбы различают по видам, родам, семействам. Близкие между собой виды объединяются в роды, роды – в семейства. Известно около 16000 видов рыб, из которых более 1500 являются промысловыми. По строению скелета различают рыб с хрящевым (акулы, скаты), хрящекостным (осетровые) и костным (большинство промысловых рыб) скелетом. По образу жизни рыб подразделяют на морские, проходные, полупроходные и пресноводные. Морские рыбы живут и размножаются в соленой морской воде. В свою очередь этих рыб делят на океанических, обитающих в открытых морях в толще воды (сельдь, скумбрия, тунец и др.), и донных (придонных), обитающих на дне или у дна водоема (треска, камбала, палтус и др.). По содержанию жира рыбу подразделяют на тощую – жира до 2%; среднежирную – жира более 2 до 8%; жирную – жира более 8 до 15% и особо жирную – жира более 15%. Все ткани и органы рыбы в товароведной и технологической практике принято делить на съедобные и несъедобные. К съедобным частям относят мясо, икру, молоки, печень, к несъедобным – голову, кости, плавники, пищеварительный тракт, чешую, плавательный пузырь, жабры, почки. Головы и хрящи осетровых, судака и некоторых других рыб считаются съедобными. Соотношение массы отдельных частей тела рыбы и ее органов и массы целой рыбы называют массовым составом рыбы, который выражают в процентах. Массовый состав, а также выход съедобных и несъедобных частей зависят от вида рыбы, ее возраста, физиологического состояния

вопрос № 3 «Товары смешанного происхождения»

Товары смешанного происхождения

Пищевые жиры: растительные масла, животные топленые жиры, кулинарные, кондитерские и хлебопекарные жиры, маргарин и майонез.

Вкусовые товары (группа сформирована по назначению): алкогольные напитки, безалкогольные напитки, чай и чайные напитки, кофе и кофейные напитки, пряности и приправы. К вкусовым товарам относят разнообразные по природе и составу продукты, которые благодаря хорошему вкусу и аромату способствуют более полному усвоению принимаемой одновременно с ними пищи.

Лекция №7. (2 часа)

Тема: «Характеристика непродовольственных товаров»

1.7.1 Вопросы лекции:

1. Понятие непродовольственных товаров.
2. Потребности, удовлетворяемые непродовольственными товарами.
3. Ассортимент непродовольственных товаров.

1.7.3 Краткое содержание вопросов:

вопрос № 1 «Понятие непродовольственных товаров»

Непродовольственный товар - не предназначенный для употребления в пищу и не являющийся сырьем для приготовления пищи товар, реализуемый с целью удовлетворения разнообразного потребительского спроса, например: одежда, обувь, мебель, автомобили, строительные материалы, бытовая техника и т.д. Иными словами, это товар, который ни в каком виде не пригоден для еды ни человеку, ни животным.

Непродовольственный товар продается в отдельных специализированных магазинах или крупных торговых центрах, или в супермаркетах, в отделах тесно не контактирующих с продовольственными товарами. К этим товарам относятся предметы женской и мужской гигиены, бытовая химия, мелкая кухонная утварь и пластиковая посуда. Более широкий ассортимент непродовольственных товаров может реализовываться параллельно с продовольственными товарами в крупных оптовых торговых центрах, супермаркетах и гипермаркетах, торговые площади которых позволяют грамотному размещению этих товаров.

вопрос № 2 «Потребности, удовлетворяемые непродовольственными товарами»

Потребности — нужда в чем-либо, объективно необходимом для поддержания жизнедеятельности и развития организма, человеческой личности, социальной группы, общества в целом.

Потребности выступают как внутренний побудитель активности человека.

Содержание потребностей, масштабы и характер их удовлетворения в наибольшей степени характеризуют благосостояние людей и определяют их отношение к товарам и другим благам. Поэтому знание потребностей и связанных с ними процессов, протекающих в сфере потребления, очень важно для специалистов торговли, прежде всего, товароведов. Характер и содержание потребностей, уровень их развития, степень насыщения выражаются в поведении потребителей по отношению к качеству, престижности, цене и ассортименту товаров.

Потребности существенно зависят от уровня жизни населения, культурного уровня общества, структуры потребления товаров. Следовательно, потребности могут быть самыми разнообразными.

Существуют разнообразные методы классификации потребностей.

Потребности, удовлетворяемые непродовольственными товарами, обычно подразделяют на следующие группы: физиологические, социальные и духовные.

К *физиологическим* относятся потребности, обусловленные строением и функционированием организма человека. Такие потребности иначе называют материальными. Эти потребности обеспечиваются созданием элементарных жизненно

необходимых условий. Например, физиологические потребности в обуви связаны с защитой стопы от внешних воздействий (холода, влаги, острых предметов и т. д.), обеспечением нормального функционирования стопы при ходьбе.

Социальные — это потребности в определенном образе жизни, определенных условиях и характере труда, общении с другими людьми, самоутверждении, развитии интеллекта.

Духовные потребности человека заключаются в духовном развитии, творчестве, эстетическом познании окружающего мира.

Денежные доходы являются существенным фактором, влияющим на потребности людей. Для богатых людей более существенными являются потребности в самоутверждении, а для бедных — экономические потребности. Богатые люди предпочитают отдавать качеству, престижности, эстетическим свойствам товаров, а бедные — цене и надежности товаров.

Важным фактором, влияющим на потребности, является *мода*.

Мода (*фр.* — *mode*, от *лат.* *modus* — мера, способ, правило) характеризует непродолжительное господство определенного вкуса в какой-либо сфере жизни или культуры.

Потребитель — гражданин, имеющий намерение заказать, приобрести и использовать товар исключительно для личных, семейных, домашних и иных нужд, не связанных с предпринимательской деятельностью.

Потребление — использование товара по назначению с целью удовлетворения определенной потребности. Относится к товарам, которые в процессе использования расходуются (косметические товары, стиральные порошки, лакокрасочные товары и т. п.).

Приобретатель — юридическое или физическое лицо, покупающее партию товара или товар, независимо от цели: для последующей продажи или использования.

Ремонт — действие, предпринятое в отношении недовольственного товара, имеющего недостатки, чтобы сделать его пригодным для использования по назначению.

Товары длительного пользования — недовольственные товары, предназначенные для эксплуатации в течение длительного срока (от одного до десятков, иногда сотен лет).

Эксплуатация — использование потребителем недовольственных товаров по назначению в соответствии с правилами эксплуатации. В процессе использования товары расходуют свой ресурс, изнашиваются (автомобили, одежда, обувь, и т. п.).

вопрос № 3 «Ассортимент недовольственных товаров»

Недовольственные товары представляют собой обширную совокупность товарных групп, которые объединены по различным признакам: по назначению, удовлетворяемым потребностям, по общности материалов или по выполняемым функциям.

Существует несколько различных классификаций недовольственных товаров. В частности, классификация по отраслям народного хозяйства делит товары на две группы: товары легкой промышленности (ткани, трикотаж, обувь, изделия из кожи и кожзаменителей, меховые изделия и др.) и товары культурно-бытового и хозяйственного назначения (мебель, инструменты, электробытовые товары, посуда, автомобили, мотоциклы, игрушки, спортивный инвентарь и др.). Эти товары производятся практически всеми отраслями промышленности, кроме легкой. Классификация товаров по отраслевому принципу сохранена при построении российских классификаторов. Классификаторы являются официальными документами.

Учебная классификация недовольственных товаров придерживается этого принципа, однако она имеет отступления, связанные с удобством и логикой объяснения учебного материала, а также необходимостью описания современного ассортимента

товаров, при производстве которых используются новые материалы, источники энергии, принципы и функции.

Непродовольственные товары делят на сложные комплексы:

- **хозяйственные товары:** металлотовары (инструменты, посуда и др.), стеклянные и керамические товары (посуда, стройматериалы, минеральные вяжущие и др.), изделия из пластмасс, бытовые химические товары (моющие, лакокрасочные материалы и др.), мебель бытовая, стройматериалы;
- **нефть и нефтепродукты;**
- **одежно-обувные:** текстильные, швейно-трикотажные, кожевенно-обувные, пушно-меховые;
- **парфюмерно-косметические** (парфюмерия, гигиеническая и декоративная косметика);
- **электротовары** (провода, осветительные приборы, машины для стирки, уборки, приготовления и хранения пищи и др.);
- **культурно-бытовые:** сложные электронные товары (телевизоры, видеоманитофоны, фото- и кинокамеры), часы, спортивный инвентарь, транспортные средства, музыкальные товары, аудио- и видеокассеты, книги, игрушки и др.;
- **ювелирные товары;**
- **галантерейные товары;**
- **изделия художественных промыслов.**

Деление непродовольственных товаров на однородные группы не является застывшим и догматичным. Так, некоторые группы товаров вышли из массового обихода, например, шорно-седельные, щепные и обозные; некоторые группы видоизменились и расширились; целые подгруппы, выделенные в классификаторах как "прочие", стали играть более значительную роль, чем известные и описанные ранее товары.

Непродовольственные товары удовлетворяют самые разнообразные потребности — от использования предметов личной гигиены до сложной бытовой техники, автомобиля и др. Потребительские свойства и их классификация для непродовольственных товаров описаны в темах 1 и 2.

Ассортимент непродовольственных товаров столь широк, что дать краткую характеристику всем ассортиментным группам не представляется возможным в рамках данного учебно-методического пособия, рассмотрим лишь несколько групп товаров кратко или более подробно. Студенты должны самостоятельно изучить конкретные однородные группы непродовольственных товаров потребления

Лекция №8. (2 часа)

Тема: «Классификация непродовольственных товаров»

1.8.1 Вопросы лекции:

1. Классификация товаров по отраслям народного хозяйства.
2. Сложные комплексы непродовольственных товаров.

1.8.2 Краткое содержание вопросов:

вопрос № 1 «Классификация товаров по отраслям народного хозяйства»

ОБЩЕСОЮЗНЫЙ КЛАССИФИКАТОР ОТРАСЛИ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА (ОКОНХ)

Общесоюзный классификатор "Отрасли народного хозяйства" (ОКОНХ) является важной составной частью единой системы классификации и кодирования технико-экономической информации, используемой в автоматизированных системах управления в народном хозяйстве.

ОКОНХ представляет собой группировки видов деятельности по отраслям, отличающимся характером функций, выполняемых ими в общей системе общественного разделения труда.

При помощи классификатора анализируется структура хозяйственной деятельности государства, характер состояния производительных сил, степень развития общественного разделения труда.

В Классификаторе ОКОНХ предусмотрен следующий перечень отраслей народного хозяйства, отнесенных к сфере материального производства:

- промышленность;
- сельское хозяйство;
- лесное хозяйство;
- рыбное хозяйство;
- транспорт и связь;
- строительство;
- торговля и общественное питание;
- материально-техническое снабжение и сбыт;
- заготовки;
- информационно-вычислительное обслуживание;
- операции с недвижимым имуществом;
- общая коммерческая деятельность по обеспечению функционирования рынка;
- геология и разведка недр, геодезическая и гидрометеорологическая службы;
- прочие виды деятельности сферы материального производства.

Остальные виды деятельности, в процессе которых материальные блага не создаются, образуют в своей совокупности непроеизводственную сферу деятельности.

В классификаторе ОКОНХ к непроеизводственной сфере отнесены следующие отрасли народного хозяйства страны и виды деятельности:

- жилищно-коммунальное хозяйство;
- непроеизводственные виды бытового обслуживания населения;
- здравоохранение, физическая культура и социальное обеспечение;
- народное образование;
- культура и искусство;
- наука и научное обслуживание;
- финансы, кредит, страхование, пенсионное обеспечение;
- управление;
- общественные объединения.

В классификаторе ОКОНХ предусмотрено также выделение следующих укрупненных отраслей промышленности:

- электроэнергетика;
- топливная промышленность;
- черная металлургия;
- цветная металлургия;
- химическая и нефтехимическая промышленность;
- машиностроение и металлообработка;
- деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная промышленность;
- промышленность строительных материалов;
- стекольная и фарфоро-фаянсовая промышленность;
- легкая промышленность;
- пищевая промышленность;
- микробиологическая промышленность;
- мукомольно-крупяная и комбикормовая промышленность;
- медицинская промышленность;
- полиграфическая промышленность;

– другие виды промышленного производства.

вопрос № 2 «Сложные комплексы непродовольственных товаров»

Общая групповая характеристика непродовольственных товаров

Непродовольственные товары представляют собой обширную совокупность товарных групп, которые объединены по различным признакам: по назначению, удовлетворяемым потребностям, по общности материалов или по выполняемым функциям.

Классификация непродовольственных товаров придерживается этого принципа, однако она имеет отступления, связанные с удобством и логикой, а также необходимостью описания современного ассортимента товаров, при производстве которых используются новые материалы, источники энергии, принципы и функции.

Непродовольственные товары делят на сложные комплексы:

1) хозяйственные товары: металлотовары (инструменты, посуда и др.), стеклянные и керамические товары (посуда, стройматериалы, минеральные вяжущие и др.), изделия из пластмасс, бытовые химические товары (моющие, лакокрасочные материалы и др.), мебель бытовая, стройматериалы; нефть и нефтепродукты;

2) одежно-обувные: текстильные, швейно-трикотажные, коженно-обувные, пушно-меховые;

3) парфюмерно-косметические (парфюмерия, гигиеническая и декоративная косметика);

4) электротовары (провода, осветительные приборы, машины для стирки, уборки, приготовления и хранения пищи и др.);

5) культурно-бытовые: сложные электронные товары (телевизоры, видеоманитофоны, фото- и кинокамеры), часы, спортивный инвентарь, транспортные средства, музыкальные товары, аудио- и видеокассеты, книги, игрушки и др.;

6) ювелирные товары: галантерейные товары; изделия художественных промыслов.

Деление непродовольственных товаров на однородные группы не является застывшим и догматичным. Так, некоторые группы товаров вышли из массового обихода, например, шорно-седельные, щепные и обозные; некоторые группы видоизменились и расширились; целые подгруппы, выделенные в классификаторах как "прочие", стали играть более значительную роль, чем известные и описанные ранее товары.

Непродовольственные товары удовлетворяют самые разнообразные потребности — от использования предметов личной гигиены до сложной бытовой техники, автомобиля и др.

Оценка качества и экспертиза (в случаях конфликта, неопределенности или риска) непродовольственных товаров проводится по действующим нормативным документам с использованием следующих методов.

Лекция №9. (4 часа)

Тема: «Оценка качества и экспертиза непродовольственных товаров»

1.9.1 Вопросы лекции:

1. Методы оценки качества непродовольственных товаров.
2. Упаковка непродовольственных товаров.
3. Условия хранения непродовольственных товаров.

1.9.2 Краткое содержание вопросов:

вопрос № 1 «Методы оценки качества непродовольственных товаров»

Существуют следующие **методы определения качества товара:**

- органолептический;
- лабораторный;

- экспертный;
- измерительный;
- регистрационный, социологический.

Органолептический метод — качество устанавливается с помощью органов чувств (зрения, слуха, обоняния, осязания, вкуса) по внешнему виду, цвету, консистенции. Внешний вид товара определяют осматриванием, составляя общее зрительное впечатление.

Цвет устанавливается при естественном освещении:
по эталонам (жареный кофе);
по цветовой шкале (чай);
по специальным прописям (вино).

Лабораторный метод оценки качества требует специальной аппаратуры, инструментов, он более сложный и длительный, но точный и объективный. В лабораториях проводят физические, химические, физико-химические, биохимические, микробиологические исследования качества продуктов.

Экспертный метод. Решение о качестве продуктов принимается экспертами.

В экспертную группу входят высококвалифицированные специалисты по данному товару — ученые, технологи, товароведы и др.

Измерительный метод. При этом методе численные значения показателей качества продукции определяют на основе технических средств измерений. Результаты этого метода объективны и выражены в конкретных единицах измерения. Но этот метод требует специального оборудования, химических реактивов, специально подготовленных работников.

Регистрационный метод. Качество определяется путем подсчета числа определенных событий, предметов, а также на основе наблюдений.

Социологический метод. Показатели качества определяют на основе сбора и анализа мнений потребителей. На специально организованных покупательских конференциях, выставках-продажах, дегустациях потребители заполняют анкеты-вопросники, которые затем обрабатываются.

Всесторонние исследования качества товаров возможны при сочетании органолептического и лабораторного методов. Качество товара лабораторным методом определяется по средней пробе.

Средняя проба — это образец, по которому можно судить о качестве всей партии товара.

Чтобы получить среднюю пробу обычно берут небольшое количество товара из разных мест (снизу, сверху, из середины).

При большом количестве товарных мест в партии товара среднюю пробу берут не менее чем из 10% всех мест. При небольшой партии товара пробу берут из каждого тарного места. Жидкие и сыпучие товары перед взятием пробы следует хорошо перемешивать. Точность определения качества всей партии товара во многом зависит от правильности взятия средней пробы.

вопрос № 2 «Упаковка непродовольственных товаров»

Роль упаковки и тары в торгово-технологическом процессе. Большинство товаров, выпускаемых промышленностью, транспортируют, хранят и отпускают потребителю в таре и упаковке.

Тара - элемент упаковки, предназначенный для хранения упаковки и транспортировки товара. В торгово-технологическом процессе она играет следующую роль:

- обеспечивает сохранность товаров;
- создает удобства для переработки грузов на всем пути продвижения товаров от производства до потребителя;

- дает возможность эффективнее использовать вместимость складов и грузоподъемность транспортных средств;
- является необходимым условием использования прогрессивных технологий как при продвижении товаров, так и в процессе их розничной продажи;
- выполняет рекламные функции;
- способствует ускорению товарооборачиваемости, увеличению объемов продаж, повышению производительности труда;
- является важным условием для механизации торгово-технологических процессов;
- обеспечивает снижение затрат при доведении товаров до потребителя.

Упаковка - средство или политика средств, обеспечивает защиту продукции и окружающей среды от повреждения и потерь, и облегчает процесс транспортирования, хранения и реализации продукции.

С развитием научно-технического прогресса наблюдается тенденция расширения функции тары в торгово-технологическом процессе. Она используется не только для хранения и транспортирования товаров, но и как оборудование торговых залов магазинов. Такая тара, имея особую конструкцию, заменяет механическое оборудование магазинов, обеспечивает возможность транспортирования товаров без переформирования пакета на всем пути товародвижения. С более широким использованием такой тары связаны темпы; технического перевооружения, использование прогрессивных технологий в торговле и на транспорте, сокращение ручного труда, замена его механизированным, повышение эффективности использования техники.

вопрос № 3 «Условия хранения непродовольственных товаров»

Под классификацией товаров понимают разделение заданного множества товаров по определенным признакам на отдельные категории (подмножества) с использованием выбранного метода деления и соблюдением установленных правил.

В товароведении классификация позволяет объединить в родственные группы большое количество товаров, находящихся в сфере обращения, что дает возможность упорядочить терминологию; облегчить учет спроса, изучение потребительских свойств и ассортимента товаров; совершенствовать учет товаров и отчетность в торговой деятельности.

Широкое применение в торговом процессе имеет торговая классификация, согласно которой все товары подразделяются на два раздела: продовольственные и непродовольственные.

Непродовольственные товары согласно торговой системе классификации делят на следующие товарные группы: товары из пластических масс; бытовые химические товары; силикатные товары; строительные товары; металлические товары; электротовары и бытовые машины; текстильные товары; швейные товары; трикотажные товары; пушно-меховые и овчинно-шубные товары; галантерейные товары; парфюмерно-косметические товары; ювелирные товары и часы; товары культурно-бытового назначения. В особую группу выделяют книги и другую печатную продукцию. Вышеперечисленные группы товаров могут разукрупняться или укрупняться за счет объединения нескольких групп или выделения новых. Например, группа силикатных товаров часто разделяется на две группы: стеклянные товары и керамические товары. Следует учитывать характеристику и свойства каждого вида товаров при хранении.

Лекция №10. (2 часа)

Тема: «Классификация и ассортимент вкусовых товаров»

1.10.1 Вопросы лекции:

1. Классификация и ассортимент вкусовых товаров.
2. Требования к качеству вкусовых товаров

1.10.2 Краткое содержание вопросов:

вопрос № 1 «Классификация и ассортимент вкусовых товаров»

Группа "вкусовые товары" в отличие от других групп продовольственных товаров сформирована не по сырьевому признаку, а по назначению — удовлетворять потребности организма во вкусовых и ароматических ощущениях. К этой группе относятся товары, имеющие разное происхождение: растительное (алкогольные напитки, чай, кофе и др.), минеральное (природные минеральные воды, поваренная соль), биосинтетическое (уксус, некоторые пищевкусные добавки).

Вместе с тем чрезмерное употребление некоторых вкусовых товаров негативно влияет на человеческий организм. При злоупотреблении крепким кофе возрастает риск сердечно-сосудистых заболеваний, так как в сыворотке крови возрастает содержание свободных жирных кислот, а у диабетиков повышается содержание сахара в крови. Неумеренное употребление приправ, содержащих уксусную кислоту (уксуса, кетчупов и др.), приводит к раздражению слизистых оболочек желудочно-кишечного тракта, провоцируя возникновение гастритов и других желудочно-кишечных заболеваний. Однако самое пагубное влияние на человеческий организм оказывает злоупотребление алкогольными напитками: приводит к отравлению организма, вызывает психические расстройства, патологическую (наркотическую) алкогольную зависимость и возникновение тяжелых заболеваний (алкоголизм, алкогольную эпилепсию, эмбриопатию — патологию плода у пьющих во время беременности матерей, энцефалопатию — хроническое заболевание головного мозга с необратимыми патологическими изменениями и др.). И хотя физиологические и социальные потребности в употреблении алкогольных напитков не являются жизненно необходимыми, попытки исключить их полностью (антиалкогольные кампании, "сухие" законы), не дают позитивных результатов. Переориентация потребителей на умеренное, грамотное употребление качественных алкогольных напитков с невысоким содержанием спирта (виноградных вин, пива и др.) является одной из самых результативных мер в решении этой социально-гигиенической проблемы.

В товароведении вкусовые товары делят на следующие подгруппы:

- **алкогольные напитки** (этиловый спирт, водки и другие крепкие национальные напитки, ликероводочные изделия, коньяки и коньячные напитки, вина и винные напитки, пиво и другие слабоалкогольные напитки);
- **безалкогольные напитки** минеральные воды;
- **чай, кофе, чайные и кофейные напитки;**
- **пряности, приправы и пищевые вкусо-ароматические добавки.**

Классификация пряностей

Пряности - это группа вкусовых товаров растительного происхождения, добавляемых к пище в незначительных количествах для придания ей устойчивого аромата и/или характерного жгучего привкуса, особенно усиливающихся при нагревании.

Пряности, это сами растения, вернее, их части - цветы, плоды, корни, которые ценят за аромат и особый жгучий вкус. Они не только меняют вкус блюда, придают ему аромат и жгучий привкус, но и отдают ему свои витамины и минералы, повышают срок его хранения и через пищу влияют на самочувствие.

Пряности издавна применялись в национальных кухнях многих стран мира, и их известно более 300 наименований, из них более 150 наименований пряностей. Около 20 из них получили признание в Европе, и их называют классическими. Таким образом, пряности подразделяются на:

- 1) классические;
- 2) комбинированные;
- 3) местные;
- 4) искусственные;

5) переработанные.

Классические пряности (заморские), в зависимости от того, какая часть растения используется в пищу, делят на следующие подгруппы:

листья - лавровый лист;

цветы и их части - гвоздика, шафран;

плоды - перец (черный, белый, душистый и красный), ваниль, бадьян, кардамон;

семена - горчица, мускатной орех, мускатный цвет;

кора - корица, кассия;

корни - имбирь, куркума, галаган.

Комбинированные пряности представляют собой смеси классических и местных пряностей, иногда с добавлением искусственных ароматизаторов (хмели-сунели, наборы для ухи, студня, маринадов и др.).

Местные пряности:

пряные овощи - выращивают в качестве культурных растений, они относятся к луковым, корнеплодным и корневищным овощам. Луковые пряные овощи: лук репчатый, многоярусный, шалот, порей, батун, шнитт-лук, алтайский, лук горный - ангур, чеснок, черемша, чесночник. К корнеплодным пряным овощам относят петрушку, пастернак, сельдерей. Представителем корневищных пряных овощей является хрен.

Пряные травы - в большинстве своем являются дикорастущими, но некоторые из них культивируются в промышленном масштабе. Как правило, дикорастущие отличаются более сильным ароматом и горечью. Пряные травы в пищу могут использоваться в свежем или высушенном виде. Используют в пряных травах только надземную часть растения (стебли, листья, цветы, плоды, семена) и в качестве исключения -- корень (аир, дягиль). Для России типичными представителями пряных трав являются укроп, кориандр, тмин, анис, мята, эстрагон, фенхель, рута, Melissa, иссоп, базилик, крессы, донник, душица, чабрец, майоран, любисток и др. Используют пряные травы в пищу в отдельности или в виде смесей (укроп, кориандр, тмин, анис, мята, эстрагон, фенхель, Melissa, базилик, душица, донник, можжевельник, майоран, полынь и др.).

Искусственные (синтетические) - пищевые эссенции. Для замены дорогостоящих натуральных классических пряностей созданы искусственные (синтетические) пряности: ванилин, синтетический коричный экстракт, порошкообразные заменители корицы, гвоздики, мускатного ореха, шафрана и др.

Переработанные пряности выпускаются в виде эссенций, эмульсий, гранул, композиций и т.д. Например, ассортимент чеснока насчитывает десятки наименований - гранулированный, измельченный, в виде эмульсии, с солью, с перцем и др.

Классификация приправ

Ни одна кухня мира не обходится без приправ. Как говорят французы, приправа - это то, что придает блюду пикантность, а уж кто как не французы знают толк в пикантности. Любое блюдо, даже самое простое, может стать вкуснее, оцениваться на порядок выше, если при его приготовлении используется приправа. Для каждого блюда приправа должна быть своя особенная, индивидуальная, их можно использовать при приготовлении различных блюд.

Приправы пришли к нам с азиатских стран, где разнообразие душистых трав просто не могло остаться без внимания богатых плантаторов. Долго думая, как лучше воспользоваться землей, на которой растет всевозможная трава, плантаторы попробовали ее скосить и высушенную попробовать смешать в различных вариациях. Полученные смеси использовали в различных целях: как духами ими пользовались знатные красавицы, как средство защиты от насекомых их использовали наемные работники.

Позднее, когда стали налаживаться торговые связи между городами, в нашей стране наравне с душистыми благовониями появились и приправы. Сегодня на полках магазинах всевозможное количество баночек с приправами приковывает взгляд уже

только потому, что все они упакованы в очень красивые и красочные упаковки или баночки, которые могут составить украшение любой даже самой изысканной кухни.

Приправы, в отличие пряностей, требуют специального приготовления и особых условия хранения, так как являются пищей. В их состав, помимо вкусовой основы, обязательно входят специи, пряности или ароматизаторы. Хорошая кухня немыслима без приправ. Приправы бывают простыми и сложными (составными). К приправам относятся различные заправки, знакомые всем столовая горчица и русский хрен, сметана, взвары, подливки, соусы. Самыми лучшими по качеству и вкусу являются приправы различных национальных кухонь, представляющие собой проверенные веками, традиционные композиции, в то время как приправы фабричного производства оказываются, как правило, слишком упрощенными и резкими.

Приправы подразделяются на:

- 1) пищевые кислоты (уксусная, лимонная);
- 2) неорганические и органические соли натрия (поваренная соль, глютамат натрия);
- 3) соусы (томатные, фруктовые, искусственные);
- 4) столовая горчица (без наполнителей, с наполнителями);
- 5) хрен (без наполнителей, с наполнителями).

В настоящее время в России получили очень большое распространение вкусо-ароматические добавки, разрешенные Минздравом РФ.

Вкусо-ароматические добавки подразделяются на ароматизаторы и усилители вкуса.

Ароматизаторы подразделяются на натуральные, искусственные и синтетические.

Натуральные ароматизаторы получают путем выделения дистилляцией, CO₂-экстракцией или криогенным способами ароматического комплекса тех или иных пряностей, приправ. Данные ароматизаторы называют по исходному сырью, из которых они были получены.

Искусственные ароматизаторы получают путем смешивания отдельных веществ, выделенных из натурального сырья, в определенных пропорциях. Полученные искусственные ароматизаторы называют по тому продукту, который будет заменяться данным ароматизатором.

Синтетические ароматизаторы получают путем прямого синтеза того или иного вещества из химического сырья. Ярким примером получения подобных ароматизаторов является ванилин, широко применяющийся вместо ванили в кондитерской промышленности, производстве ликеров, безалкогольных напитков, мороженого и в кулинарии

вопрос № 2 «Требования к качеству вкусовых товаров»

К вкусовым товарам относят разнообразные по природе и составу продукты, которые благодаря хорошему вкусу и аромату способствуют более полному усвоению принимаемой одновременно с ними пищи. Однако излишнее употребление вкусовых товаров, особенно алкогольных напитков, может принести вред. По характеру воздействия на организм человека различают вкусовые товары общего и местного действия. К первой группе относят спиртные напитки, чай и кофе. Содержащиеся в этих продуктах соответственно спирт, алкалоиды, кофеин, возбуждая центральную нервную систему, оказывают воздействие на весь организм. Вкусовые товары местного действия воздействуют в основном на органы вкуса и обоняния. К этой группе относят пряности, пищевые кислоты, соль. В товароведении и торговой практике принято подразделять вкусовые товары на следующие группы: чай и кофе, пряности и вкусовые приправы, алкогольные напитки, слабоалкогольные напитки, безалкогольные напитки.

Лекция №11. (2 часа)

Тема: «Классификация и ассортимент кондитерских товаров»

1.11.1 Вопросы лекции:

1. Классификация и ассортимент кондитерских товаров.
2. Требования к качеству кондитерских товаров.

1.11.2 Краткое содержание вопросов:

вопрос № 1 «Классификация и ассортимент кондитерских товаров»

Кондитерские товары — это сладкие продукты, отличающиеся приятным вкусом и ароматом, красивым внешним видом, высокой пищевой ценностью, а также хорошей усвояемостью. Основным сырьем для производства кондитерских изделий являются: сахар и другие сладкие вещества (мед, заменители сахара), патока, молоко, сливочное масло, различные фрукты и ягоды, мука, крахмал, какао-продукты (какао-масло, какао-порошок, какао тертое), орехи, различные жиры и масла (маргарин, растительные масла, заменители какао-масла, кондитерские жиры) и др. Кроме того, в кондитерском производстве используют различные пищевые красители (индиго-кармин, тартразин, кармин, куркуму), студне-образователи (агар, агароид, фулцелларан, пектин), пенообразователи (яичные белки, кровяной альбумин, мыльный корень), ароматические вещества (эфирные масла, различные эссенции, ванилин), пищевые кислоты (лимонную, винную, яблочную), консерванты (бензойную кислоту, сернистую кислоту, сорбиновую кислоту) и др.

Кондитерские товары подразделяют на две группы: сахаристые и мучные.

К сахаристым относят фруктово-ягодные изделия, шоколад, какао-порошок, карамель, конфеты, ирис, драже, халву и восточные сладости типа карамели и конфет. К мучным кондитерским изделиям относят печенье, пряники, вафли, торты и пирожные, кексы, ромовые бабы, рулеты, мучные восточные сладости.

Мучные кондитерские изделия отличаются от сахаристых тем, что в их рецептуру входит мука. Эти изделия обладают высокой калорийностью и усвояемостью, отличаются приятным вкусом и привлекательным внешним видом. Высокая пищевая ценность мучных кондитерских изделий обусловлена значительным содержанием углеводов, жиров, белков. Благодаря низкой влажности большинство изделий представляет собой ценный пищевой продукт с длительным сроком хранения.

В зависимости от рецептуры и способа производства их подразделяют на группы: печенье, крекер (сухое печенье) и галеты; пряники; вафли; пирожные и торты; кексы, рулеты и ромовые бабы; мучные восточные сладости.

Производство всех видов мучных кондитерских изделий включает такие операции, как приготовление теста, формование, выпечка, охлаждение, упаковка, для некоторых видов — отделка.

вопрос № 2 «Требования к качеству кондитерских товаров»

Кондитерскими товарами называются пищевые изделия, изготавливаемые с применением сахара или другого сладкого вещества (мед, ксилит, сорбит), патоки, фруктов, ягод, молока, сливочного масла, какао-бобов, орехов и т.д. Кондитерские товары подразделяют на сахарные и мучные.

К сахарным кондитерским изделиям относят карамель, конфеты, шоколад, фруктово-ягодные изделия (варенье, джем, повидло, желе, цукаты, мармелад, зефир, пастила), халву, ирис, драже и пр.; к мучным кондитерским изделиям относят печенье, пряники, вафли, пирожные, кексы и т.д.

Карамель - продукт, получаемый увариванием сахаро-паточного или сахарно-инвертного (карамельного) сиропа до образования карамельной массы влажностью 1,5-3,5 % и последующим ее формованием. Согласно ГОСТ 6477-88 «Карамель. Общие технические условия», она подразделяется на леденцовую и с начинками (фруктово-ягодными, медовыми, помадными и т.д.). Карамель должна иметь равномерную окраску,

соответствующий данному наименованию цвет, вкус и запах, сухую, гладкую поверхность без трещин с четким рисунком (допускаются лишь незначительные дефекты). В ГОСТе нормируется также влажность, массовая доля начинки, кислотность подкисляемой карамели и другие показатели. Этикетка или подвертка не должна прилипать к карамели, краска с этикетки не должна пачкать саму карамель.

Конфетами называются кондитерские изделия, изготавливаемые на сахарной основе, отличающиеся, большей частью, мягкой консистенцией, разнообразные по составу, форме и вкусу. Основу конфет составляет конфетная масса, из которой готовится корпус конфет. По ГОСТ 4570-93 «Конфеты. Общие технические условия», конфеты делят на глазированные, неглазированные и шоколадные типа «Ассорти». Конфеты должны иметь свойственный вкус и запах, поверхность глазированных конфет должна быть ровной или волнистой, неглазированных – сухой и нелипкой, шоколадных – блестящей с четким рисунком. Этикетка должна плотно облегать конфету, но при этом легко отделяться от нее. Краска на этикетке должна быть стойкой и ни в коем случае не переходить на поверхность конфеты.

Шоколад представляет собой продукт с характерным вкусом, ароматом и тонизирующими свойствами. ГОСТ Р 52821-2007 «Шоколад. Общие технические условия» нормирует внешний вид шоколада и шоколадных изделий, форму, вкус и запах (деформация, посторонние запахи и привкусы также не допускаются). Из физико-химических показателей нормируются массовая доля масла какао (кроме молочного и с начинкой), массовая доля молочного жира (для молочного и белого), массовая доля начинки (для шоколада с начинкой) и другие показатели. В шоколадных кондитерских изделиях допускается использование до 5% растительных жиров-эквивалентов масла какао и (или) улучшителей масла какао.

Печенье является наиболее распространенным видом мучных кондитерских изделий. Сахарное печенье выпекают из пластичного теста с большим содержанием сахара (24-35%) и жира (не менее 9,5 %), затяжное - из эластичного затяжного теста, сдобное – с добавлением большого количества сахара и яиц. В ГОСТ 24901-89 «Печенье. Общие технические условия» нормируются такие органолептические показатели, как форма печенья, поверхность, цвет, вкус и запах, вид в изломе. Печенье не должно иметь вмятин, его края должны быть ровными или фигурными, окраска – равномерной, а вкус и запах - соответствовать наименованию изделия; в изломе печенье должно быть хорошо пропеченным, равномерно пористым. Содержание сахара и жира, а также влажность и размеры печенья зависят от его вида и сорта. К дефектам печенья относят деформацию, подгорелости, следы непромеса, посторонние привкусы, запахи и т.д.

Для пряничных изделий характерно большое содержание жира и сахара. Они делятся на пряники (с начинкой и без) и коврижки (с начинкой и без нее). По органолептике, в соответствии с ГОСТ 15810-96 «Изделия кондитерские пряничные. Общие технические условия», пряники должны быть хорошо пропеченными, не липкими, без непромешанных комочков.

Пирожные и торты - высококалорийные мучные кондитерские изделия, содержащие большое количество жира, сахара, яиц (меланжа) либо только сахара и яиц, разнообразной формы и с красивой внешней отделкой. Торты от пирожных отличаются большими размерами и более сложной художественной отделкой. В зависимости от вида теста торты также подразделяют на бисквитные, песочные, слоеные и др. Показатели качества данных изделий устанавливаются в соответствующих стандартах.

В соответствии с ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования», до потребителя (путем нанесения маркировки, размещения на информационных листах или ярлыках) должна доводиться достоверная и полная информация о кондитерском изделии, а именно его наименование, наименование и местонахождение изготовителя, сведения о массе нетто, составе (включая использованные пищевые добавки, ароматизаторы и пр.), сведения о пищевой ценности (для кондитерских

наборов, состоящих из различных видов и наименований изделий, указывают общий состав ингредиентов и средневзвешенную пищевую ценность), сроке годности (сроке хранения), условиях хранения, дате изготовления и упаковки; в маркировке должно быть обозначение документа, в соответствии с которым изготовлен и может быть идентифицирован продукт, а также информация о подтверждении соответствия. Сроки годности и хранения некоторых видов кондитерских изделий (например, тортов, пирожных и др.) очень небольшой, поэтому при их приобретении рекомендуется обращать особое внимание на данные сведения.

Лекция №12. (2 часа)

Тема: «Классификация и ассортимент обувных товаров»

1.12.1 Вопросы лекции:

1. Общие сведения об обувных товарах.
2. Классификация и ассортимент обувных товаров.
3. Требования к качеству обувных товаров.

1.12.2 Краткое содержание вопросов:

вопрос № 1 «Общие сведения об обувных товарах»

Наряду с исходными обувными материалами процесс производства кожаной обуви является фактором, определяющим и формирующим ее свойства и ассортимент. Применение тех или иных технологических приемов позволяет изменять свойства и ассортимент изготавливаемой обуви; кроме того, качество выполнения технологических операций существенно отражается на свойствах и качестве изделий.

Промышленное производство обуви состоит из двух этапов. На первом этапе, называемом проектированием, создается первичный образец, или модель, обуви и разрабатывается вся необходимая техническая документация. Проектирование включает моделирование и **конструирование обуви**, которыми занимаются художники-модельеры и конструкторы. На втором этапе происходит изготовление обуви партиями по первичному образцу.

При проектировании осуществляются два взаимосвязанных процесса — разработка формы и размеров обувной колодки и создание модели обуви.

Обувные колодки являются базовым инструментом производства обуви. От формы и размеров обувных колодок в прямой зависимости находятся соответствие внутренних размеров обуви особенностям строения стоп, форма носочной части и высота приподнятости пяточной части, линейные размеры, удобство обуви в носке.

По назначению обувные колодки подразделяют на основные (затяжные) и вспомогательные (гладильные, отделочные). Основные колодки используют при формовании заготовки для придания ей требуемой формы. Вспомогательные колодки применяются на некоторых операциях технологического процесса и получили свое название от этих операций: гладильные — для разглаживания подошв; отделочные — для отделки обуви и защиты, предохранения ее от деформаций. В зависимости от способа формования и вида обуви применяют обувные колодки разной конструкции: цельные, с выпиленным клином, сочлененные, раздвижные. По материалу различают деревянные, металлические, пластмассовые и комбинированные колодки.

вопрос № 2 «Классификация и ассортимент обувных товаров»

В Общероссийском классификаторе продукции (ОК 005) кожаную обувь относят к 88 классу, который делится на 8 подклассов по виду материала верха: 1) юфтевая обувь; 2) хромовая обувь (в том числе с верхом из замши, сандаальной юфти, кожи с волосатым покровом); 3) обувь с верхом из текстильных материалов, войлока, фетра, трикотажных полотен; 4) обувь с верхом из синтетических кож; 5) обувь с верхом

из искусственных кож;
6) обувь с комбинированным верхом из юфтевых и искусственных кож; 7) обувь с комбинированным верхом из хромовых и искусственных или синтетических кож; 8) обувь с комбинированным верхом из текстильных материалов, войлока, фетра и кожи.

Подкласс включает 8 групп обуви по половозрастному признаку:

- 1) мужская;
- 2) женская;
- 3) мальчиковая с 245 (38) по 280 (43,5) размеры, предназначена для мальчиков в возрасте с 11 до 14 лет;
- 4) девичья с 225 (35) по 255 (40) размеры, предназначена для девочек с 11 до 16 лет;
- 5) школьная с 205 (32) по 240 (37,5), предназначена для школьников с 7 до 11 лет;
- 6) дошкольная с 170 (27) по 200 (31,5), предназначена для детей с 5 до 7 лет;
- 7) малодетская с 145 (23) по 165 (26), предназначена для детей с 3 до 5 лет;
- 8) восьмая группа — свободная; 9) пинетки и обувь для ясельного возраста — пинетки с 95 (16) по 125 (20), для детей до года, обувь для ясельного возраста — с 105 (17) по 140 (22,5), для детей от одного года до трех лет.

Фасон обуви определяется формой и размерами ее носочной части, формой и высотой каблука.

Модель обуви — конкретное изделие, которому присущи индивидуальные признаки конструкции, материалов и внешнего оформления обуви.

вопрос № 3 «Требования к качеству обувных товаров»

Контроль качества включает два этапа:

- проверка качества обуви по внешнему виду;
- проверка физико-механических показателей качества обуви.

На первом этапе проверяют соответствие партии обуви образцу-эталону, сорт обуви, правильность ее маркировки и упаковки. Изготовитель проверяет каждую пару обуви в партии; продавец может проводить эту проверку выборочно в соответствии с ГОСТом 9289-78 "Обувь. Правила приемки". В зависимости от объема партии обуви ГОСТ 9289-78 устанавливает объем выборки (первой и второй). Выборку от партии отбирают методом случайного отбора: первую пару отбирают произвольно, а все последующие — через одинаковое количество пар x , равное частному от деления общего количества пар обуви в партии N на объем выборки n или $x=N/n$. Кроме этого, ГОСТ 9289-78 устанавливает приемочные и браковочные числа для первой и второй выборок. Если в результате проверки первой выборки количество пар, переведенных в брак, меньше или равно приемочному числу для первой выборки, то партию обуви считают принятой. Если количество бракованных пар больше или равно браковочному числу для первой выборки, то всю партию бракуют. Если количество забракованных пар больше приемочного, но меньше браковочного числа, то отбирают вторую выборку. Пары, входившие в первую выборку, не участвуют в отборе обуви для второй выборки. По результатам проверки второй выборки партию принимают, если количество пар обуви, переведенных в брак в двух выборках вместе, меньше или равно приемочному числу для второй выборки. Если количество бракованных пар в двух выборках больше или равно браковочному числу для второй выборки, то партию бракуют. Интервал между приемочным и браковочным числами для второй выборки равен единице.

Требования к внешнему виду кожаной обуви и основные правила ее сортировки установлены в ГОСТе 28371-89 "Обувь. Определение сортности", требования к маркировке и упаковке — в ГОСТе 7296-81 "Обувь. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение" и ГОСТе Р 51121-97 "Товары непродовольственные. Информация для потребителя. Общие требования".

Согласно ГОСТу 28371-89 кожаную обувь делят на стандартную (или сортную) и нестандартную. Стандартная обувь должна соответствовать образцу-эталону по модели, фасону колодки и каблука, материалам и расцветкам верха, материалам низа, применяемой фурнитуре, способу обработки и отделки верха и низа, маркировке. Она должна быть хорошо отформованной, отделанной, без пятен, складок и морщин. Обувь оценивают попарно. Обувь в паре должна быть одинаковой по размеру и полноте, цвету, мере и фактуре поверхности материалов. ГОСТ 28371-89 определяет перечень "критических" дефектов, недопустимых в стандартной обуви. К ним относятся: сквозные повреждения деталей обуви; растрескивание, отслаивание и липкость покрывной пленки материала верха и подкладки; несоответствующий размер и полнота обуви; несоответствующий фасон колодки; неправильное расположение (соединение) деталей; не разглаженный шов, плохое соединение швов; неправильно поставленный каблук; не приклеенная подошва; не приклеенная или порванная подкладка; расщелины между деталями низа обуви; замены; не заделанные или плохо заделанные повреждения; выступающие механические крепители; неправильное комплектование пар обуви; неустойчивость покрытия кож; другие дефекты, при наличии которых невозможно использование обуви по назначению.

Маркировка должна содержать следующие данные:

- наименование товара — вид обуви;
- наименование страны-изготовителя — Россия;
- наименование фирмы-изготовителя — ЗАО МОФ "Парижская Коммуна";
- основное назначение товара или область его применения — обувь повседневная или домашняя, или производственная и т. п.; родовое и возрастное назначение обуви (мужская, женская, мальчиковая, девичья, школьная, дошкольная и т. д.);
- правила и условия безопасного хранения, транспортирования, безопасного и эффективного использования;
- основные потребительские свойства или характеристики — вид материалов верха, подошвы и подкладки; цвет материала верха; размер и полнота обуви; информация о защитных свойствах обуви (для специальной обуви);
- информацию об обязательной сертификации наносит изготовитель или продавец только на товары, подлежащие в России обязательной сертификации, в виде знака соответствия по ГОСТу Р 50460-92 "Знак соответствия при обязательной сертификации. Форма, размеры и технические требования";
- юридический адрес изготовителя или продавца.
- Информация, указанная в пунктах 1-8 является обязательной при маркировке импортной и отечественной обуви.
- Для отечественной обуви маркировка должна быть дополнена в соответствии с требованиями ГОСТа 7296-81 в разделе 1 следующей информацией:
- обозначением нормативного документа, по которому изготавливалась обувь (ГОСТ или ОСТ, или ТУ);
- товарным знаком изготовителя (при его наличии);
- датой выпуска (месяц и две последние цифры года наносятся арабскими цифрами через точку — 11.01);
- обозначением фасона колодки и (или) номера модели;
- клеймом "СТ".

Кроме перечисленных тринадцати пунктов, изготовитель (или продавец) может дополнить маркировку следующими данными:

- информацией о добровольной сертификации (при ее наличии);
- информацией о знаке соответствия обуви государственным стандартам (на добровольной основе);
- штриховым кодом товара;

- гарантийным сроком носки обуви;
- другой информацией, необходимой и интересной для потребителя.

Пункты 14-18 не являются обязательными при нанесении маркировки: изготовитель (или продавец) вправе применить их все или часть из них, или не применять ни одного. Однако соответствие товара заявленной информации — обязательное требование для изготовителя и продавца.

Информацию, перечисленную в пунктах 1-8 (для импортной обуви) и 1-13 (для отечественной обуви), наносят на потребительскую тару.

На транспортную тару должна быть нанесена аналогичная маркировка. Она может быть дополнена информацией о количестве пар обуви в транспортной таре с указанием размерно-полнотного ассортимента; массой (брутто); датой упаковки; номером упаковщика и номером транспортной тары.

Информация может быть нанесена любым способом (типографским, или литографическим, или от руки штампом и т. п.), но во всех случаях она должна быть четкой и легко читаемой, стойкой при хранении, транспортировании и реализации товара, не снижать его качество.

Каждая полупара кожаной обуви должна иметь четкую маркировку, включающую:

- товарный знак предприятия-изготовителя;
- размер;
- полноту;
- номер модели и (или) фасон обуви;
- обозначение нормативной документации, по которой производилась обувь;
- дату выпуска;
- клеймо "СТ".

Упаковка

Обувь должна быть упакована в потребительскую и (или) транспортную тару. В качестве потребительской тары используют картонные коробки, бумажные пакеты, пакеты из полимерных материалов. Обувь всех видов и назначения, кроме юфтевой и специальной, упаковывают в потребительскую тару попарно. Допускается упаковывание пинеток по 5-10 пар, мало детской обуви по 2 пары, обуви для детей ясельного возраста по 4 пары в одну картонную коробку с предварительным укладыванием каждой пары в полимерный пакет.

Транспортирование обуви может производиться всеми видами транспорта. Если обувь перевозят в специальных контейнерах, допускается ее транспортирование в потребительской таре.

Хранение. Кожаная обувь должна храниться в сухом отапливаемом складском помещении при температуре воздуха не ниже +14°C и не выше +25°C и относительной влажности воздуха 50-80%. Допускается хранение обуви в потребительской таре на стеллажах или деревянных настилах штабелями высотой не более 1,5 м. Расстояние от пола до настила или нижней полки стеллажа должно быть не менее 0,2 м. Размещают коробки и ящики на расстоянии не менее 1,0 м от наружных стен склада, отопительных и нагревательных приборов. Между стеллажами, штабелями и внутренними стенами склада должны быть проходы шириной не менее 0,7 м. Обувь должна быть защищена от попадания прямых солнечных лучей, от воздействия паров, газов и химических веществ.

Лекция №13. (2 часа)

Тема: «Классификация и ассортимент парфюмерно-косметических товаров»

1.13.1 Вопросы лекции:

1. Общие сведения о парфюмерно-косметических товарах.

2. Классификация и ассортимент парфюмерно-косметических товаров.
3. Требования к качеству парфюмерно-косметических товаров.

1.13.2 Краткое содержание вопросов:

вопрос № 1 «Общие сведения о парфюмерно-косметических товарах»

В ассортимент парфюмерных товаров (латин. *perfume* — дымиться, испаряться) включены духи, одеколоны, душистые (туалетные) воды, парфюмерные наборы, средства для освежения и ароматизации. Косметика (греч. *kosmetice* — искусство украшать) представлена лечебно-гигиеническими и декоративными средствами, позволяющими соблюдать гигиену и лечить, а также подчеркнуть достоинства, замаскировать или скрыть недостатки кожи лица, рук, ног и тела, волос, зубов и полости рта.

Факторами формирования ассортимента и качества парфюмерных и косметических товаров являются сырьевые материалы и технология изготовления. Для производства парфюмерно-косметических товаров применяют душистые вещества, растительные масла, животные жиры и продукты их переработки, воски растительного, животного и **минерального** происхождения, аминокислоты, витамины, экстракты лечебных трав, фруктовые и овощные соки, пчелиный мед, феромоны и другие полезно и активно действующие вещества.

Технология производства парфюмерных товаров состоит из следующих операций: приготовление композиции, настоев, парфюмерной жидкости; выстаивание — отстаивание парфюмерной жидкости, фильтрация; расфасовка, укупорка, этикетирование, упаковка.

вопрос № 2 «Классификация и ассортимент парфюмерно-косметических товаров»

Ассортимент парфюмерии очень велик и разнообразен. Считается, что в мире ежегодно разрабатывается около 300 женских и 200 мужских ароматов. К парфюмерии относятся: духи, одеколоны, туалетные и душистые воды. В то же время общепризнано, что к парфюмерным товарам относят и средства, обладающие наряду с функцией ароматизации и дополнительными функциями — гигиенической и освежающей, например одеколоны и душистые воды (ГОСТ 17237-93). Таким образом, исходя из определения парфюмерных товаров, к ним следует отнести популярный вид товара — дезодоранты, так как их основные функции — гигиеническая и освежающая (устранение неприятного запаха на отдельных участках тела).

К парфюмерно-косметическим товарам относят группу средств, предназначенных для ароматизации и гигиены человека: для ухода за полостью рта, волосами, кожей лица, рук, тела и для их защиты.

с одним и тем же запахом различной интенсивности.

Парфюмерные товары

Парфюмерные жидкости — спиртовые, спиртоводные или водно-спиртовые растворы многокомпонентных смесей душистых веществ (парфюмерных композиций).

Духи — (фр. — Parfum, Extrait; англ. — Perfume) наиболее концентрированное ароматизирующее средство. В парфюмерных жидкостях содержится более 10% массовой доли душистых веществ. Могут также выпускаться на масляной основе, сухими и твердыми.

Духи сухие (саше) — порошкообразная масса с добавлением парфюмерной композиции, упакованная в пакетики из бумаги или ткани.

Духи твердые — парфюмерные изделия на основе воскоподобных компонентов и душистых веществ, упакованные в тубы или баночки.

Душистая вода — гигиеническое и освежающее средство, содержащее наименьшее количество спирта (в детской парфюмерии — до 20%) и душистых веществ.

Одеколон — гигиеническое, освежающее и ароматизирующее средство — водно-спиртовой раствор, с содержанием душистых веществ не менее 1,5%.

Парфюмерная и туалетная вода — ароматизирующие средства — спиртоводные растворы душистых веществ, менее стойкие и не концентрированные по сравнению с духами.

Косметические товары

1. Кремы косметические

Кремы косметические — (англ. cream, сливки) — средства, предназначенные для ухода за кожей, ногтями и волосами. Представляют собой смесь синтетических и натуральных продуктов: жиров, воска, масел, настоев или экстрактов лекарственных трав, витаминов, консервантов, отдушек и других добавок, обеспечивающих потребительские свойства кремов. Вырабатывают кремы эмульсионного типа, гели и жировые. К кремам относят косметическое молочко, сливки, сметанку, эмульсии, пилинги, скрабы, кремы на гелевой основе и другие аналогичные изделия.

Антиперспиранты — средства, уменьшающие потоотделение по месту их нанесения. Выпускаются в виде кремов, гелей, жидкостей, карандашей и т. п. Основные действующие компоненты: соли алюминия, цинка, танины, квасцы и др. Обычно содержат дезодорирующие добавки.

Бальзам косметический — косметическое средство, содержащее более высокую концентрацию полезных и активных веществ, оказывающее благоприятное воздействие на кожу, например, увлажняющее, питательное, успокаивающее. Выпускаются бальзамы для рук, ног, ногтей, век, губ, после бритья, для ухода за волосами.

Гель косметический — косметическое средство гелеобразной консистенции, назначение которого определяется функциональными добавками: увлажняющий, отшелушивающий и т. п. Предпочтителен для ухода за жирной кожей. Различают гели безводные — структурированная система, состоящая из гелеобразователя (диоксида кремния, полиамида и др.) и гели водные — коллоидная система природных или синтетических гелеобразователей в водной дисперсионной среде.

Изделия косметические гигиенические моющие

Изделия косметические гигиенические моющие включают средства, предназначенные для гигиенического ухода за кожей и волосами. Представляют собой водные растворы, гели, эмульсии на основе поверхностно-активных веществ и специальных добавок, улучшающих потребительские свойства изделий. К ним относят средства моющие — шампуни, жидкое мыло, гели для душа, ванн, для интимной гигиены и средства очищающие (пенки, гели, муссы), пену для ванн.

Бальзам-ополаскиватель — средство для ухода за волосами после мытья. Применяется для улучшения структуры волос, придания шелковистости и блеска. Способствует хорошей укладке в причёску, благоприятно воздействует на кожу головы.

Жидкое мыло, гели для душа — растворы поверхностно-активных веществ, полезных добавок, загустителей и других компонентов, предназначенных для мытья тела или для целевого назначения (для лица, интимных мест и т. п.). Имеет среду, близкую к нейтральной, чем отличается от мыла на жировой основе.

Кондиционеры — средства, предназначенные для ухода за волосами после мытья шампунем, способствующие восстановлению нормального (кондиционного) состояния волос. Улучшают структуру волос, снимают статическое электричество, придают волосам блеск и эластичность.

Изделия декоративной косметики

Изделия декоративной косметики — средства, предназначенные для макияжа (иногда ухода) лица, тела, глаз, губ и волос. Выделяют декоративную косметику на жировосковой основе (губные помады, блеск и бальзам для губ, тени для век, карандаши, румяна, пудра и твердая тушь для ресниц) и декоративную косметику на эмульсионной основе (тональные кремы, базы, основы, румяна, тени для век, блеск для губ, лица и тела, тушь для ресниц и подводку для глаз и пр.). Косметика на жировосковой основе представляет собой смесь жиров, восков, масел, витаминов, биологически активных

веществ и специальных добавок, обеспечивающих потребительские свойства изделий. Косметика на эмульсионной основе представляет собой однородную массу, состоящую из жировых компонентов, масел, эмульгаторов, воды и других специальных добавок.

Блеск для губ — средство декоративной косметики для дневного и вечернего макияжа. Образует на губах тонкую блестящую пленку. Может быть использован вместо губной помады или нанесен поверх нее. В состав блесков входят природные воска, масла, жиры, пленко- и блекообразующие вещества, красители и полезные добавки. Блеск выпускается в баночках, пеналах либо специальных тубах с аппликатором.

Губная помада — изделие, предназначенное для окрашивания губ и ухода за ними (гигиеническая губная помада). Основные компоненты: воски, масла, структурообразующие вещества, пигменты, увлажнители и др. Подразделяются по тонам и дополнительному действию.

вопрос № 3 «Требования к качеству парфюмерно-косметических товаров»

Парфюмерные товары должны изготавливаться в соответствии с требованиями стандартов по утвержденным технологическим инструкциям и рецептурам.

Парфюмерные товары должны изготавливаться из доброкачественного сырья и по составу соответствовать утвержденной рецептуре.

Содержание композиции для каждого наименования парфюмерных изделий обусловлено рецептурой, но оно должно быть не ниже норм, установленных ГОСТами для каждой группы изделий.

Парфюмерные товары по внешнему виду должны быть однородны и прозрачны без помутнения при температуре -5°C. При температуре ниже -5°C допускается помутнение, которое должно исчезнуть при температуре -1820°C.

Цвет и запах парфюмерных товаров должен соответствовать цвету и запаху контрольного образца. Стойкость запаха должна быть не менее установленной для каждой группы духов и одеколонов.

Парфюмерные товары выпускаются одним сортом. При аттестации по качеству парфюмерные товары оценивают по 30-балльной системе. Причем за запах дается высшая оценка. **Высшую категорию присваивают изделиям, получившим 27 -30 баллов, о том числе 5 баллов за внешнее оформление.** Первую получившим 20-26 баллов, в том числе 4 балла за оформление. Изделия, получившие менее 20 баллов, переводятся во вторую категорию. Эти изделия, если их качество не улучшится, снимаются с производства.

Основными показателями, по которым проводится аттестация, являются:

- для духов всех групп и одеколонов групп экстра и А качество запаха, его стойкость, внешнее оформление (при строгом соблюдении норм по физико-техническим показателям);

- для одеколонов групп Б, В и душистых вод качество запаха, прозрачность жидкости и внешнее оформление.

Внешний вид парфюмерных товаров определяют просмотром флаконов с парфюмерной жидкостью в проходящем свете электрической лампы мощностью 40 Вт на расстоянии 20 см от лампы и 40 см от наблюдателя при перевертывании флакона пробкой вниз.

Цвет парфюмерных товаров определяют сравнением испытываемого и контрольного образцов, пользуясь при этом полосками бумаги, смоченными испытываемым и контрольным товаром. Стойкость запаха определяют органолептически, для чего берут полоску (5x10 см) предварительно простиральной марли, которую опускают в парфюмерную жидкость и просушивают в помещении с температурой +15-20 °С.

Парфюмерные товары должны соответствовать ГОСТам и разработанным техническим условиям:

Изделия парфюмерные жидкие (одеколоны, духи, воды туалетные и душистые), ГОСТ 17237-93 П.п. 1.1., 1.3. в том числе: ГОСТ 27429-87 П.п. 1.2., 1.3. СанПиН 1.2.681-97

Изделия парфюмерные жидкие во флаконах с колпачком-пульверизатором ГОСТ 26891-86 ГОСТ № Р 51579-2000

Изделия косметические жидкие. Общие технические условия. Р 51578-2000

Изделия парфюмерные жидкие. Общие технические условия. 29188.6-91

Изделия парфюмерно-косметические. Газохроматографический метод определения этилового спирта 29188.0-91.

Лекция №14.(2 часа)

Тема: «Классификация и ассортимент текстильных, швейных, трикотажных и меховых изделий»

1.14.1 Вопросы лекции:

1. Общие сведения о текстильных, швейных, трикотажных и меховых изделиях.
2. Классификация и ассортимент текстильных, швейных, трикотажных и меховых изделий.
3. Требования к качеству текстильных, швейных, трикотажных и меховых изделий.

1.14.2 Краткое содержание вопросов: (*тезисно изложить основное содержание рассматриваемых вопросов*)

вопрос № 1 «Общие сведения о текстильных, швейных, трикотажных и меховых изделиях»

Особенности розничной продажи текстильных, швейных, трикотажных и меховых изделий— текстильные товары (ткани и нетканые материалы и изделия из них), трикотажные изделия, швейные товары (одежда, белье, головные уборы), изделия из меха и обувь до подачи в торговый зал должны пройти предпродажную подготовку, которая включает: распаковку, рассортировку и осмотр товара; проверку качества товара (по внешним признакам) и наличия необходимой информации о товаре и его изготовителе; при необходимости чистку и отутюживание изделий и их мелкий ремонт. Предлагаемые для продажи товары должны быть сгруппированы по видам, моделям, размерам, ростам и выставлены в торговом зале. С учетом особенностей торговли в торговом зале могут быть выставлены образцы предлагаемых к продаже товаров, по которым покупателю предоставляется возможность выбора и покупки необходимого ему товара. Трикотажные, швейные, меховые товары и обувь для мужчин, женщин и детей должны размещаться в торговом зале отдельно. Ткани группируются по видам и роду волокна, из которого они изготовлены, меховые товары — по видам меха. Каждый образец ткани также должен сопровождаться информацией о процентном содержании волокон, из которых она изготовлена, а изделия из меха — информацией о виде меха. Товары должны иметь ярлыки с указанием своего наименования, артикула, цены, размера (для одежды, белья и других швейных изделий, обуви, головных уборов) и роста (для одежды и белья), вида меха и цвета его окраски (для одежды, головных уборов и воротников из меха). Продавец обязан предоставить покупателю швейных, верхних трикотажных изделий, головных уборов, меховых товаров и обуви условия для примерки товаров. Для этой цели торговые залы должны быть оборудованы примерочными кабинками с зеркалами, оснащены банкетками или скамейками, подставками. Отмеривание шерстяных тканей, ватина и других тяжелых, объемных тканей при продаже покупателю производится путем наложения жесткого стандартного метра на ткань, лежащую на прилавке (столе) в свободном состоянии без складок.

вопрос № 2 «Классификация и ассортимент текстильных, швейных, трикотажных и меховых изделий»

Материалы, используемые для изготовления одежды, классифицируют по признаку назначения на материалы верха, подкладочные, прокладочные, теплозащитные, материалы для соединения деталей одежды, отделочные материалы и фурнитуру.

Классификация швейных изделий

Швейные изделия классифицируются по следующим признакам:

* общему назначению делится на пять классов:

- бытовые изделия;
- спортивные изделия;
- спецодежда;
- ведомственные изделия;
- национальная одежда.

* условиям эксплуатации подразделяется на пять групп:

- верхняя одежда;
- легкое платье;
- белье и швейная галантерея;
- головные уборы;
- инвентарь, снаряжение и другие изделия.

Группы подразделяются на подгруппы, объединяющие изделия, близкие по модельно – конструктивным признакам и использованию:

* группа верхней одежды:

- пальто,
- костюмы;

* группа легкого платья:

- платья,
- блузки,
- юбки,
- брюки,
- прочие плательные изделия;

* группа белья:

- белье верхнее;
- нательное;
- изделия, не относящиеся к одежде, и швейная галантерея;

* группа головных уборов:

- кепи и фуражки,
- шляпы,
- шапки;

* группа инвентаря и снаряжения:

- изделия индивидуального и общественного пользования;
- изделия технического назначения.

Изделия, входящие в подгруппы, делятся по видам, которые характеризуются шестью признаками:

- 1) видовым наименованием (пальто, бушлат, шинель, плащ и т. д.);
- 2) полом (мужская, женская одежда);
- 3) возрастом (пять возрастных детских групп и три возрастные группы взрослого населения);
- 4) сезонностью (зимние, летние, демисезонные, внесезонные изделия);
- 5) видом основных тканей и материалов (шерстяные, шелковые, хлопчатобумажные ткани и др.);
- 6) назначением (парадная, выходная, повседневная, домашняя, рабочая, специальная одежда).

По полу и возрасту потребителей одежда делится: на мужскую, женскую и детскую. В зависимости от возраста детей выделена одежда для подростков, для детей старшего и младшего школьного, дошкольного и ясельного возрастов и для новорожденных.

По сезону и времени использования одежда бывает: зимняя, летняя, демисезонная и внесезонная (не зависящая от сезона и используемая в любое время года).

Для изготовления одежды применяются различные ткани (шерстяные, шелковые, хлопчатобумажные, льняные, с химическими волокнами), нетканые, дублированные, синтетические материалы, кожу, замшу, натуральные и искусственные меха.

вопрос № 3 «Требования к качеству текстильных, швейных, трикотажных и меховых изделий»

Требования к качеству текстильных товаров»

Хлопчатобумажные, льняные и шерстяные ткани выпускают 1-го и 2-го сортов, шелковые — 1, 2, 3-го сортов. Качество тканей и других текстильных изделий в торговой сети проверяют органолептическими методами. При этом сорт тканей определяют в соответствии с ГОСТами на ткани: хлопчатобумажные, смешанные и из пряжи химических волокон; льняные и полульняные (смешанные); чистошерстяные и полушерстяные; шелковые и полупшелковые. Путем осмотра тканей с лицевой стороны на специально оборудованных столах выявляют дефекты, которые подразделяют на допустимые и недопустимые, местные и распространенные. Общими показателями, по которым определяют сорт тканей, являются: количество и размеры пороков внешнего вида и отклонения по физико-механическим показателям. Дополнительными параметрами для шелковых тканей являются отклонения по физико-химическим показателям; для шерстяных — устойчивость окраски. К порокам внешнего вида относятся пороки пряжи (непрощад, утолщенные нити, узелки и др.), ткачества (близна, т. е. обрыв нитей, парочки и др.) и отделки (сбитый рисунок, нарушение печатного рисунка, неравномерность окраски и др.). Допустимость дефектов по размерам и количеству определяется с учетом назначения тканей. Так, льняные ткани подразделяются на 7 групп: столовые, бельевые, полотенечные, одежные, декоративные, прикладные, технические.

Недопустимые пороки подлежат вырезу, который производится по всей ширине ткани по линии расположения порока или разрезу по месту расположения порока, размер которого не превышает 3 см.

Требования к качеству трикотажных товаров

Трикотажные товары по качеству подразделяют на 1-й и 2-й сорт. Приемка осуществляется по системе выборочного контроля. Определение сорта трикотажных изделий производится по стандартам на верхние, бельевые, чулочно-носочные, перчаточные и платочно-шарфовые изделия. Сортность комплектных изделий (чулочно-носочные, перчаточные изделия) устанавливается по изделию низшего сорта. Осматривают трикотажные изделия на столах. В соответствии со стандартами различают дефекты полотна и производственные. При этом учитывается месторасположения дефекта: на открытых или закрытых деталях и частях изделия. На закрытых частях и деталях изделий пороки внешнего вида материала, не нарушающие его целостность, не учитываются. Для верхних и бельевых изделий сорт определяется в зависимости от количества, размеров и места расположения дефектов, для чулочно-носочных и перчаточных — в зависимости от дефектов внешнего вида полотна и отклонений от линейных размеров.

Требования к качеству швейных изделий

Швейные изделия выпускают 1-го и 2-го сорта. Приемка швейных изделий по качеству производится по системе выборочного контроля, т. е. от поступившей партии товаров отбирается количество изделий, определяемое в соответствии с ГОСТ 23948-80

"Изделия швейные. Правила приемки". Качество изделия определяют по результатам внешнего осмотра верха, подкладки или изнаночной стороны изделия; измерения изделий в местах, предусмотренных стандартами. Внешний осмотр предполагает контроль качества материалов, используемых для изготовления изделия, качества обработки и посадки на фигуре. Осмотр производят на манекенах или столах.

В соответствии с ГОСТ 12566-88 "Изделия швейные бытового назначения. Определение сортности" сорт швейных изделий устанавливают по ограничительной системе в зависимости от наличия дефектов, их значимости, количества и местонахождения. Все дефекты подразделяют на местные и распространенные, расположенные на закрытых и открытых деталях, допустимые и недопустимые, дефекты материалов и производственно-швейные (несимметричность расположения парных деталей, несовпадение рисунка, замины, разные по ширине уступы лацканов и др.).

Лекция №15.(2 часа)

Тема: «Классификация и ассортимент силикатных и керамических изделий»

1.15.1 Вопросы лекции:

1. Общие сведения о силикатных и керамических изделиях.
2. Классификация и ассортимент силикатных и керамических изделий.
3. Требования к качеству силикатных и керамических изделий.

1.15.2 Краткое содержание вопросов:

вопрос № 1 «Общие сведения о силикатных и керамических изделиях»

Силикатные расплавы — это расплавы, которые получают из кремнезема SiO_2 и соединений на его основе — силикатов. Сырьем для получения силикатных расплавов служат распространенные горные породы (песок, базальт, диабаз, мергель), побочные продукты промышленности (металлургические шлаки, золы) и вторичное сырье (стеклобой и др.).

Из силикатных расплавов в зависимости от исходного сырья, определяющего химический состав расплава, и режима охлаждения можно получить различные по структуре и свойствам материалы и изделия: стекло и стеклянные изделия, стеклокристаллические материалы и частично закристаллизованные материалы и изделия из горных пород и шлаков (каменное литье). Больше всего в строительстве используются стекло и стеклянные изделия.

Керамика является одним из древнейших материалов, используемых для изготовления посуды и других изделий. Она обладает рядом положительных свойств: прочностью, термостойкостью, экологической и химической безопасностью, изделия из нее обладают высоким эстетическим потенциалом, это и определяет ее широкое использование.

Керамика — это изделия из глины (или глинистых веществ) с минеральными добавками или без них, полученные путем формования и последующего обжига. Для улучшения потребительских эстетических свойств керамику покрывают глазурью.

Материалы, используемые в производстве керамики, принято подразделять на пластичные материалы: глины (полиминеральные горные породы, состоящие из каолинитов, соды, окислов кремния, полевого шпата, железа и др.); каолин (мономинеральная порода, состоящая из каолинита); отошающие материалы — снижают усадку при сушке и обжиге: кварцевый песок, глинозем, бой фарфора и фаянса, шамот; плавни — снижают температуру спекания и создают стекловидную фазу (полевой шпат и пегматит); материалы для глазури.

вопрос № 2 «Классификация и ассортимент силикатных и керамических изделий»

Классификация и ассортимент керамических изделий

Керамические бытовые товары классифицируют по виду керамики, способу формования, виду декорирования, форме, размеру и комплектности.

В качестве базовой классификации можно рассматривать **классификацию керамических бытовых товаров** по назначению на примере изделий из твердого фарфора. В них выделяют две группы: посуду и художественно-декоративные изделия.

Посуда подразделяется на подгруппы:

- столовую — для подачи пищи (салатники, селедочницы, блюда), для принятия пищи (тарелки глубокие, мелкие пирожковые, для вторых блюд, подставные);
- чайную (чайники заварочные и доливные; молочники; сливочники; вазы для фруктов, варенья; конфетницы; чашки; блюдца; тарелки десертные; розетки);
- кофейную;
- прочие изделия (полоскательницы, пепельницы, салфетницы).

В художественно-декоративных изделиях различают декоративно-утилитарные изделия (вазы для цветов, высокохудожественная посуда) и декоративные изделия (тарелки и блюда декоративные настенные; скульптура, изделия народных художественных промыслов и др.).

Изделия из фаянса представлены столовой посудой для подачи пищи и напитков и для принятия пищи и напитков. К основным видам этой посуды относят: тарелки, миски, наборы для пельменей и вареников и т. п.

Из полуфарфора изготавливают столовую посуду, хозяйственную посуду и декоративно-утилитарные изделия.

Изделия из майолики подразделяются на декоративно-утилитарные и декоративные.

Для изделий из гончарной керамики принято выделять три подгруппы: кухонную посуду; хозяйственную посуду и художественно-декоративные изделия.

Классификация и ассортимент силикатных изделий

К силикатным товарам относятся различные материалы и изделия, содержащие в своем составе простые и сложные соединения кремнезема (SiO_2), т. е. оксида кремнезема с оксидами металлов (Na_2O , K_2O , CaO , MgO , PbO , Al_2O_3 и др.).

Все многообразие силикатных товаров классифицируется следующим образом:

- **класс бытовых товаров**, к которому относятся посуда и художественные изделия;
- **класс архитектурно-строительных товаров**, предназначенных для строительства и украшения зданий;
- **класс изделий технического назначения**, применяемых для оборудования лабораторий и обслуживания технологических процессов в различных отраслях народного хозяйства.

Полезность изделий из стекла и керамики для потребителей определяется комплексом их функциональных, эргономических, эстетических свойств и надежностью.

Функциональные свойства. Каждое силикатное изделие выполняет две функции: "принимает" и сохраняет пищу и напитки (начальная функция) и "отдает" пищу и напитки полностью или частично по мере необходимости (конечная функция). Если выполненная изделием начальная функция зависит от свойств стекла и **керамики**, то конечная функция — от конструктивного решения изделия. Проектное решение важно для создания функционально обоснованных форм и размеров изделий, отвечающих назначению.

Эргономические свойства — по своему содержанию условно подразделяются на две группы — гигиенические и комфортность (удобство пользования). Гигиенические требования определяют соответствие посуды нормальным условиям жизнедеятельности людей. Бытовая посуда из стекла и керамики имеет достаточную химическую стойкость и безвредна, однако некоторые силикатные краски, применяемые для декорирования,

содержат соли и оксиды тяжелых металлов. Если при кипячении посуды в 4%-ном растворе уксусной кислоты в течение 30 мин она не выделяет соединений свинца, значит посуда безвредна. Кроме этого, необходимо обратить внимание на загрязняемость посуды. Наличие углов, выступов, углублений затрудняет отмывание посуды и увеличивает ее загрязняемость.

Комфортность пользования посудой обусловлена удобством ее держания, переноски и т. п. Это свойство проявляется через ее соответствие антропометрическим, физиологическим, психофизическим данным человека. Так, удобство выполнения изделием функций в значительной степени зависит от размеров держателей крышек, размеров и места расположения ручек размерам и форме руки человека.

Эстетические свойства стеклянных и керамических изделий характеризуются композиционной целостностью, функциональностью формы, информативностью. Целостность композиции как сложное эстетическое свойство посуды раскрывается через ее пространственное декоративное решение, строение, тектонику и пропорции формы.

Для стеклянных и керамических изделий характерно объемно-пространственное решение, являющееся определяющим фактором при экспертной оценке эстетики формы. Строение формы посудных изделий является повторением или чередованием одинаковых и отличающихся геометрических элементов (шара, усеченного шара, конуса, цилиндра и т. д.).

вопрос № 3 «Требования к качеству силикатных и керамических изделий»

Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение керамических изделий

Маркировка. Гончарная посуда специальной маркировке не подвергается. Фарфоровые, фаянсовые и майоликовые изделия маркируют нанесением нестирающейся краской клейма на доньшко каждого изделия с указанием завода-изготовителя и сорта. Кроме того, в каждую пачку вкладывают (или наклеивают) бумажный ярлык с указанием преискурантного номера и группы раскраски изделий, упакованных в данную пачку.

Упаковка и транспортирование. Гончарную посуду упаковывают в солому, стружку и т. п. Перевозят ее в крытых вагонах без тары.

Фарфоровую и фаянсовую посуду перевозят либо без тары, в крытых вагонах (вагонные отгрузки), либо в ящиках или бочках. При перевозке тарелки и блюда, а также чашки, если они перевозятся вместе с блюдами, завертывают в бумагу через одну штуку, все прочие изделия — каждое в отдельности. Чашки завертывают в пакет по 4—6 штук вместе с блюдами. Сервизы и гарнитуры упаковывают комплектами. Укладывается фарфорофаянсовая посуда в вагон или ящик в основном так же, как и стеклянная посуда, т. е. рядами. Между рядами прокладывается упаковочный материал.

Хранение. Условия хранения керамической посуды сходны с условиями хранения стеклянной посуды; чаще всего такую посуду хранят вместе со стеклянной.

Для рационального использования складской площади и удобства отпуска керамическую посуду укладывают в несколько рядов по высоте. Так, тарелки, если они завернуты через одну в бумагу, ставят одну на другую — до 120 штук; чашки с блюдами, если они завернуты в пачки, — до 10 рядов по высоте с перестилкой 4—5 листами плотной бумаги через каждые 2 ряда; чайники — в 10 рядов с перекладыванием каждого ряда 2—3 слоями плотной бумаги.

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРОВЕДЕНИЮ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

2.1 Семинарское занятие №1 (2 часа)

Тема: «Предмет, методы и задачи товароведения»

2.1.1 Вопросы к занятию

1. Потребительная стоимость товаров - предмет товароведения.
2. Связь товароведения с другими науками.
3. Потребительские свойства товаров и показатели, которые их определяют.

2.1.2 Краткое описание проводимого занятия:

1. устный опрос; 2. краткий письменный опрос в течение 10 мин. для 5-6 студентов;
3. решение тестов (8-10 тестов); 4. краткое резюмирование выводов по всей теме занятия; 5. оглашение оценок ответов студентов

2.2 Семинарское занятие №2 (2 часа)

Тема: «Основы товароведения»

2.2.1 Вопросы к занятию

1. Принцип безопасности
2. Принцип эффективности
3. Принцип совместимости
4. Принцип взаимозаменяемости
5. Принцип систематизации

2.2.2 Краткое описание проводимого занятия:

1. устный опрос; 2. краткий письменный опрос в течение 10 мин. для 5-6 студентов;
3. решение тестов (8-10 тестов); 4. краткое резюмирование выводов по всей теме занятия; 5. оглашение оценок ответов студентов

2.3 Семинарское занятие № 3 (2 часа)

Тема: «Классификация товаров»

2.3.1 Вопросы к занятию

1. Объект классификации
2. Значение классификации товаров
3. Виды классификации

2.3.2 Краткое описание проводимого занятия:

1. устный опрос; 2. краткий письменный опрос в течение 10 мин. для 5-6 студентов;
3. решение тестов (8-10 тестов); 4. краткое резюмирование выводов по всей теме занятия; 5. оглашение оценок ответов студентов

2.4 Семинарское занятие № 4 (2 часа)

Тема: «Продовольственные товары»

2.4.1 Вопросы к занятию

1. Факторы, влияющие на потребительские свойства продовольственных товаров
2. Влияние режимов хранения на потребительские свойства товаров.
3. Нормативы показателей качества.

2.4.2 Краткое описание проводимого занятия:

- 1.устный опрос; 2.краткий письменный опрос в течение 10мин. для 5-6 студентов;
- 3.решение тестов (8-10 тестов); 4. краткое резюмирование выводов по всей теме занятия; 5. оглашение оценок ответов студентов

2.5 Семинарское занятие № 5 (2 часа)

Тема: «Потребительские свойства продовольственных товаров»

2.5.1 Вопросы к занятию

1. Классификация потребительских свойств
2. Надежность продуктов питания
3. Этапы хранения продовольственных товаров

2.5.2 Краткое описание проводимого занятия:

- 1.устный опрос; 2.краткий письменный опрос в течение 10мин. для 5-6 студентов;
- 3.решение тестов (8-10 тестов); 4. краткое резюмирование выводов по всей теме занятия; 5. оглашение оценок ответов студентов

2.6 Семинарское занятие № 6 (2 часа)

Тема: «Классификация продовольственных товаров на группы однородной продукции»

2.6.1 Вопросы к занятию

1. Зерномучные товары
2. Молочные товары
3. Пищевые жиры

2.6.2 Краткое описание проводимого занятия:

- 1.устный опрос; 2.краткий письменный опрос в течение 10мин. для 5-6 студентов;
- 3.решение тестов (8-10 тестов); 4. краткое резюмирование выводов по всей теме занятия; 5. оглашение оценок ответов студентов

2.7 Семинарское занятие № 7 (2 часа)

Тема: «Характеристика непродовольственных товаров»

2.7.1 Вопросы к занятию

1. Характеристика промышленных товаров
2. Качественные характеристики непродовольственных товаров
3. Количественные характеристики непродовольственных товаров

2.7.2 Краткое описание проводимого занятия:

- 1.устный опрос; 2.краткий письменный опрос в течение 10мин. для 5-6 студентов;
- 3.решение тестов (8-10 тестов); 4. краткое резюмирование выводов по всей теме занятия; 5. оглашение оценок ответов студентов

2.8 Семинарское занятие № 8 (2 часа)

Тема: «Классификация непродовольственных товаров»

2.8.1 Вопросы к занятию

1. Парфюмерные товары
2. Косметические средства
3. Украшения и сувениры
4. Нефтепродукты

2.8.2 Краткое описание проводимого занятия:

1. устный опрос; 2. краткий письменный опрос в течение 10 мин. для 5-6 студентов;
3. решение тестов (8-10 тестов); 4. краткое резюмирование выводов по всей теме занятия; 5. оглашение оценок ответов студентов

2.9 Семинарское занятие № 9 (4 часа)

Тема: «Оценка качества и экспертиза непродовольственных товаров»

2.9.1 Вопросы к занятию

1. Измерительный метод оценки качества
2. Регистрационный метод оценки качества
3. Расчетный метод оценки качества
4. Метод опытной эксплуатации оценки качества

2.9.2 Краткое описание проводимого занятия:

1. устный опрос; 2. краткий письменный опрос в течение 10 мин. для 5-6 студентов;
3. решение тестов (8-10 тестов); 4. краткое резюмирование выводов по всей теме занятия; 5. оглашение оценок ответов студентов

2.10 Семинарское занятие № 10 (2 часа)

Тема: «Классификация и ассортимент кондитерских товаров»

2.10.1 Вопросы к занятию

1. Общие сведения о кондитерских товарах
2. Классификация и ассортимент товаров
3. Требования к качеству

2.10.2 Краткое описание проводимого занятия:

1. устный опрос; 2. краткий письменный опрос в течение 10 мин. для 5-6 студентов;
3. решение тестов (8-10 тестов); 4. краткое резюмирование выводов по всей теме занятия; 5. оглашение оценок ответов студентов

2.11 Семинарское занятие № 11 (2 часа)

Тема: «Классификация и ассортимент ювелирных изделий»

2.11.1 Вопросы к занятию

1. Общие сведения об ювелирных изделиях
2. Классификация и ассортимент ювелирных изделий

3. Требования к качеству ювелирных изделий

2.11.2 Краткое описание проводимого занятия:

1.устный опрос; 2.краткий письменный опрос в течение 10мин. для 5-6 студентов;
3.решение тестов (8-10 тестов); 4. краткое резюмирование выводов по всей теме занятия; 5. оглашение оценок ответов студентов

2.12 Семинарское занятие 12 (2 часа)

Тема: «Классификация и ассортимент зерномучных товаров»

2.12.1 Вопросы к занятию

1. Классификация и ассортимент зерномучных товаров
2. Требования к качеству зерномучных товаров

2.12.2 Краткое описание проводимого занятия:

1.устный опрос; 2.краткий письменный опрос в течение 10мин. для 5-6 студентов;
3.решение тестов (8-10 тестов); 4. краткое резюмирование выводов по всей теме занятия; 5. оглашение оценок ответов студентов

2.13 Семинарское занятие № 13 (2 часа)

Тема: «Классификация и ассортимент молока и молочных товаров»

2.13.1 Вопросы к занятию

1. Классификация и ассортимент молока и молочных товаров
2. Требования к качеству молока и молочных товаров

2.13.2 Краткое описание проводимого занятия:

1.устный опрос; 2.краткий письменный опрос в течение 10мин. для 5-6 студентов;
3.решение тестов (8-10 тестов); 4. краткое резюмирование выводов по всей теме занятия; 5. оглашение оценок ответов студентов

2.14 Семинарское занятие № 14 (2 часа)

Тема: «Классификация и ассортимент мясных и рыбных товаров»

2.14.1 Вопросы к занятию

1. Классификация и ассортимент мясных и рыбных товаров
2. Требования к качеству мясных и рыбных товаров

2.14.2 Краткое описание проводимого занятия:

1.устный опрос; 2.краткий письменный опрос в течение 10мин. для 5-6 студентов;
3.решение тестов (8-10 тестов); 4. краткое резюмирование выводов по всей теме занятия; 5. оглашение оценок ответов студентов

2.15 Семинарское занятие № 15 (2 часа)

Тема: «Классификация и ассортимент пищевых жиров»

2.15.1 Вопросы к занятию

1. Классификация и ассортимент пищевых жиров

2. Требования к качеству пищевых жиров

2.15.2 Краткое описание проводимого занятия:

1.устный опрос; 2.краткий письменный опрос в течение 10мин. для 5-6 студентов;
3.решение тестов (8-10 тестов); 4. краткое резюмирование выводов по всей теме занятия; 5. оглашение оценок ответов студентов