

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина Б3.В.ДВ.8 Эстетика и дизайн товаров

Семестр: 8

Количество часов: 108

Количество зачетных единиц: 3

Промежуточная аттестация: зачет

Место дисциплины в структуре ООП:

«Эстетика и дизайн товаров» является дисциплиной по выбору профессионального цикла (Б.3 ДВ) учебного плана. Изучение дисциплины базируется на знаниях материаловедения и товароведения непродовольственных товаров, тесно взаимосвязано с такими дисциплинами, как: «Маркетинг», «Мерчендайзинг потребительских товаров», «Товароведение и экспертиза ювелирных и галантерейных товаров», «Товароведение и экспертиза текстильно-одежных товаров», «Товароведение и экспертиза парфюмерно-косметических товаров», «Товароведение и экспертиза хозяйственных товаров».

Цель и задачи освоения дисциплины:

Целью изучения дисциплины является приобретение студентами теоретических знаний и практических и навыков в области эстетики и дизайна потребительских товаров.

В процессе изучения курса перед студентами ставятся **следующие задачи:** изучение понятий и представлений в области эстетических категорий, эстетических свойств предметов, дизайна товаров, формообразующих средств композиции, основ эстетической оценки объектов и явлений; получение навыков анализа и экспертизы эстетических свойств; обобщение отечественного и мирового опыта создания конкурентоспособных товаров.

Содержание дисциплины:

Введение в эстетику. Методологические основы эстетики. Эстетические категории и их составляющие. Искусство: понятие, характеристика живописи, скульптуры, графики. Декоративно прикладное искусство и дизайн. Стиль: понятие и история развития стилевых направлений. Фирменный стиль. Элементы, формирующие эстетические свойства товаров: композиция и цвет. Эстетические свойства товаров. Оценка эстетических свойств. Дизайн товаров. Мода предметов потребления и ее связь со стилем.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен обладать следующими профессиональными (ПК) компетенциями:

ПК-10: Способность применять принципы товарного менеджмента при закупке и продаже товаров (*знать* принципы формирования ассортимента и управления товарными потоками на всех этапах товародвижения, товарного

менеджмента в организации коммерческой деятельности; *уметь* осуществлять товарный менеджмент при производстве, закупке, продвижении и реализации сырья и товаров и осуществлять продвижение товаров; *владеть* методами анализа спроса и управления ассортиментом товаров в торговом предприятии).

ПК–13: знанием ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество (*знать* ассортимент и потребительские свойства товаров, факторы, формирующие и сохраняющие их качество; *уметь* сохранять качество товаров; *владеть* методикой сохранения потребительских свойств товаров);

ПК-19: способность осуществлять контроль за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продаж согласно стандартам мерчандайзинга, принятым на предприятии (*уметь* использовать полученные знания в изучении специальных дисциплин, а также осуществлять выбор целевых сегментов и позиционирование товара; использовать маркетинговый подход к формированию ассортимента товаров с учетом стандартов мерчандайзинга; проводить политику в области цен и ценообразования, сбыта и продвижения товаров на рынке).

Образовательные технологии:

В зависимости от цели и вида учебного занятия применяются разнообразные интерактивные образовательные технологии.

Теоретический материал излагается на лекционных занятиях в форме проблемно-ориентированных лекций с элементами визуализации. Практические занятия ориентированы на закрепление теоретического материала, изложенного на лекциях, а также на приобретение дополнительных знаний, умений и практических навыков осуществления аналитической и профессиональной деятельности с применением интерактивных форм обучения (решение ситуационных задач, подготовка презентаций, групповые дискуссии, моделирование деловых ситуаций при проведении экспертизы потребительских свойств).

Составитель: Н.Е.Петрова, экон. техн. наук, доцент, кафедра коммерческого товароведения