

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по научно-  
педагогической работе

А.В.Левшов

(подпись)

«21» июня 2017 года



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Основы потребительских знаний

(наименование дисциплины согласно учебному плану)

Направление подготов-  
ки:

Управление качеством 27.03.02

(код и наименование направления / специальности)

Профиль:

Управление качеством, стандартизация, метрология и  
сертификация

(наименование профиля / магистерской программы / специализации)

Программа:

Бакалавриат

(бакалавриат, магистратура, специалитет)

Форма обучения:

очная, заочная

(очная, заочная, очно-заочная)

Форма обучения:	Очная	Заочная
Семестр(ы)	6	8
Общая трудоёмкость в з.е./часах	3,5/126	3,5/126
Аудиторные занятия (час.), в том числе	68	8
Лекции (час.)	34	4
Практические (семинарские) занятия (час.)	34	4
Лабораторные работы (час.)		
Самостоятельная работа (час.), в том числе	40	82
Курсовой проект/работа (семестр)	-	-
Индивидуальное задание (кол.)		
Форма промежуточной аттестации (экзамен/зачёт):	Экз. 18 час.	Экзамен 36 час.

Донецк, 2017 г.

Настоящая программа предназначена для студентов, обучающихся по направлению 27.03.02 «Управление качеством» срока приема 2017 год на базе ГОС ВПО.

Дисциплина «Основы потребительских знаний» направлена на знакомство с основами потребительских знаний, необходимыми в профессиональной деятельности студентов, помогает овладеть студентами современными экономическими знаниями в области прав человека, умениями и навыками грамотного поведения и защиты потребителей в различных рыночных ситуациях в соответствии с законами Российской Федерации и Донецкой народной республики.

Данная программа разработана в соответствии с требованиями ГОС ВПО и на основе учебного плана по направлению 27.03.02 «Управление качеством».

Составитель: Лыкова Лилия Николаевна, старший преподаватель кафедры «Основы проектирования машин».

Рабочая программа **рассмотрена и утверждена** на заседании кафедры «Основы проектирования машин».

Протокол от «\_09\_» \_\_\_\_\_ 06 \_\_\_\_\_ 20\_17\_ года № 11 \_\_\_\_\_

/ Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

  
(подпись)

Нечепаяев В.Г.  
(Ф.И.О.)

Рабочая программа **согласована с выпускающей кафедрой** «Основы проектирования машин»

Протокол от «\_09\_» июня 20 17 года № 11

/ Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_

  
(подпись)

Нечепаяев В.Г.  
(Ф.И.О.)

Рабочая программа **одобрена учебно-методической комиссией** ДонНТУ по направлению (специальности) подготовки 27.03.02 Управление качеством.

Протокол от «\_09\_» \_\_\_\_\_ 06 \_\_\_\_\_ 2017 \_\_\_\_\_ года № 17 \_\_\_\_\_

Председатель \_\_\_\_\_

  
(подпись)

Ченцов Н.А.  
(Ф.И.О.)

Рабочая программа **продлена** для 2018 года приёма на заседании кафедры «Основы проектирования машин»

✓ Протокол от « 13 » 06 2018 года № 13  
Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ В.Г. Нечепарев  
(подпись) (Ф.И.О.)  
Согласовано с выпускающей кафедрой «Основы проектирования машин»  
✓ Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ В.Г. Нечепарев  
(подпись) (Ф.И.О.)

Рабочая программа **продлена** для 2019 года приёма на заседании кафедры «Основы проектирования машин»

✓ Протокол от « 06 » 06 2019 года № 14  
Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ В.Г. Нечепарев  
(подпись) (Ф.И.О.)  
Согласовано с выпускающей кафедрой «Основы проектирования машин»  
✓ Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ В.Г. Нечепарев  
(подпись) (Ф.И.О.)

Рабочая программа **продлена** для 2020 года приёма на заседании кафедры «Основы проектирования машин»

Протокол от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ года № \_\_\_\_\_  
Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
(подпись) (Ф.И.О.)  
Согласовано с выпускающей кафедрой «Основы проектирования машин»  
Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
(подпись) (Ф.И.О.)

Рабочая программа **продлена** для 2021 года приёма на заседании кафедры «Основы проектирования машин»

Протокол от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ года № \_\_\_\_\_  
Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
(подпись) (Ф.И.О.)  
Согласовано с выпускающей кафедрой «Основы проектирования машин»  
Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
(подпись) (Ф.И.О.)

Рабочая программа **продлена** для 2022 года приёма на заседании кафедры «Основы проектирования машин»

Протокол от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ года № \_\_\_\_\_  
Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
(подпись) (Ф.И.О.)  
Согласовано с выпускающей кафедрой «Основы проектирования машин»  
Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_  
(подпись) (Ф.И.О.)

## 1. ОБЪЕКТ, ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель** дисциплины «Основы потребительских знаний» - формирование у студентов представлений о потребительском поведении, а также о защите интересов потребителей, с одной стороны, и производителей (торгующих фирм) от недобросовестных потребителей, с другой стороны.

**Задачи** дисциплины:

1. изучить нормативные материалы по защите прав потребителей;
2. ознакомить студентов с нормативными документами, регулирующими взаимоотношения потребителей с производителями, исполнителями или торговыми организациями;
3. ознакомить студентов с основами составления претензий потребителей, претензий на поставку некачественных товаров;
4. ознакомить студентов с минимально необходимым объемом потребительских знаний при принятии решения о покупке или получения услуг;
5. показать, как товар находит своего потребителя через систему торговли;
6. ознакомить студентов с основными источниками информации для потребителей;
7. изучить возможности применения различных стандартов на практике;
8. познакомить с основами потребительского тестирования;
9. познакомить с основами рекламы, ее целями и значением для потребителя;
10. показать значение этики поведения во взаимоотношениях «потребитель-продавец (или производитель)».

В результате освоения дисциплины студент должен

**Знать:** основные понятия, определения и положения сертификации; законодательную базу сертификации; Государственные системы сертификации в России и Украине; объекты, методики и программы испытаний; основные понятия об аттестации производства; требования к органам по сертификации и порядок их аккредитации; требования к испытательным лабораториям и порядок их аккредитации.

**Иметь:** представление об исторических вопросах возникновения и развития сертификации, правовых отношениях сторон во время сертификации, системах сертификации продукции, метрологическом обеспечении производства сертифицируемой продукции, метрологической экспертизе технической документации на продукцию, которая сертифицируется.

**Уметь:** анализировать документы по сертификации продукции по схеме обследования производства и принимать решения по результатам, анализировать протоколы испытаний для целей сертификации, принимать обоснованные решения об аннулировании сертификата соответствия, а также иметь навыки по составлению заявки на обязательную сертификацию продукции, определению схемы сертификации, идентификации образцов продукции, их отбору для испытаний с целью ее сертификации.

Перечисленные результаты обучения являются основой для формирования следующих компетенций:

ПК-2; ПК-5; ПК-14; ПК-25; ОК-4; ОК-6 .

Компетенции приводятся в соответствии с ГОС ВПО и основной образовательной программой (ООП) – общекультурные, общепрофессиональные, профессиональные.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ

Дисциплина «Основы прав потребителей» относится к вариативной части профессионального цикла.

Базируется на знаниях и умениях, которые студент приобрел при освоении предшествующих дисциплин:

Техническое регулирование и защита прав потребителей; менеджмент качества; метрология, стандартизация, сертификация и аккредитация.

Знания и умения, приобретенные при освоении данной дисциплины, реализуются студентом при изучении последующих дисциплин (сертификация и аудит, менеджмент качества; системы менеджмента качества), прохождении учебной или производственной практики, прохождении государственной итоговой аттестации.

## 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 3.1. Распределение учебных часов по темам дисциплины и видам занятий

Наименование тем (содержательных модулей)	Количество часов				
	Всего	В том числе			
		Лекции	Практ. (Семин.)	Лабор.	СРС
Тема 1. Основные понятия курса.	6/1	2/1	2/1	-	2/4
Тема 2. Проблемы потребительского выбора	8/1	2/1	2/136	-	4/4
Тема 3. Характеристика потребителей	10/0,4	3/0,2	3/0,2	-	4/4
Тема 4. Торговля - как способ доведения товара до потребителя	14/0,4	4/0,2	4/0,2	-	6/10
Тема 5. Источники информации для потребителей	12/0,4	4/0,2	4/0,2	-	4/10
Тема 6. Информация на упаковке товара	12/0,4	4/0,2	4/0,2	--	4/10
Тема 7. Потребительское тестирование	12/0,4	3/0,2	3/0,2	-	4/10
Тема 8. Значение рекламы для потребителя	10/1	4/0,5	4/0,5	-	4/10
Тема 9. Потребительское законодательство	12/0,6	4/0,3	4/0,3	-	4/10
Тема 10. Этика потребительского поведения Проведение экзаменов	12/0,4 18/36	4/0,2	4/0,2	-	4/10
Итого:	126/126	34/4	34/4	-	126/126

### **3.2. Лекции**

Тема 1. *Основные понятия курса*

Содержание темы 1:

Понятие потребителей. Понятие производителя и продавца. Нормативные документы по защите прав потребителей.

Тема 2. *Проблемы потребительского выбора*

Содержание темы 2:

Бюджетное ограничение. Понятие нужды, потребности и полезности. Спрос и предложение. Виды классификаций потребностей. Пирамида потребностей по А. Маслоу. Структура потребностей.

Тема 3. *Характеристика потребителей*

Содержание темы 3:

Принятие потребителем решения о покупке. Стиль потребления. Типы потребителей. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей: кросс - культурные вариации, социальная стратификация, группы и групповые коммуникации, семья и домохозяйство.

Внутренние факторы поведения потребителей: восприятие, обучение; мотивация, личность и эмоции; персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей.

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

Содержание темы 4:

Общие понятия о торговле. Оптовая и розничная торговля. Формы розничной торговли: традиционная, с открытой выкладкой, на рынке и прочие. Преимущества и недостатки. Виды торговых предприятий.

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

Содержание темы 5:

Общее понятие информации, предназначенной для потребителя. Способы получения информации: советы друзей и знакомых, информация производителя; информация в рекламе, договор как источник информации, независимые источники информации, специальные потребительские издания, советы специалистов. Пользование информацией.

**Тема 6.** *Информация на упаковке товара*

Содержание темы 6:

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

**Тема 7.** *Потребительское тестирование*

Содержание темы 7:

Сертификация и ее значение для потребителей. Понятие сертификата соответствия. Отличие обязательной сертификации от сравнительных потребительских испытаний. Сравнительные потребительские испытания. Чтение результатов тестов. Подделки и двойники на товарном рынке. Практика проведения потребительского тестирования услуг.

**Тема 8.** *Значение рекламы для потребителя*

Содержание темы 8:

Общие сведения о рекламе для потребителя. Цели и задачи рекламы. Основные функции рекламы: информативная, психологическая, стимулирующая и селективная (избирательная). Основные формы рекламы: в зависимости от каналов передачи информации - печатная реклама, в прессе, аудиовизуальная реклама, радио- и телереклама, компьютеризированная реклама; в зависимости от видов рекламных материалов (мероприятий)- наружная реклама, прямая почтовая реклама, рекламные сувениры, выставки и ярмарки, отдельные мероприятия public relations, устная реклама. Примеры наружной рекламы, в виде девиза, через «стиль жизни», с использованием рекламного персонажа, с использованием знаменитых людей и другие. Основные категории и понятия рекламной деятельности: рекламодатель, рекламопроизводитель (или рекламное агентство), рекламораспространитель, рекламополучатель, группа целевого воздействия, предмет рекламы, товарная реклама, престижная реклама, рекламный слоган, товарный знак, фирменный блок, фирменный стиль.

Рекламная информация для потребителя. Понятие публичной оферты, скрытой и недобросовестной рекламы. Социальная реклама. Регулирование рекламы.

#### ***Тема 9. Потребительское законодательство***

##### **Содержание темы 9:**

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

#### ***Тема 10. Этика потребительского поведения***

##### **Содержание темы 10:**

Понятие об этической культуре сервиса. Профессиональная этика и профессиональное поведение.

### **3.3. Практические (семинарские) занятия**

№ п/п	Тема занятия	Объем, час.	Литература
1	Тема 1: Значение потребительских знаний.	2	[1]
2	Тема 2: Потребители и их потребности.	2	[1]
3	Тема 3: Стиль и типы потребителей.	2	[1]
4	Тема 4: Общие понятия о торговле	2	2-11
5	Тема 5: Источники информации для потребителей	2	2-11
6	Тема 6: Маркировка товаров и услуг	2	2-11
7	Тема 7: Потребительское тестирование	3	2-11
8	Тема 8: Значение рекламы для потребителя	3	2-11
Итого:		18	

### **3.4. Лабораторные работы учебным планом не предусмотрены**

### **3.5. Самостоятельная работа студента**

№ п/п	Виды самостоятельной работы студента	Объем, час.
1	Изучение лекционного материала (не менее 50% от объема лекций)	20
2	Подготовка к практическим занятиям (не менее 50% от объема ауди-	20

	торных практических занятий)	
3	Подготовка к лабораторным работам (не менее 50% от объема аудиторных лабораторных занятий)	-
4	Выполнение курсового проекта (36 часов)	-
5	Выполнение курсовой работы (27 часов)	-
6	Выполнение индивидуального задания (не менее 9 часов)	-
Итого:		40

### 3.6. Курсовой проект (работа), индивидуальное задание

Курсовой проект (работа) по дисциплине учебным планом не предусмотрен.

Тематика индивидуального задания связана с самостоятельным выполнением работы по темам дисциплины, которые не рассматриваются на лекциях, практических занятиях и изучаются студентом самостоятельно в соответствии с [1,3].

Объем учебной нагрузки при выполнении индивидуального задания – 0 часов.

Рекомендуемый объем пояснительной записки по индивидуальному заданию – не более 12 страниц формата А4 (210×297 мм).

## 4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Текущий контроль** знаний студентов производится по результатам выполнения индивидуального задания, во время контрольных опросов в ходе проведения практических занятий.

**Промежуточная аттестация** по результатам освоения дисциплины в семестре проводится в форме семестрового зачета в соответствии с «Положением об организации и проведении семестрового контроля знаний студентов в Донецком национальном техническом университете», утвержденном 25.09.2013 года.

Для определения уровня знаний студентов преподаватель руководствуется критериями оценки знаний, являющимися составляющей учебно-методического комплекса дисциплины.

**Шкала оценивания: национальная и ECTS».**

Сумма баллов по 100-бальной шкале	Оценка по шкале ECTS	Оценка по государственной шкале	
		Для государственной итоговой аттестации. Экзамена, дифференцированного зачеты	Для зачета
90-100	A	Отлично	Зачтено
80-89	B	Хорошо	
75-79	C		
70-74	D	Удовлетворительно	
60-69	E		

35-59	FX	Неудовлетворительно	Не зачтено
0-34	F*		

Примечание: \* - с обязательным повторным изучением дисциплины.

## 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

### Литература:

#### Основная:

1. Закон РФ « О защите прав потребителей» от 07.02.1992 г. № 2300-1 (ред. От 02.07.2013 г.)
2. Федеральный закон "О качестве и безопасности пищевых продуктов" от 02.01.2000 г. N 29-ФЗ (ред. от 19.07.2011 г.)
3. Федеральный закон "О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения" от 30.03.1999 г. N 52-ФЗ (ред. от 25.11.2013 г.)
4. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 г. N 38-ФЗ (ред. от 28.12.2013 г.)
5. Федеральный закон "О техническом регулировании" от 27.12.2002 г. N 184-ФЗ (ред. от 28.12.2013 г.)
6. Федеральный закон "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" от 28.12.2009 г. N 381-ФЗ (ред. от 28.12.2013 г.)
7. Постановление Правительства РФ от 19.01.1998 г. N 55 (ред. от 04.10.2012 г.) "Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации".
8. Постановление Правительства РФ от 21.07.1997 г. N 918 (ред. от 04.10.2012 г.) "Об утверждении Правил продажи товаров по образцам"
9. Постановление Правительства РФ от 27.09.2007 г. N 612 (ред. от 04.10.2012 г.) "Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом"
10. Постановление Правительства РФ от 06.06.1998 г. N 569 (ред. от 04.10.2012 г.) "Об утверждении Правил комиссионной торговли непродовольственными товарами".
11. Постановление Правительства РФ от 01.12.2009 г. N 982 (ред. от 04.10.2013 г., с изм от 11.11.2013 г.) "Об утверждении единого перечня продукции, подлежащей обязательной сертификации, и единого перечня продукции, подтверждение соответствия которой осуществляется в форме принятия декларации о соответствии"
12. ГОСТ Р 51303-99 Торговля. Термины и определения.
13. ГОСТ Р 51304-2009 Услуги торговли. Общие требования.

14. ГОСТ Р 51305-2009 Услуги торговли. Требования к персоналу
15. ГОСТ Р 52113-2003 Услуги населению. Номенклатура показателей качества.
16. Мамаева Л.Н. Удержание потребителя в условиях экономического кризиса: практ. пособие [для студентов вузов, аспирантов]. - М. : Дашков и К\*, 2013.
17. Драганчук Л.С. Поведение потребителей: учеб. пособие для студентов вузов. - М. : ИНФРА-М, 2012.
18. Кузнецова Л.В. Основы маркетинга: учеб. пособие для студентов вузов. - М. : Вузовский учебник, 2013.
19. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. - М. : Вильямс, 2010.
20. Панкратов Ф.Г. Коммерческая деятельность: учебник для студентов вузов. - М.: Дашков и К\*, 2013.
21. Управление маркетингом: учебное пособие для студентов вузов / под ред. И. М. Синяевой. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Вузовский учебник, 2011.

Дополнительная:

1. Арустамов Э.А. Основы бизнеса: учебник для студентов вузов. - М. : Дашков и К\*, 2012.
2. Экономика. Основы потребительских знаний. Учебник. Под ред. Кузнецовой Е.- М.: Издательство: Вита-Пресс, 2010.
3. Барышева А.Д. Этика и психология делового общения (сфера сервиса): учебное пособие для студентов образоват. учреждений сред. проф. образования / А. Д. Барышева, Ю. А. Матюхина, Н. Г. Шередер. - М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2012.
5. Кошечая И.П. Профессиональная этика и психология делового общения: учебное пособие для студентов образоват. учреждений сред. проф. образования / И. П. Кошечая, А. А. Канке. - М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2011.

**Учебно-методические издания, разработанные в ДонНТУ:**

К лекциям:

1. *Конспект лекций по дисциплине «Основы потребительских знаний».*

К практическим занятиям:

2. *Методические рекомендации по выполнению практических работ по дисциплине «Основы потребительских знаний».*

К самостоятельной работе студента:

3. *Методические указания по выполнению самостоятельной работы студентом по дисциплине «Основы потребительских знаний».*

**Internet-ресурсы:**

1. [www.spros.ru/](http://www.spros.ru/) Официальный сайт журнала Международной конфедерации потребителей «Спрос» [Электронный ресурс].
2. [www.asq.org](http://www.asq.org). – Официальный сайт Американского общества качества [Электронный ресурс].
3. <http://www.znaytovar.ru/> На сайте представлена подборка статей, посвященных характеристике потребительских свойств товаров, вопросам экспертизы и идентификации, обнаружения фальсификации товаров.

4. <http://www.rospotrebnadzor.ru/> Официальный сайт Федеральной службы по защите прав потребителей и благополучия человека [Электронный ресурс].

5. [www.cnpre.spb.ru](http://www.cnpre.spb.ru) – Центр независимой потребительской экспертизы [Электронный ресурс].


## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 1. Лекционные занятия:

- аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук),
- и т.п.

### 2. Практические занятия:

- презентационная техника (проектор, экран, компьютер/ноутбук),
- и т.п.

Составитель рабочей программы:  Л.Н. Лыкова  
(подпись)

Формы обучения	Формы контроля
Семестр	1
Среднее количество часов	120
Аудиторная нагрузка (лекции, семинары, практические занятия)	120
Лекции	12
Семинары (практические занятия)	108
Самостоятельная работа (включая подготовку к занятиям)	120
Курсовый проект (дипломная работа)	120
Итого	120
Формы промежуточной аттестации	120
Среднее количество часов	120

Дополнение 2017 г.