**Министерство образования Московской области**

Государственное образовательное учреждение высшего образования Московской области

**«Государственный гуманитарно-технологический университет»**

**(ГГТУ)**

**Промышленно-экономический колледж**

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ**

**по теме «Маркировка товаров»**

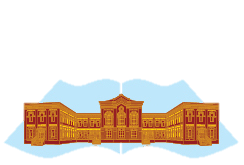
**по ПМ.01. Управление ассортиментом товаров**

**МДК.02.02 Оценка качества и экспертиза продовольственных товаров**

для обучающихся по специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров.

**по ПМ.02. Продажа продовольственных товаров**

по профессии 38.01.02 Продавец, контролер-кассир



### Орехово-Зуево, 2025 г.

**УДК 502(075.3)**

**ББК 28.088л6я7**

**Содержание**

|  |  |
| --- | --- |
| Пояснительная записка |  |
| Требования к освоению знаний, умений |  |
| Методические указания по выполнению |  |
| Список использованных источников |  |

**Пояснительная записка**

Учебно-методическое пособие по теме «Маркировка товаров» предназначено для обучающихся по специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров и по профессии 38.01.02 Продавец, контролер-кассир.

Учебно-методическое пособие разработано в соответствии с рабочей программой учебной дисциплины ПМ.01. Управление ассортиментом товаров, МДК.02.02 Оценка качества и экспертиза продовольственных товаров,ПМ.02. Продажа продовольственных товаров.

Целью учебно-методического пособия является оказание помощи обучающимся в изучении темы «Средства товарной информации» «Маркировка и штриховое кодирование товаров».

Задачи:

* закрепление и расширение знаний по темам: «Средства товарной информации», «Маркировка и штриховое кодирование товаров»;
* приобрести практические навыки и умения в определении соответствия информации и маркировки на продовольственные и непродовольственные товары (по выбору студента), сформировать профессиональные компетенции

Данное пособие поможет обучающемуся работать в индивидуальном темпе, правильно планируя свое время, не требуя при этом сложных технических средств, помогая ему усвоить весь необходимый объём знаний.

Методическое пособие включает в себя требования к освоению знаний и умений, теоретический материал, содержащий основные сведения по теме, иллюстрационный материал, глоссарий.

**Требования к освоению знаний, умений**

В результате освоения темы обучающийся по профессии: 38.01.02 Продавец, контролер-кассир должен **уметь**:

* идентифицировать различные группы, подгруппы и виды продовольственных товаров (зерновых, плодово-овощных, кондитерских, вкусовых, молочных, яичных, пищевых жиров, мясных и рыбных);

должен **знать**:

* показатели качества различных групп продовольственных товаров;
* особенности маркировки, упаковки и хранения отдельных групп продовольственных товаров;

В результате освоения темы обучающийся по специальности: 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров должен **уметь**:

* расшифровывать маркировку товара и входящие в ее состав информационные знаки;

должен **знать**:

* виды, формы и средства информации о товарах;
* правила маркировки товаров;

**Методические указания по выполнению:**

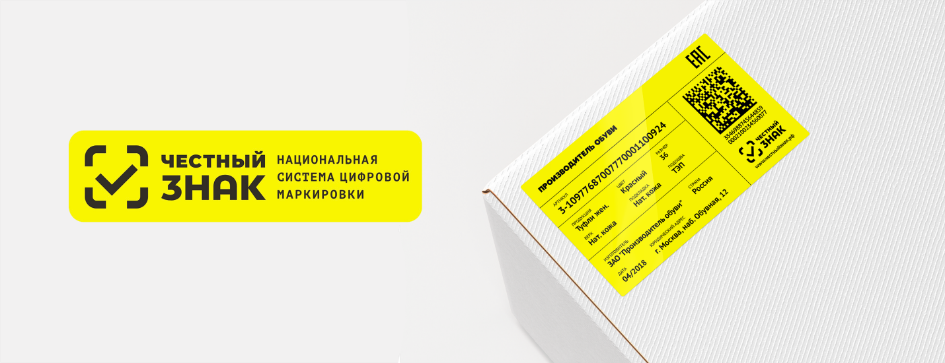
1. Внимательно прочитайте текст.
2. Выделите главное.
3. Законспектируйте материал.
4. Изучив основные понятия темы, выполните предложенные задания.

**Что такое маркировка**

Маркировка — это контрольно-идентификационный знак (КиЗ), который размещают на упаковке, ярлыке, этикетке или таре. Его может создать только единый оператор маркировки — Центр развития перспективных технологий.

С помощью КиЗ можно идентифицировать товар и отследить его путь от производства до продажи или списания: бизнес обязан передавать данные о товаре единой госсистеме «Честный ЗНАК».

Главным назначением маркировки является **доведение основных сведений о товаре до потребителей**, а также идентификация товара.



**Структура товарной маркировки**

Товарная маркировка является первым информационным блоком, с которым встречается потребитель при покупке товара, и содержит всю основную информацию.

***При этом маркировка товаров должна быть:***

* четкой и разборчивой, выделяться или размешаться на фоне, контрастном по отношению к цвету упаковки (изделия);
* устойчивой к воздействию климатических факторов;
* сохраняться в течение всего допустимого срока использования товара;
* достаточной для обеспечения безопасного обращения с товарами.

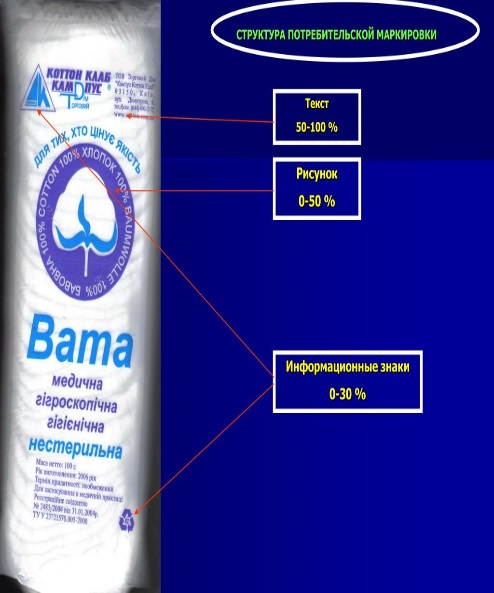
***В структуре маркировки можно выделить три основных элемента***:

текст;

рисунок;

информационные знаки.





**Информационная функция** — доведение до заинтересованных субъектов всех необходимых сведений о товаре, регламентируемых Федеральным законом «О защите прав потребителей».

В соответствии с этим Законом продавец обязан предоставить приобретателю следующую информацию о товаре:

адрес (место нахождения);

фирменное наименование (наименование) изготовителя (исполнителя, продавца), импортера;

наименование технического регламента или иное обозначение об обязательном подтверждении соответствия товара;

сведения об основных потребительских свойствах товаров;

сведения о составе (в том числе наименования использованных в процессе изготовления пищевых добавок, биологически активных добавок, а также компонентов, полученных с применением генно-инженерно-модифицированных организмов, в случае, если их содержание в таком компоненте превышает 0,9 %);

о пищевой ценности, назначении, об условиях применения и хранения, о способах изготовления готовых блюд, весе (объеме), дате и месте изготовления и упаковки (расфасовки), а также о противопоказаниях для их применения при отдельных заболеваниях; правила и условия эффективного и безопасного использования товаров;

информацию об энергетической эффективности товаров при необходимости;

срок службы или срок годности товаров, а также сведения о действиях потребителя по истечении указанных сроков и возможных последствиях при их невыполнении, если товары по истечении указанных сроков представляют опасность для жизни, здоровья и имущества потребителя или становятся непригодными для использования по назначению.

**Идентифицирующая функция** — доведение до потребителей, продавцов, экспертов и контролирующих органов информации, позволяющей идентифицировать товары — установить их соответствие действующим законам, ГОСТам, договорам по ассортиментной принадлежности, качеству и безопасности.



**Эмоциональная и мотивационная функции -** воздействие маркировки товара на психоэмоциональное состояние потребителей для удовлетворения эстетических потребностей, а также мотивации покупки. В современных условиях производители стремятся привлечь внимание покупателей к своим товарам с помощью упаковки и маркировки для увеличения доли продаж.



**Текст** является наиболее распространенным элементом, наиболее доступным для потребителей и других субъектов рыночных отношений. В тексте товарной маркировки могут быть использованы все формы товарной информации.

К нему предъявляются требования в соответствии с Законом РФ «О защите прав потребителей», ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя», а также ГОСТами на маркировку групп непродовольственных товаров.

**Маркировка продовольственных товаров**

Должна содержать следующую информацию:

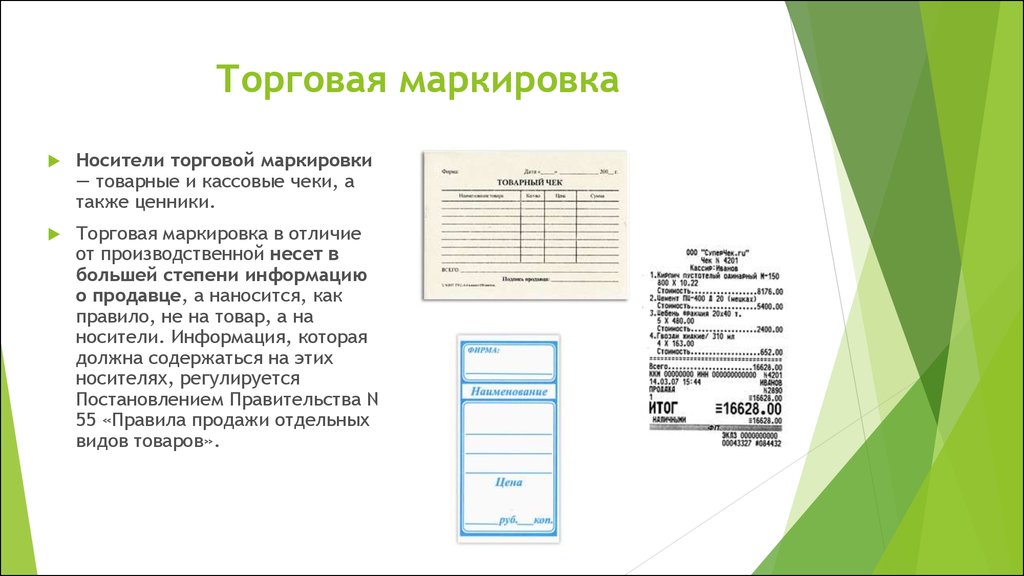
* наименование продукта и его вид, сорт, марку;
* наименование страны, производителя и его адрес;
* массу нетто или объем продукта;
* состав — наименования основных ингредиентов, входящих в состав продукта, включая пищевые добавки;
* пищевую ценность (калорийность, количество белков, жиров и углеводов, а также наличие витаминов);
* условия хранения;
* срок годности, дату изготовления;
* способ приготовления (для полуфабрикатов и продуктов, предназначенных для детского питания);
* рекомендации по использованию (для биологически активных пищевых добавок);
* обозначение нормативно-технического документа, на основании которого произведен товар; информацию о подтверждении соответствия.

**Виды маркировки**

**Производственная** — маркировка, наносимая предприятием — изготовителем товаров и регламентируемая в первую очередь ФЗ «О защите прав потребителей» и действующими техническими регламентами на продукцию;



**Торговая** — маркировка, наносимая поставщиком или продавцом товаров (услуг).



**Этикетка** — **основной носитель информации о товаре** , на которой указываются все сведения, необходимые для субъектов рыночных отношений. Этикетки печатаются типографским способом и приклеиваются на товар или упаковку, наносятся литографическим способом на банки консервов, наносятся с помощью лазера на этикетку или сам товар (дата изготовления и срок годности товара).



**Кольеретки** — специальный вид этикетки, наносимый на горлышко бутылки алкогольной и безалкогольной продукции. Они не содержат большого объема информации, а иногда на них наносят лишь фирменный знак или наименование товара. Основная функция кольеретки — **создание эстетического образа**.



**Вкладыши** — разновидность этикетки, которая содержит основные сведения о товаре и вкладывается в упаковку товара, когда поместить всю необходимую информацию на коробке не представляется возможным. Иногда помимо информативной части содержит рекламу . Чаще всего вкладыши можно увидеть в упаковках парфюмерно-косметических товаров , кондитерских товаров и лекарственных средств.



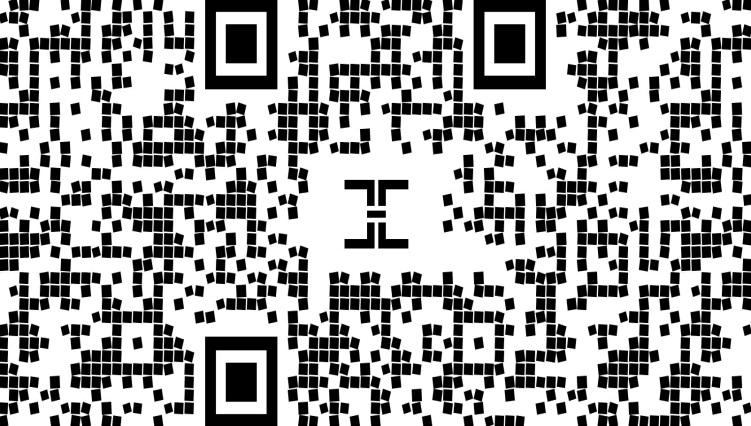
**Бирки** — носители маркировки, которые могут пришиваться, приклеиваться, подвешиваться на товар. На бирках в основном указывают фирменное наименование или товарный знак.

****

**Что такое маркировка**

Сама маркировка — это специальный штрих-код, который наносится на товар. Такой код можно увидеть на бутылке шампанского:  


В системе маркировки товару присваивается уникальный идентификационный код. По нему отслеживается движение товара с момента производства или импорта до продажи. На каждом этапе эти данные передаются в информационную систему.

****

**Зачем нужна маркировка**

В России очень много подделок. Например, лекарства — их подделывают, ввозят незаконно. Так в аптеки попадает очень много контрафакта. Те, кто подделывает товар, не покупают лицензию и не платят налоги. Соответственно, они не проходят проверки и не контролируются ни в производстве, ни в качестве сырья. Это значит, что государство не знает ничего про производителей этого контрафакта и не может контролировать качество лекарств. В итоге покупатель тратит деньги на поддельный и некачественный товар.

**Какие товары будут маркироваться**

Уже сейчас маркировка обязательна для алкоголя, меховых изделий и некоторых лекарств. Другие товары маркируются добровольно и в экспериментальном режиме, но маркировка для них станет обязательной уже в 2019 году. Пока неясно, когда будут маркироваться все лекарства и как будет маркироваться одежда из секонд-хенда и б/у техника.

Список товаров, подлежащих маркировке, будет увеличиваться. В систему маркировки товары будут вводиться с 2019 по 2024 год.



**Штрафы за нарушения условий маркировки продуктов**

За продукцию без маркировки ИП получает штраф от 10 000 до 15 000 рублей, ООО — от 100 000 до 150 000 рублей. Штрафуют и кассира на сумму до 5 000 рублей. Немаркированную партию могут полностью изъять из оборота.

**Практическая часть**

**Задание 1.** Проанализируйте информацию на упаковке предложенных товаров (по выбору студента), выявите основополагающую, коммерческую и потребительскую информацию.

Результаты оформите в таблице 1.

Таблица 1 – Результаты анализа маркировки

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Элементы информации | Вид информации | | |
| основополагающая | коммерческая | потребительская |
| Наименование товара | Сок яблочный «Моя семья» |  |  |
| Способ использования |  |  | Открыть крышку, налить в стакан |
|  |  |  |  |

Сделать вывод по результатам проведенной работы

**Задание 2.** Проанализируйте соответствие информации, приведенной на упаковке товаров продовольственных товаров (1 образец по выбору студента), требованиям стандартов. Результаты оформите в таблице 2.

Таблица 2- Результаты анализа маркировки на соответствие требованиям стандарта, технического регламента

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование товара | Сведения, содержащиеся в маркировке по ГОСТ (указать номер) | Сведения, содержащиеся в маркировке по ТР ТС (указать номер) | Фактические сведения, содержащиеся на упаковке | Отметка о соответствии или несоответствии нормативным документам |
|  |  |  |  |  |

Сделать вывод о полноте маркировке по соответствию нормативным документам

**Задание 3.** Проанализируйте соответствие информации, приведенной на упаковке товаров, товарном ярлыке непродовольственных товаров (1 образец), требованиям стандартов. Результаты оформите в таблице 2.

Таблица 2- Результаты анализа маркировки на соответствие требованиям стандарта, технического регламента

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование товара | Сведения, содержащиеся в маркировке по ГОСТ (указать номер) | Фактические сведения, содержащиеся на упаковке | Отметка о соответствии или несоответствии нормативным документам |
|  |  |  |  |

Сделать вывод о полноте маркировке по соответствию нормативным документам

**Задание 4.** Проанализировать маркировку предложенных образцов продовольственных товаров (по выбору студента)

1. Определите составные элементы маркировки. Работу оформить в таблице 4.

2. Определите соотношение данных элементов с товарной информацией предложенных образцов.

Таблица 4 – Результаты анализа составных частей маркировки

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование товара | Составные части маркировки | | |
|  | Текст 50-100 % | Рисунок 0-50 % | Информационные знаки 0-30 % |
| Сок «Моя семья» | 40% | 70% | 10% |
|  |  |  |  |

Сделать вывод о составных частях и элементах фактической информации на товарах

**Список использованных источников**

**Литература:**

1. Карташова, Лариса Валентиновна. Управление ассортиментом товаров. В 2 ч. Ч.1 : учебник для студентов СПО / Л. В. Карташова, Н.И. Сергеева, Л. А. Колесникова. – 2-е изд., стер. – Москва : Академия, 2019. – 282 с. : ил. – (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-4468-7507-8. - Текст : непосредственный.
2. Карташова, Лариса Валентиновна. Управление ассортиментом товаров. В 2 ч. Ч.2 : учебник для студентов СПО / Л. В. Карташова, Н.И. Сергеева, Л. А. Колесникова. – 2-е изд., стер. – Москва : Академия, 2019. – 302 с. – (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-4468-7508-5. - Текст : непосредственный.
3. Калачев, С. Л. Теоретические основы товароведения и экспертизы : учебник для среднего профессионального образования / С. Л. Калачев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 478 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12041-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/467577>

**Дополнительные источники:**

1. Основы товароведения : учебник / Н.С. Моисеенко. — Москва : КноРус, 2018. — 413 с. — СПО. – URL : <https://www.book.ru/book/923528>.

**Интернет-ресурсы:**

1. Единое окно доступа к образовательным ресурсам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://window.edu.ru](http://window.edu.ru/), свободный. – Загл. с экрана.
2. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/>, свободный. – Загл. с экрана.
3. Электронная библиотечная система «Юрайт» biblio-online.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://biblio-online.ru/>, свободный. – Загл. с экрана.