

5) выражение комбинированных сложных суждений в явной логической форме, приведение их символической записи;

6) использование сводной таблицы условий истинности;

7) составление выводов в непосредственных умозаключениях;

8) установление достоверности выводов в силлогизмах;

9) построение хрии;

10) построение гипотезы (версии).

Курс рассчитан на один семестр, как это принято в подавляющем большинстве учебных планов и учебных программ по логике.

Автором данного пособия определены следующие задачи.

1. В доходчивой форме дать студентам сведения о сущности формальной логики, о ее зарождении и развитии, о мышлении и его процессах, о принципах правильного мышления, о роли логики в профессиональной деятельности.

2. Рассмотреть основные законы логики, научиться применять их в повседневной жизни и профессиональной деятельности.

3. Раскрыть базовые характеристики основных форм мышления; структуры и способов аргументации, гипотезы и методов ее построения.

Химические науки

ЛЕКЦИИ ПО ОБЩЕЙ ХИМИИ В СРЕДЕ POWERPOINT (электронное учебное пособие)

Свинцова Л.Д.

*Томский национальный исследовательский
политехнический университет,
Томск, e-mail: sld211@mail.ru*

Электронный вариант учебного пособия «Лекции по общей химии в среде PowerPoint» предназначен для студентов высших учебных заведений, обучающихся по техническим направлениям и специальностям. Является частью комплексного методического обеспечения при изучении дисциплины «Общая химия» и «Химия» базовой части математического и естественнонаучного цикла дисциплин в соответствии с Федеральными государственными образовательными стандартами и Основными образовательными программами Томского политехнического университета. Объем пособия 374 МБ.

Учебное пособие представляет краткий конспект лекций в электронном виде. Предлагаемый лекционный материал сформирован в 3 модуля:

1) «Состав и строение вещества»;

2) «Закономерности протекания химических реакций»;

3) «Свойства химических систем».

Изложен логично, наполнен текстами, рисунками, табличными сведениями, анимационными моделями, видеофрагментами и с

интересом воспринимается студентами. Для постоянного взаимодействия со студентами каждая изучаемая тема сопровождается вопросами и заданиями для самостоятельной работы.

Пособие издано в 2009 году в издательстве Томского политехнического университета и рекомендовано в качестве учебного редакционно-издательским советом Томского политехнического университета. Апробировано в течение 5 лет в учебном процессе в работе со студентами младших курсов. Использовано как в аудиторной работе (лекции, практические занятия), так и для самостоятельной работы студентов.

Автор – Свинцова Людмила Дмитриевна, доцент кафедры общей и неорганической химии Томского политехнического университета. Десять лет работает по новым образовательным технологиям в аудиториях, оснащенных современным мультимедийным оборудованием с обратной связью со студентами технических направлений и специальностей:

200100 «Приборостроение»;

210100 «Электроника и микроэлектроника»;

200200 «Оптотехника»;

200300 «Биомедицинская инженерия»;

072000 «Метрология, стандартизация и сертификация».

280200 «Защита окружающей среды»;

130100 «Геология и разведка полезных ископаемых»;

130500 «Нефтегазовое дело».

Экономические науки

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМИ ИЗМЕНЕНИЯМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ (учебное пособие)

Журавлев Ю.В., Смольянова Е.Л.,
Матузов Ю.И., Семенов С.В.

*ФГБОУ ВПО «Воронежская государственная
технологическая академия», Воронеж,
e-mail: elena-sm75@mail.ru*

В учебном пособии излагаются теоретические основы и практические положения инновационных изменений на предприятии.

Рассматриваются возможности обеспечения непрерывности проведения на предприятии инновационных изменений путем систематизации информации обеспечения функциональной деятельности и управления организационными изменениями. Отражены научно-методологические и практические вопросы, связанные с проблемами управления инновационными изменениями на предприятиях пищевой промышленности, теорией и практикой оценки инновационной активности в стратегических решениях, менеджментом конкурентоспособ-

ности новой продукции. Издание позволяет студентам лучше усвоить положения учебной программы по дисциплинам инновационного цикла: инновационный менеджмент, инновационный маркетинг, управление инновационной деятельностью.

Для студентов, обучающихся по направлениям 080500 «Менеджмент», 080100 «Экономика», по специальностям 2260601 «Управление инновациями», 080502 «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)», а также для аспирантов, преподавателей и специалистов-практиков.

ТОВАРОВЕДЕНИЕ, ЭКСПЕРТИЗА И СТАНДАРТИЗАЦИЯ ТОВАРОВ (курс лекций)

Радина О.И., Литвинова А.В.

Южно-Российский государственный университет экономики и сервиса, Шахты

В учебно-методической разработке представлен курс лекций по товароведению, экспертизе и стандартизации товаров, соответствующий современным требованиям российской экономики. В нем конкретизируются темы: основные категории товароведения, классификация и кодирование товаров, ассортимент товаров, потребительские свойства товаров, оценка качества товаров, контроль качества товаров, информация о товаре, основы экспертизы, основы стандартизации, основы метрологии, основы сертификации. В конце каждой темы приведены вопросы для самопроверки знаний студентов.

При рассмотрении вопросов теории товароведения, экспертизы и стандартизации товаров использованы основные инструменты учета и контроля хозяйственной деятельности коммерческих организаций, сделаны ссылки на нормативно-правовые документы.

В первой части учебно-методической разработки «Теоретические основы товароведения» изложены теоретические вопросы категорий товароведения, система классификации товаров, штриховое кодирование, характеристики ассортимента товаров дана номенклатура потребительских свойств товаров, предложена классификация показателей качества товаров, а также виды контроля качества потребительских товаров. В наглядной и доступной форме рассмотрены вопросы информации о продовольственных и непродовольственных товарах, маркировка товаров. Уделено внимание определению фальсифицированной информации о потребительских товарах.

Во второй части учебно-методической разработки «Экспертиза, стандартизация, метрология и сертификация продукции, товаров и услуг» изложены теоретические основы экспертизы: дано понятие, цели и виды экспертизы, определен порядок проведения экспертизы качества

и количества товаров. Определена структура и содержание акта экспертизы потребительских товаров.

Изучая тему «Основы стандартизации», студенты овладевают теоретическими основами сущности стандартизации, видами стандартов, нормативно-технической документацией. Отдельным вопросом излагается ответственность за нарушение стандартов.

Не остались без внимания вопросы законодательной, фундаментальной и практической метрологии. В конспекте лекций дано разъяснение видам измерений, а также ответственность за нарушение стандартов.

В теме «Основы сертификации» раскрыты сущность и содержание сертификации, дана характеристика методов информирования о сертифицированном товаре. Особое внимание уделено правовым основам сертификации, правилам, порядку организации и проведению сертификации, (включая зарубежный опыт).

Выявлены отличительные признаки обязательной и добровольной сертификации потребительских товаров. Определены процедуры самоаттестации, аттестации и акредитации испытательных лабораторий, осуществляющих сертифицирование потребительских товаров и услуг.

Особое внимание уделяется теоретическим вопросам системы менеджмента качества на предприятии, которая направлена на повышение качества выпускаемой продукции. Система менеджмента качества является необходимым элементом управления компанией, поэтому сертификация данного сектора позволяет не только поднять качество выпускаемой продукции или оказываемых услуг, но и повысить рентабельность производства. Сертификат ИСО 9001 как раз и выступает в роли такого гаранта.

Целью создания книги является возможность предоставить читателям достаточный объем учебно-консультационного материала для изучения основ товароведения, экспертизы и стандартизации товаров.

Конспект лекций предназначен для самостоятельной работы студентов очной, заочной и дистанционной форм обучения специальностей «Маркетинг» и «Реклама» в рамках изучения одноименной дисциплины, что соответствует образовательному стандарту высшей школы, а также для специалистов и других лиц, желающих ознакомиться с основами товароведения, экспертизы, стандартизации, метрологии и сертификации продукции, товаров и услуг.

Этот конспект лекций необходим студентам для подготовки к практическим занятиям, сдаче экзамена, а также частным предпринимателям для ознакомления с основами товароведения, экспертизы, стандартизации, метрологии и сертификации продукции, товаров и услуг, начинающим свой бизнес.