

CUPRINS

Capitolul I

FONDUL CONCEPTUAL ȘI METODOLOGIC AL ȘTIINȚEI MĂRFURILOR	9
1.1 Marfă, principalul obiect de studiu al științei mărfurilor	9
1.2 Substituirii terminologice - articol, bun, produs.....	12
1.3 Concepte referitoare la marfă	14
1.4 Utilitate, valoare de întrebuințare și calitate.....	16
1.5 Metode utilizate în știința mărfurilor.....	19
1.5.1 Metode generale.....	19
1.5.2 Metode specifice clasice	20
1.5.3 Metode moderne	21

Capitolul II

PROPRIETĂȚILE GENERALE ALE MĂRFURILOR	25
2.1 Considerații generale privind factorii ce influențează și determină proprietățile mărfurilor	25
2.2 Clasificarea proprietăților mărfurilor	27
2.3 Caracterizarea principalelor proprietăți ale mărfurilor	29
2.3.1 Proprietăți fizice ale mărfurilor	29
2.3.2 Proprietăți chimice ale mărfurilor	40
2.3.3 Proprietăți organoleptice ale mărfurilor	41

Capitolul III

CALITATEA MĂRFURILOR ÎN ECONOMIA DE PIAȚĂ ȘI CORELAȚIA CALITATE-PREȚ	47
3.1 Definirea calității produselor și serviciilor	47
3.2 Caracteristicile de calitate ale produselor și serviciilor	52
3.2.1 Caracteristicile de calitate ale produselor	52
3.2.2 Caracteristicile de calitate ale serviciilor	55
3.3 Ipostazele calității mărfurilor în tranzacțiile comerciale	56
3.4 Calitatea percepută de client și corelația calitate-preț	59

Capitolul IV

SISTEMATICA MĂRFURILOR ȘI DIRECȚIILE EXTINDERII OFERTEI DE MĂRFURI	65
4.1 Clasificarea mărfurilor - cadrul conceptual și tipologie	65
4.2 Sistemul codificării cu bare.....	69
4.2.1 Elemente de bază ale codificării cu bare.....	72
4.2.2 Principalele coduri cu bare utilizate în comerțul internațional	75
4.2.3 Codificarea cu bare a publicațiilor	79
4.3 Direcții de diversificare și înnoire a ofertei de mărfuri	81
4.4 Ciclul de viață al produselor și produsul nou	84
4.5 Surse de idei pentru produse noi	87

Capitolul V

AMBALAREA ȘI PĂSTRAREA MĂRFURILOR	97
5.1 Ambalarea mărfurilor.....	97
5.1.1 Terminologie, clasificare și funcții ale ambalajelor.....	98
5.1.2 Cerințe referitoare la calitatea ambalajelor.....	102
5.1.3 Materiale folosite pentru confecționarea ambalajelor.....	104
5.1.4 Metode de ambalare a mărfurilor	110
5.2 Păstrarea mărfurilor.....	115
5.2.1 Factorii ce influențează păstrarea mărfurilor.....	115
5.2.2 Modificări din timpul păstrării produselor datorate temperaturii	116
5.2.3 Modificări din timpul păstrării produselor datorate umidității	118

5.2.4 Modificări chimice, biochimice și microbiologice din timpul păstrării produselor	119
5.2.5 Măsuri privind asigurarea și dirijarea condițiilor de păstrare	121
Capitolul VI	
MARCAREA ȘI ETICHETAREA MĂRFURILOR	127
6.1 Elemente definitorii ale mărcilor	127
6.2 Funcțiile mărcii	130
6.3 Tipologia mărcilor	132
6.4 Protecția mărcilor la nivel internațional și european	136
6.5 Reglementarea și protecția mărcilor în România	138
6.6 Etichetarea produselor	141
6.6.1 Etichetarea produselor alimentare	141
6.6.2 Etichetarea produselor textile	144
6.6.3 Etichetarea încălțămintei	146
6.6.4 Etichetarea detergenților și produselor de curățat	148
6.6.5 Etichetarea energetică a aparatelor electrocasnice	148
6.7 Marcarea și etichetarea ecologică a produselor	149
Capitolul VII	
STANDARDIZAREA ȘI ROLUL EI ÎN COMERCIALIZAREA MĂRFURILOR	161
7.1 Conceptele de standard și standardizare	161
7.2 Avantajele standardizării	163
7.3 Tipologia standardelor	165
7.4 Activitatea de standardizare în România	168
7.5 Standardizarea la nivel european	171
7.6 Standardizarea la nivel internațional	173
7.7 Un sistem global al standardizării	176
Capitolul VIII	
CERTIFICAREA ȘI EVALUAREA CONFORMITĂȚII	181
8.1 Cadrul conceptual al certificării conformității	181
8.2 Criterii de alegere a unui organism de certificare	183
8.3 Etapele unui proces de certificare	163
8.4 Certificarea organizațiilor de mici dimensiuni	193
8.5 Preocupări privind activitățile de certificare și acreditare în România	196
8.6 Organisme naționale cu atribuții în domeniul certificării și acreditării	204
Capitolul IX	
ASPECTE GENERALE PRIVIND MANAGEMENTUL CALITĂȚII	209
9.1 De la inspecția calității la calitatea totală	209
9.2 Cadrul general de aplicare al standardelor ISO seria 9000:2000	213
9.3 Principiile managementului calității	214
9.4 O abordare bazată pe proces	217
Capitolul X	
FUNDAMENTE TEORETICE ȘI PRACTICE PRIVIND PROTECȚIA CONSUMATORILOR	223
10.1 Conceptele de consumator și de protecție a consumatorului	223
10.2 Protecția socială și formele sale de manifestare	225
10.3 Principii directe pentru protecția consumatorilor	228
10.4 Drepturile și răspunderile fundamentale ale consumatorilor	229
10.5 Forme de manifestare ale consumerismului modern	234
10.6 Garantarea calității mărfurilor și protecția consumatorilor	237
10.7 Protecția consumatorilor în relație cu ambalarea produselor	239
10.8 Eticheta produsului – sursă de informare și educare a consumatorului	243