

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Фурсов Владимир Александрович

Должность: И.о. директора Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 08.06.2026 14:54:57

Уникальный программный ключ:

1c378726a41fd0143ae5bccc8ba81860b00daa62

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Северо-Кавказский федеральный университет»
Пятигорский институт (филиал) СКФУ
Колледж Пятигорского института (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ

И.о. директора Пятигорского института
(филиал) СКФУ
В.А. Фурсов

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

По профессиональному модулю	ПМ.02 Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров
Специальность	38.02.08 Торговое дело
Форма обучения	<u>очная</u>

2026 г.

Фонд оценочных средств по профессиональному модулю ПМ.02 «Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров» разработан на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Разработчик:

- 1 Агаркова Д.В., преподаватель колледжа Пятигорского института (филиал) СКФУ

фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание, место работы преподавателя

СОГЛАСОВАНО:

Представитель работодателя

Начальник отдела управления персоналом

АО «Тандер»

должность представителя работодателя, наименование
организации и город ее расположения

подпись

М.П.

И.С. Тетерятникова

Фамилия, инициалы

Представитель работодателя

Заведующая универсамом «Жемчужина»

должность представителя работодателя, наименование
организации и город ее расположения

подпись

М.П.

Н.С. Адамович

Фамилия, инициалы

1. Паспорт фонда оценочных средств

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (далее - ФОС) предназначен для проверки результатов освоения вида деятельности (ВД) Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров и составляющих его профессиональных и общих компетенций, образовательной программы СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело.

ФОС разработан на основании ФГОС, образовательной программы СПО и рабочей программы профессионального модуля ПМ.02 «Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров» (далее - ПМ).

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

Результатом освоения ПМ является готовность обучающегося к выполнению вида профессиональной деятельности (в соответствии с рабочей программой ПМ) и сформированность профессиональных и общих компетенций.

Формой аттестации по ПМ является экзамен по модулю.

2. Формы контроля и оценивания элементов профессионального модуля

Таблица 1

Элемент профессионального модуля	Форма контроля и оценивания	
	Промежуточная аттестация	Текущий контроль
МДК.02.01 Основы товароведения	Экзамен	Контрольный срез
МДК.02.02 Товароведение потребительских товаров	Контрольная работа, Курсовая работа Дифференцированный зачет	Контрольный срез
МДК.02.03 Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров	Контрольная работа, дифференцированный зачет	Контрольный срез
МДК.02.04 Управление ассортиментом товаров	Дифференцированный зачет	Контрольный срез
УП.02.01 Учебная практика	Дифференцированный зачет	
ПП.02.01 Производственная практика	Дифференцированный зачет	
ПМ (в целом)	Экзамен по модулю	

3. Результаты освоения профессионального модуля

3.1. Оценка профессиональных и общих компетенций

В результате контроля и оценки по ПМ осуществляется комплексная проверка следующих профессиональных и общих компетенций:

Таблица 2

Профессиональные компетенции	Показатели оценки результата
ПК 2.1	Осуществлять кодирование товаров, в том числе с применением цифровых технологий.
ПК 2.2	Идентифицировать ассортиментную принадлежность потребительских товаров.
ПК 2.3	Создавать условия для сохранности количественных и качественных характеристик товара в соответствии с требованиями действующих санитарных правил на разных этапах товародвижения.
ПК 2.4	Выполнять операции, по оценке качества и организации экспертизы потребительских товаров.
ПК 2.5	Осуществлять управление ассортиментом товаров, в том числе с использованием искусственного интеллекта и сквозных цифровых технологий.
Общие компетенции	Показатели оценки результата
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

3.2. Общие и (или) профессиональные компетенции, проверяемые дополнительно: (не предусмотрено)

3.3. Требования к портфолио: (не предусмотрено)

3.4. Требования к курсовому проекту: представлены в методических указаниях к выполнению курсовой работы.

4. Оценка освоения теоретического курса профессионального модуля

4.1. Оценочные средства текущего контроля успеваемости и критерии оценки

Комплект заданий для контрольного среза МДК.02.01 Основы товароведения

1 вариант

1. Классификационные группировки товаров и их признаки.
2. Ассортимент товаров - общие понятия.
3. Кодирование товаров.

2 вариант

1. Товароведная классификация товаров.
2. Качество товаров.
3. Факторы формирования ассортимента.

МДК.02.02 Товароведение потребительских товаров

2 семестр

1 вариант

1. Зерномучные товары: зерно, семейство злаковых, гречишных, бобовых.
2. Ассортимент. Виды ассортимента.
3. Экспертиза качества зерна.

2 вариант

1. Мука. Классификация. Факторы, формирующие качество муки
2. Пряности, приправы. Показатели качества. Дефекты
3. Пищевые жиры. Классификация. Особенности хранения.

3 семестр

1 вариант

1. Плодоовощные товары: свежие и переработанные плоды.
2. Классификация, пищевая ценность.
3. Основные характеристики потребительских свойств и ассортимента.

2 вариант

1. Основные характеристики ассортимента крупы.
2. Экспертиза качества крупы.
3. Хранение крупы.

4 семестр

1 вариант

1. Методы оценки качества продовольственных товаров
2. Вкусовые товары. Классификация. Особенности химического состава
3. Показатели качества ювелирных изделий. Дефекты

2 вариант

1. Факторы, влияющие на формирование ассортимента.
2. Управление ассортиментом.
3. Формирование торгового и производственного ассортимента

МДК.02.03 Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров

2 семестр

1 вариант

1. Принципы товарной экспертизы. Общность и отличия товарной экспертизы от других видов оценочной деятельности
2. Классификация товарной экспертизы
3. Объекты товарной экспертизы. Потребительские товары, их градации.
4. Критерии выбора потребительских свойств и показателей качества при проведении экспертизы.

2 вариант

1. Специфика объектов товарной экспертизы. Субъекты товарной экспертизы
2. Требования, предъявляемые к экспертам. Права и обязанности экспертов.
3. Классификация средств товарной экспертизы.
4. Средства товарной информации. Материально-технические средства.

3 семестр

1 вариант

1. Этапы становления товароведения продовольственных товаров как научной дисциплины.
2. Связь товароведения продовольственных товаров с другими науками и научными дисциплинами.
3. Ассортимент товаров.
4. Требования, предъявляемые к товарам.

2 вариант

1. Товароведные характеристики товаров.
2. Потребительские ценности и стоимости товаров.
3. Общая классификация товаров.

4. Влияние химического состава и строения и материалов на формирование потребительских свойств.

4 семестр

1 вариант

1. Факторы, влияющие на сохранение свойств товаров.
2. Физико-химические факторы.
3. Механические факторы.
4. Биологические факторы

2 вариант

1. Консервирование пищевых продуктов.
2. Физические методы.
3. Биохимические методы.
4. Комбинированные методы.

МДК.02.04 Управление ассортиментом товаров

1 вариант

1. Свойства и показатели ассортимента.
2. Формирование и управление ассортиментом.
3. Стратегия и тактика управления ассортиментом.
4. Введение в категорийный менеджмент

2 вариант

1. Формирование товарных запасов розничной торговой организации
2. Сущность ценовой политики и задачи ценообразования
3. Ценовая стратегия
4. Определение мерчандайзинга

Критерии оценивания компетенций

Оценка «5» (отлично) выставляется в случае полного выполнения контрольного среза, отсутствия ошибок, грамотного текста, точность формулировок и т.д.

Оценка «4» (хорошо) выставляется в случае полного выполнения всего объема контрольного среза при наличии несущественных ошибок, не повлиявших на общий результат работы и т.д.

Оценка «3» (удовлетворительно) выставляется в случае недостаточно полного выполнения всех разделов контрольного среза, при наличии ошибок, которые не оказали существенного влияния на окончательный результат, при очень ограниченном объеме используемых понятий и т.д.

Оценка «2» (неудовлетворительно) выставляется в случае, если допущены принципиальные ошибки, контрольный срез выполнен крайне небрежно и т.д.

Комплект заданий для контрольной работы
МДК.02.02 Товароведение потребительских товаров

2 семестр

1 вариант

1. Объект и предмет товароведения. Потребительная и меновая стоимость. Товароведческие характеристики товаров.
2. Товарная экспертиза: понятие, цель, принципы, объекты, субъекты, методы и виды.
3. Покажите на примере любого вида товаров, какие факторы способствуют формированию и сохранению его качества. Покажите, как исходное сырье, технологические процессы, упаковка, транспортирование и хранение влияют на его качество.

2 вариант

1. Идентификация товаров: цель, виды, объекты, субъекты.
2. Надежность: номенклатура комплексных и единичных показателей надежности, их применяемость и характеристики.
3. Покажите на примере любого вида товаров, какие факторы способствуют формированию и сохранению его качества. Покажите, как исходное сырье, технологические процессы, упаковка, транспортирование и хранение влияют на его качество.

3 семестр

1 вариант

1. Понятие о пищевой ценности.
2. Гигиенические требования к качеству и безопасности продовольственного сырья и пищевых продуктов
3. Специфические показатели безопасности потребления продуктов
4. Санитарно-эпидемиологические требования и контроль за пищевой продукцией.

2 вариант

1. Классификация продовольственных товаров на группы однородной продукции..
2. Особенности оценки качества продовольственных товаров с учетом классификационных признаков.
3. Потери продовольственных товаров.
4. Требования к маркировке, упаковке, хранению и транспортированию продовольственных товаров.

МДК.02.03 Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров

2 семестр

1 вариант

1. Объекты товарной экспертизы.
2. Субъекты товарной экспертизы.
3. Классификация средств товарной экспертизы.

2 вариант

1. Классификация методов товарной товароведения.
2. Виды товарной экспертизы.
3. Организация товарной экспертизы.

3 семестре

1 вариант

1. Экспертиза количественных характеристик товаров.
2. Товарно-сопроводительные документы (ТСД).
3. Эксплуатационные документы (ЭД).
4. Нормативно-правовая база и средства товароведной экспертизы.

2 вариант

1. Процедура и порядок проведения экспертизы качества товаров.
2. Оценка качества товаров инструментальными методами.
3. Оценка качества товаров органолептическими методами.
4. Факторы, способствующие сохранению качества товара.

Критерии оценивания компетенций

1. Оценка «5» (отлично) выставляется в случае полного выполнения контрольной работы, отсутствия ошибок, грамотного текста, точность формулировок и т.д.;

2. Оценка «4» (хорошо) выставляется в случае полного выполнения всего объема контрольной работы при наличии несущественных ошибок, не повлиявших на общий результат работы и т.д.;

3. Оценка «3» (удовлетворительно) выставляется в случае недостаточно полного выполнения всех разделов контрольной работы, при наличии ошибок, которые не оказали существенного влияния на окончательный результат, при очень ограниченном объеме используемых понятий и т.д.;

4. Оценка «2» (неудовлетворительно) выставляется в случае, если допущены принципиальные ошибки, контрольная работа выполнена крайне небрежно и т.д.

**Фонд тестовых заданий
по дисциплине МДК.02.01 Основы товароведения**

1. Принцип, заключающийся в достижении наиболее оптимального результата при производстве, упаковке, хранении, реализации и потреблении товаров.

- а) совместимость;
- б) взаимозаменяемость;
- в) эффективность;
- г) безопасность.

2. Объектом товароведения является:

- а) товар;
- б) продукция;
- в) услуга;
- г) потребности покупателей.

3. Метод упорядочения однородных, взаимосвязанных объектов по общим признакам путем расположения их в определенном порядке.

- а) систематизация;
- б) управление научным познанием;
- в) органолептический;
- г) измерительный.

4. Рассчитайте контрольную цифру штрихового кода. 456234072411?

- а) 0;
- б) 1;
- в) 4;
- г) 5.

5. Способность набора товаров удовлетворять спрос на одни и те же товары.

- а) новизна;
- б) устойчивость;
- в) полнота;
- г) структура.

6. К общим факторам, влияющим на формирование ассортимента относятся:

- а) сырьевая база;
- б) спрос;
- в) каналы распределения;
- г) рентабельность.

7. Рассчитайте коэффициент широты ассортимента, если в магазине находятся в продаже 12 наименований сметаны при 24 возможных наименований:

- а) 0,3;
- б) 1;
- в) 0,5;

г) 1,5.

8. Показатели, предназначенные для выражения простых свойств товаров:

- а) единичные;
- б) комплексные;
- в) базовые;
- г) определяющие.

9. Товар, который соответствует установленным требованиям по всем выбранным показателям:

- а) нестандартный;
- б) стандартный;
- в) брак;
- г) отход.

10. Определите степень значимости дефекта - несоответствие товаров установленным требованиям, которое может нанести вред жизни, здоровью, имуществу потребителей или окружающей среде:

- а) малозначительный дефект;
- б) значительный;
- в) критический;
- г) незначительный.

11. Укажите этапы предтоварной стадии:

- а) хранение и транспортирование;
- б) потребление;
- в) реализация товаров;
- г) приемочный контроль сырья.

12. Точечная проба - это...

- а) процент от объединенной пробы;
- б) совокупность проб, отобранных от одной партии товара;
- в) единичная проба определенного размера, отбираемая от одного места товарной партии;
- г) часть средней пробы, отправляемая для оценки качества в лабораторию.

13. Браковочное число - это...

- а) минимально допустимое количество забракованных единиц объединенной пробы или исходного образца, являющееся основанием для отказа от приемки товарной партии по качеству;
- б) часть объединенной пробы, выделенная для проведения лабораторных испытаний;
- в) максимально допустимое количество забракованных единиц выборки или объединенной пробы или исходного образца, позволяющее принять решение о приемке товарной партии по качеству;
- г) число бракованной продукции в партии товаров.

14. Укажите факторы, формирующие качество товаров:

- а) упаковочные материалы;
- б) условия хранения;

- в) сырье;
- г) технология производства.

15. Какая упаковка является жесткой:

- а) тканевая;
- б) деревянная;
- в) картонная;
- г) бумажная.

МДК.02.02 Товароведение потребительских товаров

1. Какие основные понятия применяются в курсе товароведение потребительских товаров?

- а) предмет дисциплины;
- б) цели курса;
- в) продукция, товар, товароведение;
- г) задачи товароведения;
- д) структура предмета.

2. Как именуется материальный или нематериальный результат деятельности, предназначенный для удовлетворения реальных или потенциальных потребностей?

- а) продукт;
- б) товар;
- в) предмет;
- г) потребительская стоимость;
- д) продукт.

3. Показатель «устойчивость ассортимента» характеризуется товарами:

- а) удовлетворяющими изменившиеся потребности за счет новых товаров
- б) имеющими устойчивый спрос
- в) включенными в ассортиментный перечень
- г) имеющимися в наличии

4. Когда продукция становится товаром?

- а) когда она потребляется;
- б) когда имеет цену;
- в) когда становится потребительной стоимостью;
- г) когда она становится объектом купли-продажи;
- д) когда предлагается на рынке.

5. Чем обладает товар как сложное понятие и не менее сложный материальный объект?

- а) физическими свойствами;
- б) определенными потребительными свойствами;
- в) индивидуальными качествами;
- г) материальной структурой;
- д) сортностью.

6. Кто дал одно из первых определений товароведения?

- а) Варрон;
- б) Вавилов И.;
- в) Колумелла;
- г) Себициус М.;
- д) Линней.

7. В каком году зафиксировано определение: «Товароведение представляет собой естественно-научную дисциплину, предметом которой является потребительная стоимость товаров»?

- а) 1960 г.;
- б) 1961 г.;
- в) 1962 г.;
- г) 1963 г.;
- д) 1964 г.

8. Из каких разделов состоит товароведение потребительских товаров?

- а) общей и особенной частей;
- б) вступительного и главного разделов;
- в) теоретического и практического разделов;
- г) общей части и частного товароведения;
- д) вступительного, основного и заключительного разделов.

9. Какая часть товароведения анализирует состояние и перспективы развития соответствующего сегмента рынка, классификацию товаров на ассортиментные группы?

- а) частное товароведение;
- б) теоретическая;
- в) практическая;
- г) специальная;
- д) основная.

10. Назовите принцип товароведения, заключающийся в установлении определенной последовательности однородных, взаимосвязанных товаров, процессов или услуг:

- а) систематизация;
- б) интегрированность;
- в) совокупность;
- г) совместимость;
- д) взаимозаменяемость.

11. С какого года в Российских коммерческих учебных заведениях товароведение начали изучать как самостоятельную учебную дисциплину?

- а) с 1838 г.;
- б) с 1839 г.;
- в) с 1840 г.;
- г) с 1841 г.;
- д) с 1842 г.

12. На что направлена товароведная деятельность, как составляющая часть коммерческой?

- а) на товары и сопутствующие им торговые услуги;
- б) на контроль качества;
- в) на подготовку к продаже;
- г) на соблюдение условий хранения;
- д) на контроль потребительских свойств.

13. Сколько основополагающих характеристик имеют товары как объекты товароведной деятельности?

- а) одну;
- б) две;
- в) три;
- г) четыре;
- д) пять.

14. Назовите товароведные характеристики товаров:

- а) потребительские, физические;
- б) ассортиментные, качественные, количественные;
- в) технические, структурные;
- г) внешние, внутренние;
- д) функциональные, стоимостные.

15. Благодаря каким характеристикам продукция приобретает полезность для потребителей и становится товаром?

- а) потребительским, стоимостным;
- б) ассортиментным, качественным и количественным;
- в) техническим, структурным;
- г) внешним, внутренним;
- д) функциональным, экономическим.

МДК 02.03 Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров

1. Потребительскими свойствами называют свойства товара ?

- А) обуславливающие его назначение в процессе потребления и эксплуатации;
- Б) обуславливающие его полезность в процессе потребления и эксплуатации;
- В) обуславливающие его эстетичность в процессе потребления и эксплуатации;
- Г) обуславливающие его привлекательность в процессе потребления и эксплуатации.

2. Используемые в товароведной деятельности практические методы включают вопросы?

- А) оценки качества, хранения, маркирования, товарной обработки, систематизации товаров;
- Б) оценки качества, хранения, маркирования, классификации товаров;
- В) оценки качества, хранения, маркирования, товарной обработки, эстетичности товаров;
- Г) оценки качества, хранения, маркирования, товарной обработки.

3. Активность воды в пищевых продуктах выше в зависимости от?

- А) количества связанной влаги;
- Б) количества свободной воды;
- В) количества капиллярной влаги;
- Г) количества осмотически связанной воды.

4. Влажность пищевых продуктов - это

- А) выраженное в процентах отношение свободной и адсорбционно-связанной воды к их первоначальной массе;
- Б) выраженное в процентах отношение свободной и связанной воды к первоначальной массе продукта;
- В) выраженное в процентах содержание свободной и химически связанной воды к их массе;
- Г) выраженное в процентах отношение влаги набухания, кристаллизационной влаги к первоначальной массе продукта.

5. Сухие вещества пищевых продуктов представлены?

- А) водой, крахмалом, сахарозой, ферментами;
- Б) глюкозой, фруктозой, белками, крахмалом;
- В) всеми веществами, содержащимися в продукте, кроме воды;
- Г) всеми веществами, содержащимися в продукте кроме воды и зольных элементов.

6. Пищевые продукты имеют органолептическую ценность, которая определяется?

- А) количеством энергии, выделяемой из пищевых продуктов;
- Б) сбалансированностью содержания биологически активных веществ;
- В) способностью пищевых продуктов воздействовать на органы чувств;
- Г) содержанием веществ, активно воздействующих на физиологические системы организма.

7. Биологическая ценность пищевого продукта складывается из биологической полноценности и биологической эффективности. Биологическая полноценность - это?

- А) показатель качества пищевого белка, отражающий его аминокислотный состав;
- Б) показатель качества жировых компонентов, отражающих содержание полиненасыщенных жирных кислот;
- В) показатель качества углеводов, отражающий содержание моносахаридов;
- Г) показатель качества минерального состава пищевого продукта, отражающий содержание микроэлементов.

8. Безопасность пищевых продуктов - это уверенность в том, что?

- А) пищевой продукт сохранил первоначальные свойства без признаков порчи;
- Б) пищевой продукт в достаточном количестве содержит биологически активные вещества;
- В) пищевые продукты при обычных условиях их использования не являются вредными и не представляют опасность для здоровья нынешнего и будущего поколений;

Г) пищевые продукты доброкачественные обладают биологической, физиологической и энергетической ценностью.

9. В соответствии с условиями хранения для продовольственных товаров устанавливают срок годности?

А) период, в течение которого продукт при соблюдении условий хранения сохраняет свои свойства;

Б) период, по истечении которого пищевой продукт считается непригодным для использования по назначению;

В) дата, до которой пищевой продукт предлагается потребителю для использования по назначению и до которой он не теряет своих потребительских свойств;

Г) период, в течение которого продукт остается пригодным для употребления, несмотря на снижение потребительских свойств.

10. Срок хранения пищевого продукта - это?

А) период, в течение которого продукт при соблюдении установленных условий хранения не изменяет, потребительские свойства и может оставаться пригодным для употребления в пищу;

Б) период, по истечении которого продукт считается непригодным для использования по назначению;

В) дата, до которой продукт предлагается потребителю для использования по назначению и до которой он не теряет своих потребительских свойств;

Г) период, в течение которого продукт не может быть использован по назначению в связи с потерей потребительских свойств.

11. Дату, до которой пищевой продукт может предлагаться потребителю для использования по назначению и до которой он не теряет своих потребительских характеристик, называют?

А) сроком годности;

Б) сроком хранения;

В) сроком реализации;

Г) сроком реализации и хранения.

12. Гигроскопичность пищевого продукта - это?

А) способность продукта к поглощению или отдаче водяных паров;

Б) способность продукта к поглощению или отдаче ароматических веществ;

В) способность продукта к поглощению влаги;

Г) способность продуктов к отдаче влаги.

13. Свет не оказывает отрицательного действия на качество?

А) муки, макаронных и хлебобулочных изделий, жиров;

Б) консервов, муки, макаронных и хлебобулочных изделий;

В) консервов, муки, макаронных и ликероводочных изделий;

Г) муки, консервов, хлебобулочных изделий, плодов.

14. Резкий перепад температуры при хранении приводит к?

А) испарению влаги;

Б) усушке;

В) увлажнению продуктов и развитию микроорганизмов;

Г) испарению и увлажнению продукта.

15. В зависимости от качества зерно любой культуры делят на?

- А) типы
- Б) подтипы
- В) классы
- Г) сорта

МДК.02.04 Управление ассортиментом товаров

1. Ассортимент товаров - это

- а) набор товаров, формируемый по определенным признакам и удовлетворяющий разнообразные, аналогичные и индивидуальные потребности;
- б) перечень однородных товаров;
- с) перечень товаров, предназначенных для обязательной сертификации.

2. Товарная номенклатура- это

- а) набор товаров, формируемый организацией торговли;
- б) перечень однородных и разнородных товаров общего или аналогичного назначения;
- с) перечень товаров, предназначенных для сертификации.

3. Ассортимент товаров предназначен для.

- а) удовлетворения потребностей потребителей;
- б) регламентирования определенной профессиональной деятельности;
- с) разработки стандартов.

4. Товарная номенклатура предназначена для

- а) регламентирования определенной профессиональной деятельности или иной сферы применения;
- б) удовлетворения потребностей потребителей;
- с) градации качества товаров одного вида и наименования.

5. Ассортимент товаров классифицируют по

- а) местонахождению, по широте охвата товаров;
- б) степени удовлетворения потребителей, по характеру потребностей;
- с) способности перечня товаров удовлетворять спрос на одни и те же товары.

6. По местонахождению товаров различают ассортимент.

- а) простой, сложный;
- б) реальный, прогнозируемый;
- с) промышленный, торговый.

7. По широте охвата товаров различают ассортимент

- а) простой, сложный, групповой;
- б) развернутый, сопутствующий, смешанный;
- с) промышленный, торговый, учетный.

8. По степени удовлетворения потребителей различают ассортимент

- а) реальный, прогнозируемый;
- б) рациональный, оптимальный;
- с) видовой, марочный.

9. По характеру потребностей различают ассортимент

- a) реальный, прогнозируемый, учетный;
- b) простой, сложный, групповой;
- c) промышленный, торговый, смешанный.

10. Промышленный ассортимент - это

- a) набор товаров, выпускаемый изготовителем исходя из его производственных возможностей;
- b) набор товаров, формируемый на предприятии торговли;
- c) набор товаров, предоставленный небольшим количеством групп товаров.

11. Торговый ассортимент - это

- a) набор товаров, предоставленный значительным количеством групп, видов, разновидностей и наименований товаров;
- b) набор товаров, формируемый организацией торговли или общественного питания с учетом ее специализации, потребительского спроса и материально-технической базы;
- c) набор товаров, предоставленный небольшим количеством групп, видов, разновидностей и наименований товаров.

12. Простой ассортимент - это

- a) набор товаров, предоставленный небольшим количеством групп, видов и наименований, которые удовлетворяют ограниченное число потребностей;
- b) набор товаров, удовлетворяющий реальные потребности с максимально полезным эффектом для потребителя при минимальных затратах на их проектирование, разработку производства и доведение до потребителей;
- c) набор товаров, которые выполняют вспомогательные функции и не относятся к основным для данной организации.

13. Сложный ассортимент - это

- a) набор товаров, формируемый организацией торговли с учетом ее специализации, потребительского спроса, материально-технической базы;
- b) набор товаров, предоставленный значительным количеством групп, видов, разновидностей и наименований товаров, которые удовлетворяют разнообразные потребности в товарах;
- c) набор товаров, который выполняет значительное количество подгрупп, видов, разновидностей и наименований.

14. Групповой ассортимент - это

- a) набор однородных товаров, объединенных общностью признаков и удовлетворяющих аналогичные потребности;
- b) набор товаров, наиболее полно удовлетворяющий реально обоснованные потребности, которые обеспечивают максимальное качество жизни;
- c) набор товаров, который выполняет значительное количество подгрупп, видов, разновидностей и наименований.

15. Развернутый ассортимент - это

- a) набор товаров разных групп, видов, наименований, отличающихся большим разнообразием функционального назначения;
- b) набор товаров, который выполняет значительное количество подгрупп,

видов, разновидностей и наименований, в том числе марочных, относящихся к группе однородных, но отличающихся индивидуальными признаками;

с) набор товаров, наиболее полно удовлетворяющий реально обоснованные потребности.

Критерии оценивания компетенций

Оценка «отлично» выставляется студенту за 80-100% правильных ответов;

Оценка «хорошо» выставляется студенту за 60-79% правильных ответов;

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту за 40-59% правильных ответов;

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту за менее 40% правильных ответов.

4.2. Оценочные средства промежуточной аттестации и критерии оценки

Промежуточная аттестация по МДК.02.01 Основы товароведения проводится в форме экзамена в 1 семестре, по МДК.02.02 Товароведение потребительских товаров проводится в форме контрольной работы в 2 и 3 семестрах, в форме дифференцированного зачета в 4 семестре, МДК.02.03 Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров, проводится в форме контрольной работы в 2 и 3 семестрах, в форме дифференцированного зачета в 4 семестре, МДК.02.04 Управление ассортиментом товаров проводится в форме дифференцированного зачета в 1 семестре.

Тематика курсовых работ

1. Характеристика потребительских свойств и оценка качества макаронных изделий.

2. Пищевая ценность, значение в питании и оценка качества мармелада.

3. Краткая характеристика видового ассортимента пряностей, оценка качества

4. Формирование качества, пищевой ценности и потребительских свойств хлеба пшеничного, оценка качества продукта.

5. Анализ ассортимента и оценка качества сахарного печенья.

6. Экспертиза качества чая черного байхового с целью выявления фальсификации.

7. Характеристика потребительских свойств и оценка качества мясного полуфабриката в тесте на примерепельменей

8. Потребительские свойства и оценка качества мороженого.

9. Анализ ассортимента и оценка качества минеральной газированной воды производителей разных форм собственности.

10. Сравнительная характеристика потребительских свойств, оценка качества сложных бытовых электроприборов в условиях торгового предприятия на примере сплит-систем.

11. Краткая характеристика потребительских свойств и видового ассортимента фотоаппаратов, требования к качеству, оценка в условиях торгового предприятия.

12. Материалы применяемые в мебельном производстве формирующие качество и предпочтения покупателей.

13. Сравнительная характеристика потребительских свойств и оценка качества копченых колбас.

14. Характеристика потребительских свойств и оценка качества кожаной обуви.

15. Экспертиза бытовых изделий из пластических масс в условиях торгового предприятия.

16. Формирование потребительских свойств кожаной обуви, методы крепления деталей обуви, оценка качества.

17. Сравнительная характеристика потребительских свойств, анализ ассортимента и оценка качества шоколада с начинками.

18. Сравнительная характеристика потребительских свойств, оценка качества сарделек.

19. Сравнительная характеристика потребительских свойств и оценка качества сахаристых кондитерских изделий на примере конфет.

20. Сравнительная характеристика потребительских свойств и оценка качества сахаристых кондитерских изделий на примере карамели.

21. Пищевая ценность, значение в питании крупы гречневой, оценка качества продукта.

22. Характеристика потребительских свойств, значение в питании, пищевая ценность и оценка качества яиц.

23. Анализ ассортимента и оценка качества бытовых изделий выработанных из пластических масс.

24. Характеристика потребительских свойств и оценка качества пива светлого производителей разных форм собственности.

25. Анализ ассортимента и оценка качества косметических изделий на примере средств по уходу за волосами.

26. Пищевая ценность и значение в питании майонезов, экспертиза качества продукта.

27. Пищевая ценность, значение овощей в питании, оценка качества.

28. Правила продажи и требования к маркировке крепкой алкогольной продукции, оценка качества в условиях торгового предприятия на примере виски.

29. Характеристика потребительских свойств и оценка качества чая зеленого байхового с целью выявления фальсификации.

30. Сравнительная характеристика потребительских свойств и оценка качества декоративной косметики в условиях торгового предприятия на примере туши для ресниц.

31. Характеристика потребительских свойств, пищевая ценность и вкусовые достоинства натурального меда, требования к качеству продукта,

экспертиза.

32. Анализ ассортимента и оценка качества игрушек.

33. Потребительские свойства, значение в питании кисломолочной продукции, оценка качества на примере кефира.

34. Материалы и элементы конструкции мебели, оценка качества корпусной мебели.

35. Потребительские свойства и оценка качества бытовой металлической посуды.

36. Анализ ассортимента и сравнительная характеристика потребительских свойств, оценка качества чая зеленого байхового.

37. Формирование потребительских свойств, пищевой ценности и предпочтений покупателей к продукции в составе которых соя, оценка качества продукта.

38. Оценка качества парфюмерных жидкостей в условиях торгового предприятия на примере одеколонов.

39. Анализ ассортимента, сравнительная товароведная характеристика косметических кремов, оценка качества изделий.

40. Анализ ассортимента и оценка качества твердого сыра.

41. Питьевое молоко: пищевая ценность, значение в питании, оценка качества продукта.

42. Формирование потребительских свойств и оценка качества сока яблочного осветленного.

43. Экспертиза струнных музыкальных инструментов в условиях торгового предприятия.

44. Анализ видового ассортимента, требования к качеству и экспертиза вареных колбас.

45. Показатели формирующие предпочтения покупателей сложной бытовой техники, экспертиза на примере стиральных машин.

46. Оценка качества натурального растворимого кофе с целью выявления фальсификации.

47. Сравнительная характеристика потребительских свойств, оценка качества шоколада темного.

48. Сравнительная характеристика потребительских свойств, оценка качества мясорастительных консервов производителей разных форм собственности.

49. Потребительские предпочтения бытовых часов, идентификация, анализ ассортимента.

50. Экспертиза качества меда, характеристика потребительских свойств.

51. Сравнительная характеристика потребительских свойств мясных консервов, вырабатываемых предприятиями разных форм собственности, оценка качества, анализ ассортимента.

52. Сравнительная характеристика потребительских свойств кисломолочных продуктов, вырабатываемых предприятиями разных форм собственности, оценка качества, анализ ассортимента.

53. Оценка товарного качества и потребительских свойств натурального кофе, анализ ассортимента.

54. Оценка качества и конкурентоспособность чая, реализуемого в торговых предприятиях, анализ ассортимента, характеристика потребительских свойств.

55. Основные виды фальсификации натурального кофе и методы ее обнаружения.

56. Качество и конкурентоспособность натуральных виноградных вин отечественного производства.

57. Ассортимент и оценка качества мучных кондитерских изделий.

58. Потребительские предпочтения сдобных хлебобулочных изделий, вырабатываемых предприятиями разных форм собственности, идентификация, анализ ассортимента.

59. Состояние российского рынка мебельных товаров, конкурентоспособность, потребительские предпочтения.

60. Состояние российского рынка ковровых товаров, конкурентоспособность, потребительские предпочтения.

Критерии оценивания компетенций

Оценка «5» (отлично) При защите курсовой работы обучающийся показывает глубокое знание вопросов темы, свободно оперирует данными исследования, легко отвечает на поставленные вопросы.

Оценка «4» (хорошо) При защите курсовой работы обучающийся показывает глубокое знание вопросов темы, свободно оперирует данными исследования, легко отвечает на поставленные вопросы. изложением материала с соответствующими выводами, но не вполне обоснованными предложениями; При защите курсовой работы обучающийся показывает знание вопросов темы, без особых затруднений отвечает на поставленные вопросы.

Оценка «3» (удовлетворительно) При защите курсовой работы обучающийся проявляет неуверенность, показывает слабое знание вопросов темы, не дает полного, аргументированного ответа на заданные вопросы.

Оценка «2» (неудовлетворительно) При защите курсовой работы обучающийся затрудняется отвечать на поставленные вопросы по теме, не знает теории вопроса, при ответе допускает существенные ошибки.

Вопросы к экзамену по МДК.02.01 Основы товароведения

1. Кодирование товаров. Штрих-код: определение, значимость, перспективы использования.

2. Основные категории товароведения.

3. Классификация: общие принципы и правила классификации.

4. История и современное состояние развития товароведения.

5. Товарный знак: сущность; индивидуализирующая, рекламная и охранная функции.

6. Товароведение, его связь с естественными, общественными и техническими науками.

7. Понятие «индивидуальная потребительная стоимость».

8. Показатели качества: единичные, комплексные, обобщённые.

9. Идентификация товаров: понятие, виды, средства и методы. Применение идентификации в коммерческой деятельности.

10. Показатели ассортимента: широта, полнота, обновляемость и другие.

11. Потребительная стоимость товаров.

12. Виды испытаний продукции.

13. Основные категории товароведения. Раскрытие сущности терминов «товар», «потребительская стоимость товара», «качество товара», «информация о товаре».

14. Индивидуальная потребительная стоимость товара.

15. Ассортимент товаров: понятие, определение, виды.

16. Уровень качества: понятие, определение.

17. Сущность понятия «товар» и «продукция», их схожесть и различия.

18. Факторы, влияющие на формирование качества.

19. Предмет, объект и задачи товароведения.

20. Классификация товаров: определение, понятие, роль классификации в управлении качеством и ассортиментом товара.

21. Общие правила построения классификации.

22. Физико-механические и химические свойства исходных материалов, их влияние на качество готовых изделий.

23. Системы классификации товаров.

24. Эргономические свойства товаров, комплексные и единичные показатели качества.

25. Безопасность товаров, комплексные и единичные показатели качества.

26. Факторы, обеспечивающие качество.

27. Контроль качества товаров на производстве: входной, операционный, приёмочный. Сорт изделия. Уровень дефектности.

28. Виды и средства информации о товаре: рекламно-справочная информация.

29. Оценка уровня качества товаров.

30. Транспортирование, хранение товаров и их влияние на качество.

Критерии оценивания компетенций

Оценка «5» (отлично) выставляется студенту, глубоко и прочно усвоившему программный, в том числе лекционный материал, последовательно, четко и самостоятельно (без наводящих вопросов) отвечающему на вопрос билета.

Оценка «4» (хорошо) выставляется студенту, твердо знающему программный, в том числе лекционный материал, грамотно и по существу, отвечающему на вопрос билета и не допускающему при этом существенных неточностей (неточностей, которые не могут быть исправлены наводящими вопросами или не имеют важного практического значения). То же относится к освещению практически важных вопросов.

Оценка «3» (удовлетворительно) выставляется студенту, который обнаруживает знание основного материала, но не знает его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, излагает материал с нарушением последовательности, отвечает на практически важные вопросы с помощью или поправками экзаменатора.

Оценка «2» (неудовлетворительно) выставляется студенту, который не знает значительной части программного, в том числе лекционного материала.

5. Фонд оценочных средств для экзамена по модулю

1. Паспорт

Назначение: ФОС предназначен для контроля и оценки результатов освоения профессионального модуля ПМ.02 «Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров» по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Профессиональные компетенции	Показатель оценки результатов
ПК 2.1 Осуществлять кодирование товаров, в том числе с применением цифровых технологий.	- классифицирует товары при решении профессиональных задач; □ - осуществляет кодирование товаров с применением цифровых технологий.
ПК 2.2 Идентифицировать ассортиментную принадлежность потребительских товаров.	- идентифицирует ассортиментную принадлежность товаров □ устанавливает градацию качества товара.
ПК 2.3 Создавать условия для сохранности количественных и качественных характеристик товара в соответствии с требованиями действующих санитарных правил на разных этапах товародвижения.	- определяет и обеспечивает оптимальные условия хранения товаров с учетом принципов и требований к организации хранения товаров однородных и разнородных групп □ выявляет дефекты товаров и диагностирует причины их возникновения; □ - рассчитывает товарные потери в соответствие с принятой методологией □ разрабатывает мероприятий по предупреждению и сокращению потерь товаров.
ПК 2.4 Выполнять операции по оценке качества и организации экспертизы потребительских товаров.	- выявляет современные тенденции в области обеспечения качества и безопасности товаров с использованием аналитики больших данных; - осуществляет поиск необходимых нормативно-технических документов для оценки качества и организации экспертизы товаров с использованием современных баз данных □ проверяет статус подобранных нормативно-технических документов для оценки качества и организации экспертизы товаров; □ - выполняет оценку качественных и количественных характеристик товаров на

	соответствие требованиям нормативнотехнической документации в соответствии с установленным порядком; - применяет технические регламенты и национальные стандарты для оценки маркировки потребительских товаров; □ - выполняет операции по подготовке и проведению экспертизы 146 потребительских товаров □ оформляет документы по результатам проведенной экспертизы; □ - систематизирует и регистрирует данные о фактическом уровне качества товаров, о соответствии поступающих в организацию товаров техническим регламентам, стандартам (техническим условиям), условиям поставок и договоров.
ПК 2.5 Осуществлять управление ассортиментом товаров, в том числе с использованием искусственного интеллекта и сквозных цифровых технологий.	- формирует торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах; □ - анализирует ассортимент товаров с применением существующих методик; □ - анализирует ассортиментную политику торгового предприятия, в том числе с применением современных цифровых технологий; □ - выявляет приоритетные направления совершенствования ассортимента, в том числе с применением современных цифровых технологий.

Общие компетенции	Показатель оценки результатов
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	- выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.	- использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.	- эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.	- • грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявляя толерантность в рабочем коллективе.
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства,	- • выполняет работы с соблюдением принципов бережливого производства и ресурсосбережения.

эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.	
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	- пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

2. Вопросы к экзамену по ПМ.02 Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров

1. Раскройте понятие и сущность экспертизы потребительских товаров.
2. Актуальность экспертизы потребительских товаров в рыночных отношениях.
3. Предмет экспертизы товаров.
4. Принципы экспертизы потребительских товаров.
5. Органы, компетентные в проведении экспертизы товаров.
6. Охарактеризуйте идентификационную экспертизу и ее суть.
7. Анализ ассортимента и качества швейных товаров, реализуемых в торговом предприятии.
8. Значение экспертизы в условиях глобальной рыночной экономики.
9. Охарактеризуйте документальную экспертизу.
10. Роль экспертизы в решении ключевых задач управлением качеством товаров.
11. Характеристика экспертизы подлинности товаров.
12. Характеристика качественной и количественной экспертизы.
13. Документальная экспертиза и ее практическое применение в торговле.
14. Отличие товарной экспертизы от товароведно-судебной экспертизы.
15. Связь экологической и товарной экспертиз.
16. Нормативно правовая база товароведной экспертизы.
17. Правовая база товароведной экспертизы.
18. Виды нормативных документов, используемых в товароведной экспертизе.
19. Товароведная оценка качества мягких игрушек, реализуемых в торговом предприятии.
20. Законодательная база товароведной экспертизы.
21. Товароведная экспертиза качества мясных товаров, реализуемых в торговом предприятии.
22. Анализ ассортимента и качества молочных товаров, реализуемых в торговом предприятии.
23. Товароведная оценка качества зерномучных товаров, реализуемых в торговом предприятии.
24. Товароведная экспертиза качества вкусовых товаров, реализуемых в торговом предприятии.
25. Анализ ассортимента и качества кондитерских товаров.
26. Товароведная экспертиза качества пушно-меховых товаров, реализуемых в торговом предприятии.

27. Анализ ассортимента и качества швейных товаров, реализуемых в торговом предприятии.

28. Анализ ассортимента и качества древесно-мебельных товаров, реализуемых в торговом предприятии.

29. Товароведная экспертиза качества товаров бытовой химии, реализуемых в торговом предприятии.

30. Анализ ассортимента и качества изделий из стекла и хрусталя, реализуемых в торговом предприятии.

31. Товароведная экспертиза качества металлохозяйственных товаров, реализуемых в торговом предприятии.

32. Раскройте понятие и сущность экспертизы потребительских товаров.

Критерии оценки

Оценка «ОТЛИЧНО» выставляется студенту, глубоко и прочно усвоившему программный, в том числе лекционный материал, последовательно, четко и самостоятельно (без наводящих вопросов) отвечающему на вопрос билета.

Оценка «ХОРОШО» выставляется студенту, твердо знающему программный, в том числе лекционный материал, грамотно и по существу отвечающему на вопрос билета и не допускающему при этом существенных неточностей (неточностей, которые не могут быть исправлены наводящими вопросами или не имеют важного практического значения). То же относится к освещению практически важных вопросов

Оценка «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» выставляется студенту, который обнаруживает знание основного материала, но не знает его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, излагает материал с нарушением последовательности, отвечает на практически важные вопросы с помощью или поправками экзаменатора.

Оценка «НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО» выставляется студенту, который не знает значительной части программного, в том числе лекционного материала.

Ключ - ответы

№	Компетенция	Содержание вопроса	Правильный ответ
Контрольный срез МДК.02.01 Вариант 1			
	ПК 2.3	Классификационные группировки товаров и их признаки.	Важнейшими классификационными признаками товаров являются назначение, исходные материалы (сырьевой состав), область применения, способ производства (особенности технологии), особенности происхождения, транспортабельность и др. Эти признаки служат основанием для объединения (или выделения) товаров в отдельные категории (группы). Признак назначения определяет цель использования товара.
	ПК 2.3	Ассортимент товаров - общие понятия.	Ассортимент - это соотношение различных видов продукции, услуг, товаров в торговом и производственном предприятиях; перечень разновидностей продукции и товаров, различаемых по отдельным признакам (показателям). Ассортимент товаров представляет собой систему отдельных элементов, объединённых в группировки по одному частному признаку. Этот термин произошёл от французского слова "assortiment", что означает подбор различных видов и сортов товаров.
	ПК 2.1	Кодирование товаров.	Кодирование товаров - это образование и присвоение кода классификационной группировке и/или объекту классификации. Код - это знак или совокупность знаков, применяемых для обозначения классификационной группировки и/или объекта классификации. Целью кодирования является систематизация объектов путем их идентификации, ранжирования и присвоения условного обозначения (кода), по которому можно найти и распознать любой объект среди множества других.
Контрольный срез МДК.02.01 Вариант 2			
	ПК 2.5	Товароведная классификация товаров.	Товароведная классификация товаров - это распределение множества товаров на системные категории: роды, классы, группы, виды и т. п. по определенным признакам от высших ступеней к низшим. Высшие ступени характеризуются терминами «раздел», «класс», средние - «группа», «вид», низшие - «позиция».
	ПК 2.4	Качество товаров.	Качество товаров (работ, услуг)- это совокупность определенных потребительских свойств товара (работы, услуги), соответствующая разумным и

			достаточным потребностям покупателя (заказчика), и исключая причинение вреда покупателю (заказчику) и окружающей среде при их надлежащей эксплуатации, хранении, перевозке и потреблении.
	ПК 2.3	Факторы формирования ассортимента.	Специфичными факторами формирования промышленного ассортимента являются сырьевая и материально-техническая база производства, достижения научно-технического прогресса, а торгового ассортимента - производственные возможности изготовителей, специализация (класс и тип) торговой организации, каналы распределения, методы стимулирования сбыта и формирования спроса, материально-техническая база торговой организации.
Контрольный срез МДК.02.02 Вариант 1			
	ПК 2.4	Методы оценки качества непродовольственных товаров.	Для оценки уровня качества непродовольственных товаров применяются два метода: дифференциальный и комплексный. Дифференциальный метод – сопоставление единичных показателей базового образца и оцениваемой продукции. Комплексный метод – сопоставление обобщенных показателей качества оцениваемого и базового образца с учетом коэффициентов весомости отдельных показателей.
	ПК 2.4	Вкусовые товары. Классификация. Особенности химического состава.	В торговой практике вкусовые товары делят на следующие группы: пряности, приправы, чай, кофе, безалкогольные, слабоалкогольные, алкогольные напитки, табачные изделия, ароматические и вкусовые вещества. Пряности и приправы. Пряности являются продуктами растительного происхождения, которые обладают сильным приятным ароматом. Пряностям принадлежит большая роль в выведении из организма шлаков и повышении защитных функций организма. Химический состав большинства пищевых продуктов сложен и разнообразен. В состав пищевых продуктов входят: вода, минеральные вещества, углеводы, жиры, белки, витамины, ферменты, органические кислоты, дубильные вещества, гликозиды, ароматические, красящие соединения, фитонциды, алкалоиды.
	ПК 2.4	Показатели качества ювелирных изделий. Дефекты.	Качество ювелирных товаров на предприятиях изготовителях проверяется поштучно, а на торговых предприятиях, как правило, выборочным

			методом, отбирается по 10% изделий от партии, но не менее 10 штук. У отобранных изделий определяют внешний вид, правильность оформления этикеток, фактического размера колец и браслетов данным маркировки, а также наличие и качество камней, а также подлинность камней.
Контрольный срез МДК.02.02 Вариант 1			
	ПК 2.4	Мука. Классификация. Факторы, формирующие качество муки.	Показатели качества включают в себя органолептические (вкус, запах и цвет муки), а также физико-химические (массовая доля влаги, зольность, кислотность, массовая доля белка и жира). Для оценки хлебопекарных свойств муки определяется крупность помола, массовая доля клейковины и ее качество и другие показатели.
	ПК 2.4	Пряности, приправы. Показатели качества. Дефекты	Требования к качеству пряностей определяются стандартами на каждый вид пряностей. Основными показателями являются форма, величина, окраска, аромат и вкус. Учитываются также специфические признаки, например наличие или отсутствие кристаллов ванилина на поверхности ванили, тяжесть черного перца и способность его тонуть в воде, появление эфирного масла при сдавливании (например, гвоздики) и т. д. Нормируются содержание влаги (10-14 %), эфирного масла (0,5-14 %) и зольность (4-10%).
	ПК 2.3	Пищевые жиры. Классификация. Особенности хранения.	Жиры – сложные эфиры трехатомного спирта глицерина и жирных кислот необходимая составная часть сбалансированного рациона питания человека. РАСТИТЕЛЬНЫЕ По виду сырья: подсолнечное, оливковое, кукурузное, кокосовое, соевое и т.д. По типу извлечения: экстракцией, прессованием. По степени очистки: нерафинированное, рафинированное (очищенное от сопутствующих жиров), гидратированное, недезодорированное, дезодорированное (без запаха) – из этого складывается ассортимент По качеству: сорта (для употребления в пищу - высший и 1 сорт) ЖИВОТНЫЕ По виду: говяжий, бараний, свиной, конский, костный, жир птицы. По способу извлечения: мокрое (контакт с водой/паром); сухое вытапливание (с греющей поверхностью). По качеству: сорта. ХРАНЕНИЕ

			*Растительные: в темных помещениях при t не выше 18 °С и ОВВ не более 85 %. Подсолнечное и кукурузное масло хранят не более 4 мес, горчичное - 8 мес. Дефекты: затхлый, плесневелый запах, прогорклый, салистый, олифистый вкус; мутность от низкой t или при высокой влажности. *Животные: в темных, сухих, чистых помещениях при t 0 - 6 °С и ОВВ не более 80 % 1 мес. при t -5... -8 °С и ОВВ 85 - 90% до 6 мес; при t -12 °С и ОВВ 85 - 90 % до 12 мес. Введение антиокислителей удлиняет сроки хранения до двух лет.
Контрольный срез МДК.02.03 Вариант 1			
	ПК 2.4	Принципы товарной экспертизы. Общность и отличия товарной экспертизы от других видов оценочной деятельности.	Принципы экспертизы: объективность, независимость, компетентность, системный подход, эффективность. Для проведения товарной экспертизы экспертная группа может быть создана с целью выполнения отдельных операций оценки качества товаров или выполнения всех оценочных операций, завершающихся получением комплексной оценки качества товаров. Общность и отличия товарной экспертизы от других видов оценочной деятельности. Товарная экспертиза, базирующаяся на указанных выше принципах, является одним из видов оценочной деятельности. К другим ее видам относятся товароведная и потребительская оценки, контроль качества и количества, подтверждение соответствия. ТЭ и СС базируются на общих принципах. Субъектами ТЭ и СС являются эксперты. Различие между ними заключается в окончательных результатах деятельности. Эксперты СС выдают только акт экспертизы или заключение, но не имеют права выдавать сертификаты, даже если они аттестованы в Системе сертификации ГОСТ р. Эксперты по товарной экспертизе составляют акт или заполняют протоколы испытаний и/или акты, которые являются конечными документами.
	ПК 2.4	Классификация товарной экспертизы.	Классификация товароведной экспертизы по процессуальной форме (судебная, досудебная, несудебная) и организационной (первичная, повторная, дополнительная) форме; по объему исследования (единичная, комиссионная); по характеру знаний (однородная, комплексная); по сфере применения (потребительская, для

			внешнеторговых операций, для таможенных целей, страхования, оценочная, залоговая).
	ПК 2.4	Объекты товарной экспертизы. Потребительские товары, их градации.	Основными объектами товарной экспертизы являются потребительские товары. Также могут быть и дополнительные объекты: - сырье, материалы, полуфабрикаты; - документы; - технологические процессы по производству, хранению, транспортированию, подготовке к реализации; - услуги по упаковыванию, маркированию, послепродажному обслуживанию; - определение стоимости товаров; - правила эксплуатации или использования потребителем. С точки зрения маркетинга потребительские товары можно разделить на четыре категории: простые товары, товары для покупок, специальные товары и товары, не требующие потребления. Эти категории основаны на покупательских привычках. Торговцы разделяют потребительские товары на четыре категории в зависимости от покупательских привычек. Это товары повседневного спроса, товары для покупок, специальные товары и товары, не требующие потребления.
	ПК 2.4	Критерии выбора потребительских свойств и показателей качества при проведении экспертизы.	В зависимости от характеризующих свойств показатели качества подразделяются на: - показатели надежности; - эргономические показатели; - эстетические показатели; - показатели технологичности; - показатели транспортабельности; - показатели стандартизации и унификации; - патентно-правовые показатели; - экологические показатели; - показатели безопасности; - экономические показатели; - показатели однородности.
Контрольный срез МДК.02.03 Вариант 2			
	ПК 2.4	Специфика объектов товарной экспертизы. Субъекты товарной экспертизы.	В связи с этим различают следующие виды товароведной экспертизы: количественная, качественная экспертиза товаров по договорам, ассортиментная, документальная и комплексная. В отличие от приемки товаров по качеству проводится независимыми экспертами, что обеспечивает ее большую достоверность; результаты экспертизы должны приниматься как окончательные и поставщиком, и покупателем. Субъекты экспертизы товаров: физические и юридические лица. Эксперты, главные эксперты, консультанты, ведущие специалисты, экспертные организации, органы по сертификации,

			испытательные лаборатории и центры, дегустационные советы, экспертные комиссии.
	ПК 2.4	Требования, предъявляемые к экспертам. Права и обязанности экспертов.	Эксперт должен обладать: компетентностью в необходимой сфере знаниями в смежных областях, напрямую не относящимся к исследуемому вопросу опытом практической работы, академическими и научными достижениями Обязанности и права эксперта. Эксперт обязан принять к производству порученную ему судом экспертизу и провести полное исследование представленных материалов и документов; дать обоснованное и объективное заключение по поставленным перед ним вопросам и направить его в суд, назначивший экспертизу; явиться по вызову суда для личного участия в судебном заседании и ответить на вопросы, связанные с проведенным исследованием и данным им заключением.
	ПК 2.4	Классификация средств товарной экспертизы.	В связи с этим различают следующие виды товароведной экспертизы: количественная, качественная экспертиза товаров по договорам, ассортиментная, документальная и комплексная. в отличие от приемки товаров по качеству проводится независимыми экспертами, что обеспечивает ее большую достоверность; результаты экспертизы должны приниматься как окончательные и поставщиком, и покупателем.
	ПК 2.5	Средства товарной информации. Материально-технические средства.	Средства товарной информации предназначены для доведения сведений о товаре, его характеристиках до пользователей. К ним относятся нормативные документы, маркировка и специальная литература. Материально-технические средства предназначены для создания условий наиболее эффективной организации труда эксперта и подразделяются на материально-техническую базу, средства измерений и обнаружения, оргтехнику.
Контрольный срез МДК.02.04 Вариант 1			
	ПК 2.3	Свойства и показатели ассортимента.	Основными и значимыми показателями ассортимента товаров являются: глубина ассортимента, широта ассортимента, рентабельность ассортимента, коэффициент устойчивости ассортимента и коэффициент полноты ассортимента. Следует отметить, что положительная оценка состояния ассортимента предприятия или магазина по всем вышеописанным показателям обеспечивает во многом с

			экономической стороны целесообразную коммерческую деятельность предприятия на розничном рынке. Свойства ассортимента - это качества, актуализирующиеся при формировании и реализации товара, к которым относится: Полнота - количество представленных наименований продукции. Этот показатель может быть фактическим и базовым.
	ПК 2.3	Формирование и управление ассортиментом.	Управление ассортиментом – комплекс действий, направленных на то, чтобы сделать предложение рациональным и релевантным интересам аудитории. В процессе управления компании определяют виды и разновидности товарных групп, которые наиболее предпочтительны в их нише. Главные цели: удовлетворить спрос покупателей; получить максимальную прибыль от реализации товаров/услуг. Формирование ассортимента есть деятельность по составлению набора товаров, позволяющего удовлетворить реальные или прогнозируемые потребности, а также достигнуть целей, определенных руководством организации. Цель организации в области ассортимента - формирование реального и прогнозируемого ассортимента, максимально приближающегося к рациональному, для удовлетворения разнообразных потребностей и получения.
	ПК 2.5	Стратегия и тактика управления ассортиментом.	Управление ассортиментом - деятельность, направленная на достижение требований ассортимента. Основными этапами управления являются установление требований к рациональности ассортимента, определение ассортиментной политики организации и формирование ассортимента. Уровень требований к рациональности ассортимента индивидуален для каждой организации и определяется ее ассортиментной политикой.
	ПК 2.5	Введение в категорийный менеджмент.	Основными принципами категорийного менеджмента являются сегментация, постановка целей, прозрачная аналитика, системность принятия решений и использование маркетинговых приемов на регулярной основе.
Контрольный срез МДК.02.04 Вариант 2			
	ПК 2.2	Формирование товарных запасов	Товарные запасы формируются в соответствии с ассортиментным перечнем и структурой продаж

		розничной торговой организации.	товаров. Процесс формирования товарных запасов включает следующие этапы: определение целевого предназначения товарных запасов, анализ и оценка их уровня и оборачиваемости, обеспечение комплексности и адаптивности товарных запасов, установление необходимых денежных средств для создания товарных запасов и эффективности их использования.
	ПК 2.2	Сущность ценовой политики и задачи ценообразования.	Сущность ценовой политики предприятия заключается в создании и поддержании оптимального уровня и структуры цены, в изменении их в зависимости от ситуации на рынке с целью достижения максимально возможного положительного результата в той или иной рыночной ситуации. Основными задачами курса «Ценообразование» являются: а) установление хозяйствующим субъектом на свою продукцию цены, позволяющей обеспечить прибыль, достаточную для его нормального функционирования; б) решение предприятием вопросов по взаимозаменяемости товаров при формировании цен; в) реализация экономической, хозяйственной, товарной, инновационной, внешней, социальной, экологической и другой политики предприятия в рамках его ценовой политики.
	ПК 2.2	Ценовая стратегия	Ценовая стратегия – это выбор возможных изменений цены товара в условиях рынка, который позволяет достичь целей деятельности компании. Ценовая стратегия является спланированной на долгосрочный период моделью поведения компании, основной целью которой считается эффективный сбыт товаров/услуг. Итак, выделяют следующие виды конкурентной стратегии ценообразования: -стратегия проникновения на рынок (прорыва или пониженных цен) -стратегия сигнализирования ценами (стратегия премиального ценообразования, “снятия сливок” или повышенных цен) -нейтральная стратегия (стратегия средних цен) -стратегия «по кривой освоения» (ступенчатых премий)
	ПК 2.2	Определение мерчандайзинга	Мерчандайзинг - это деятельность, которая помогает рационально использовать каждый

			квадратный метр магазина, эффективно демонстрировать покупателям товары и побуждать их к совершению эмоциональных покупок в офлайн-магазине. Все это подчинено одной цели - повысить продажи.
Комплект заданий для контрольной работы МДК.02.02 вариант 1			
	ПК 2.1	Объект и предмет товароведения. Потребительная и меновая стоимость. Товароведческие характеристики товаров.	Предметом товароведения является потребительная стоимость. Объекты товароведения - это товары и услуги, которые создают производители для потребления их покупателями. Субъекты товароведения: товароведы и потребители товаров. Целью товароведения является изучение характеристик и свойств товара, формирующих его потребительную стоимость. Потребительная стоимость - совокупность свойств товара, связанных непосредственно как с самим товаром, так и сопутствующими услугами, определяющих его способность удовлетворять производственные, общественные, личные и иные потребности людей. Меновая стоимость (exchange value) - это количественное соотношение, выражающее стоимость одного товара через стоимость другого. Например, на рынке можно приравнять друг к другу (цифры условные) 10 м хлопчатобумажной ткани, 1 стол, 40 кг мяса и пр. Категория «меновая стоимость» - одна из наиболее сложных в экономической науке. Товар как объект коммерческой деятельности имеет четыре основополагающие характеристики: -ассортиментную; -качественную; -количественную; -стоимостную. Первые три характеристики удовлетворяют реальные потребности человека (физиологические, социальные, психологические и др.). Благодаря этим характеристикам продукция приобретает полезность для определенных групп потребителей и становится товаром.
	ПК 2.4	Товарная экспертиза: понятие, цель, принципы, объекты, субъекты, методы и виды.	"Экспертиза (от фр. expertise, от лат. expertus - опытный) - исследование специалистом-экспертом каких-либо вопросов, решение которых требует специальных познаний в областях науки, техники, экономики, торговли и других". В зависимости от области профессиональной деятельности различают следующие важнейшие группы экспертизы: товарная, технологическая,

			судебная, юридическая, врачебно-трудовая, медицинская, бухгалтерская (аудиторская), экологическая и др. Предметом товарной экспертизы является экспертиза потребительских товаров, ее важнейшие структурные элементы. Товарная экспертиза - оценка экспертом основополагающих характеристик товаров, а также их изменений в процессе товародвижения для принятия решений, выдачи независимых и компетентных заключений, которые служат конечным результатом. При проведении экспертизы оценке могут подвергаться все основополагающие характеристики товара: ассортиментная, качественная, количественная, стоимостная или только их часть.
	ПК 2.3	Покажите на примере любого вида товаров, какие факторы способствуют формированию и сохранению его качества. Покажите, как исходное сырье, технологические процессы, упаковка, транспортирование и хранение влияют на его качество.	Факторами, формирующими и сохраняющими качество йогурта, являются: · Качество исходного сырья; · Технология производства; · Маркировка, упаковка; · Условия транспортирования, хранения и реализации. Характеристика исходного сырья. Требования к сырью, используемому в производстве, определяются п. 5.3 ГОСТ Р 51331-99 «Йогурты. Общие технические условия».
Комплект заданий для контрольной работы МДК.02.02 вариант 2			
	ПК 2.1	Идентификация товаров: цель, виды, объекты, субъекты.	Идентификация товаров – это установление тождественности характеристик продукции ее существенным признакам. Цели идентификации: - защита прав потребителей от недобросовестности изготовителя; - достижение желаемых результатов при планировании качества на различных стадиях путем идентификации качественных характеристик; - обеспечение безопасности продукции для окр. среды, жизни, здоровья потребителя; - установление соответствия продукции предъявляемым требованиям; - выявление фальсификации и установление подлинности наименования конкретного товара. Задачи: - определение основных понятий, терминов, порядка проведения идентификации;

			- определение критериев и показателей для целей идентификации и введение их в стандарты; - разработка новых методов идент., в том числе экспресс-методов. Виды идентификации. В зависимости от назначения различают следующие виды идентификации: ассортиментная (видовая), качественная (квалиметрическая) и партионная.
	ПК 2.1	Надежность: номенклатура комплексных и единичных показателей надежности, их применяемость и характеристики.	Показатель надежности – количественная характеристика одного или нескольких свойств, составляющих надёжность объекта. Под номенклатурой показателей надежности понимают состав показателей, необходимый и достаточный для характеристики объекта или решения поставленной задачи. Полный состав номенклатуры показателей надежности, из которой выбирают показатели для конкретного объекта и решаемой задачи, установлен ГОСТ 27.002–89. Показатели надежности принято классифицировать по следующим признакам: ☐ по свойствам надежности различают: - показатели безотказности; - показатели долговечности; - показатели ремонтпригодности; - показатели сохраняемости; ☐ по числу свойств надежности, характеризующих показателем, различают: - единичные показатели (характеризуют одно из свойств надежности); - комплексные показатели (характеризуют одновременно несколько свойств надежности, например, безотказность и ремонтпригодность); ☐ по числу характеризующих объектов различают: - групповые показатели; - индивидуальные показатели; - смешанные показатели.
	ПК 2.3	Покажите на примере любого вида товаров, какие факторы способствуют формированию и сохранению его качества. Покажите, как исходное сырье, технологические процессы, упаковка, транспортирование и хранение влияют на его качество.	Пример: «Хлеб» Основными факторами, формирующими качество хлебобулочных изделий, являются сырье и технология. К основному сырью хлебопекарного производства относятся мука, дрожжи, соль и вода. Срок годности хлебобулочных изделий устанавливает и согласовывает в установленном порядке предприятие-изготовитель для изделия конкретного наименования в зависимости от его рецептурного состава, вида упаковочного материала и способа упаковывания. Установленный срок годности приводят в документе, в соответствии с которым изготовлено изделие конкретного наименования.

Комплект заданий для контрольной работы МДК.02.02 вариант 3

	ПК 2.1	Понятие о пищевой ценности. Специфические показатели безопасности потребления продуктов	Пищевая ценность — это комплекс свойств продукта, обеспечивающих потребности организма в энергии и жизненно важных веществах. Она определяется содержанием белков, жиров, углеводов, витаминов, минеральных веществ и воды. Показатели безопасности — это характеристики, подтверждающие отсутствие в продуктах вредных веществ и микроорганизмов, способных вызвать заболевания. К ним относятся: содержание токсичных элементов (свинец, кадмий, ртуть, мышьяк); уровень пестицидов, антибиотиков, гормонов; микробиологические показатели (бактерии группы кишечной палочки, сальмонеллы и др.); радиологические показатели; отсутствие посторонних примесей и загрязнений. Эти показатели строго нормируются и контролируются для защиты здоровья потребителей.
	ПК 2.1	Гигиенические требования к качеству и безопасности продовольственного сырья и пищевых продуктов	Гигиенические требования — это обязательные нормы, обеспечивающие безопасность и качество продовольственного сырья и пищевых продуктов для здоровья человека. К основным требованиям относятся: отсутствие вредных и токсичных веществ, микроорганизмов, паразитов и их токсинов, превышающих допустимые уровни; соответствие состава и свойств продукта заявленным характеристикам (маркировка, упаковка); допустимые уровни химических, биологических и радиологических загрязнителей; безопасность используемых пищевых добавок, ароматизаторов и технологических вспомогательных средств; соблюдение санитарных норм на всех этапах производства, хранения, транспортировки и реализации; наличие документов, подтверждающих качество и безопасность (сертификаты, декларации соответствия). Эти требования закреплены в нормативных документах РФ (технические регламенты, СанПиН) и контролируются государственными органами.
	ПК 2.3	Специфические показатели безопасности потребления продуктов	Специфические показатели безопасности — это характеристики, отражающие отсутствие в продуктах определённых вредных веществ и микроорганизмов, которые могут представлять угрозу для здоровья человека. К ним относятся: содержание токсичных элементов (свинец, кадмий, ртуть, мышьяк и др.); уровень остаточных количеств пестицидов, антибиотиков, гормонов и ветеринарных препаратов; микробиологические показатели (наличие патогенных и условно-патогенных микроорганизмов: сальмонеллы, листерии, бактерии группы кишечной палочки и др.); радиологические показатели (содержание радионуклидов); отсутствие посторонних примесей, загрязнений, микотоксинов.

			Эти показатели строго нормируются и контролируются в соответствии с санитарными правилами и техническими регламентами.
	ПК 2.3	Санитарно-эпидемиологические требования и контроль за пищевой продукцией.	Санитарно-эпидемиологические требования — это обязательные нормы, направленные на обеспечение безопасности пищевой продукции для здоровья человека. Они регламентируют: безопасность сырья и готовой продукции по микробиологическим, химическим и радиологическим показателям; допустимые уровни содержания токсичных элементов, пестицидов, антибиотиков, гормонов, пищевых добавок; санитарные условия на всех этапах производства, хранения, транспортировки и реализации; требования к маркировке, упаковке и сопроводительной документации; порядок производственного контроля и личной гигиены персонала. Контроль за пищевой продукцией включает государственный санитарно-эпидемиологический надзор (проверки, лабораторные исследования); производственный контроль на предприятиях; сертификацию и декларирование соответствия продукции; мониторинг качества и безопасности на рынке. Эти меры реализуются в соответствии с федеральными законами, техническими регламентами, СанПиН и контролируются Роспотребнадзором.
Комплект заданий для контрольной работы МДК.02.02 вариант 4			
	ПК 2.1	Классификация продовольственных товаров на группы однородной продукции.	Классификация — это распределение продовольственных товаров по группам на основе общих признаков, что облегчает их учёт, хранение, реализацию и контроль качества. Основные группы однородной продукции Зерномучные товары: хлеб, хлебобулочные изделия, крупы, мука, макароны. Фруктоовощные товары: свежие овощи, фрукты, ягоды, грибы, продукты их переработки. Вкусовые товары: чай, кофе, пряности, приправы, алкогольные и безалкогольные напитки. Крахмал, сахар, мёд, кондитерские изделия: сахар, кондитерские изделия, мёд, крахмалопродукты. Молочные товары: молоко, кисломолочные продукты, сыры, масло, молочные консервы. Пищевые жиры: растительные масла, животные жиры, маргарин. Мясные товары: мясо, субпродукты, колбасные изделия, мясные консервы. Яичные товары: яйца куриные и продукты их переработки. Рыбные товары: рыба свежая и мороженная, рыбные консервы, икра. Такая классификация позволяет систематизировать ассортимент и стандартизировать требования к качеству и безопасности для каждой группы.

	ПК 2.1	Особенности оценки качества продовольственных товаров с учетом классификационных признаков.	Оценка качества продовольственных товаров проводится с учётом их принадлежности к определённой классификационной группе, поскольку для каждой группы характерны свои специфические показатели и нормативы. Основные особенности Для каждой группы (зерномучные, молочные, мясные, рыбные, плодоовощные, вкусовые и др.) устанавливаются индивидуальные требования к органолептическим, физико-химическим и микробиологическим показателям. Органолептическая оценка (внешний вид, цвет, запах, вкус, консистенция) проводится с учётом типичных признаков для конкретной группы товаров. Например, для молочных продуктов важна консистенция и отсутствие посторонних привкусов, для мяса — цвет и упругость. Физико-химические показатели (влажность, жирность, кислотность, содержание сахара, соли и др.) нормируются отдельно для каждой группы и вида продукции. Микробиологические требования зависят от вида сырья и технологии производства: для скоропортящихся продуктов (молочные, мясные) они строже, чем для бакалеи или сахара. При оценке учитываются специфические дефекты и пороки, характерные для определённой группы товаров (например, прогоркание жиров, плесневение хлеба, брожение овощей). Таким образом, классификационные признаки определяют набор критериев и методов, применяемых при оценке качества, что обеспечивает объективность и сопоставимость результатов.
	ПК 2.3	Потери продовольственных товаров.	Потери продовольственных товаров — это уменьшение массы, объёма или качества продуктов, возникающее на всех этапах их жизненного цикла: при производстве, транспортировке, хранении и реализации. Основные виды потерь Естественная убыль — уменьшение массы из-за естественных процессов (усушка, распыл, выветривание, разлив). Биологические потери — порча продукции из-за деятельности микроорганизмов, насекомых, грызунов. Техногенные потери — возникают вследствие нарушения технологий, поломок оборудования, неправильного хранения или транспортировки. Качественные потери — снижение пищевой ценности, ухудшение внешнего вида и потребительских свойств товара. Причины возникновения Несоблюдение температурно-влажностного режима. Нарушение сроков и условий хранения. Недостаточная или некачественная упаковка. Механические повреждения при погрузке и перевозке. Методы снижения Совершенствование технологий производства и упаковки. Оптимизация условий транспортировки и хранения. Внедрение систем производственного контроля. Использование современных складских решений.

			Минимизация потерь — важная задача для обеспечения продовольственной безопасности и экономической эффективности.
	ПК 2.3	Требования к маркировке, упаковке, хранению и транспортированию продовольственных товаров.	Маркировка Обязательные сведения: наименование товара, состав, количество, дата изготовления и срок годности, условия хранения, наименование и адрес изготовителя, показатели пищевой ценности, сведения о ГМО, единый знак обращения на рынке. Читаемость: информация должна быть чёткой, разборчивой и нанесена на русском языке. Упаковка Защита: должна обеспечивать сохранность качества и безопасности товара, защищать от загрязнений, механических повреждений, воздействия света и влаги. Материалы: используются только разрешённые для контакта с пищевыми продуктами. Экологичность: упаковка не должна выделять вредных веществ и должна быть безопасной для окружающей среды. Хранение Условия: соблюдение температурно-влажностного режима, вентиляции, освещённости в зависимости от вида товара. Сроки: контроль сроков годности, предотвращение совместного хранения несовместимых товаров. Санитария: регулярная уборка и дезинфекция складских помещений. Транспортирование Специализированный транспорт: использование транспорта, обеспечивающего необходимые условия (например, рефрижераторы для скоропортящихся продуктов). Защита от внешних факторов: предотвращение воздействия атмосферных осадков, загрязнений, запахов. Соблюдение товарного соседства: предотвращение контакта несовместимых продуктов. Документация: наличие сопроводительных документов, подтверждающих качество и безопасность продукции. Эти требования регламентируются техническими регламентами Таможенного союза (<i>ТР ТС 021/2011, 022/2011 и др.</i>) и санитарными нормами.
Комплект заданий для контрольной работы МДК.02.03 вариант 1			
	ПК 2.4	Экспертиза количественных характеристик товаров.	Количественная экспертиза- оценка количественных характеристик товара экспертами при невозможности применения измерительных методов и/или необходимости подтверждения достоверности результатов измерений независимой стороной. Назначением количественной товароведной экспертизы является определение количества товара в товарной партии и/или количественных характеристик их единичных экземпляров или комплексных упаковочных единиц.

	ПК 2.1	Товарно-сопроводительные документы (ТСД).	Товарно-сопроводительные документы (ТСД) - документы, содержащие необходимую и достаточную информацию для товарных партий на всем пути их товародвижения. ТСД предназначены для изготовителей и продавцов, поэтому относятся к коммерческой информации. В зависимости от ТСД подразделяют на следующие виды: количественные, по качеству, расчетные и комплексные. Разновидности ТСД определяются назначением конкретных документов.
	ПК 2.1	Эксплуатационные документы (ЭД).	Эксплуатационный документ: Конструкторский документ, который в отдельности или в совокупности с другими документами определяет правила эксплуатации изделия и/или отражает сведения, удостоверяющие гарантированные изготовителем значения основных параметров и характеристик (свойств) изделия, гарантии и сведения по его эксплуатации в течение установленного срока службы.
	ПК 2.1	Нормативно-правовая база и средства товароведной экспертизы.	Нормативная база товарной экспертизы - стандарты, технические условия и технические регламенты, в этом плане нормативная база совпадает с приемочной экспертизой. Кроме того, следует отметить, что нормативная база конкретизирована по каждой группе и виду товара. Стандарт (от англ. standard - норма, образец) в широком смысле слова - образец, эталон, модель, принимаемые за исходные для сопоставления с ними др. подобных объектов. Средства экспертизы товаров: материально-технические средства и источники (средства) информации о товарах. Средства измерения и обнаружения. Источники информации о товарах: документы, маркировка, специальная литература. Документы: нормативные, технические, технологические. Нормативные документы: определение, отличия от технических и технологических документов, перечень нормативных документов, краткая характеристика.
Комплект заданий для контрольной работы МДК.02.03 вариант 2			
	ПК 2.4	Процедура и порядок проведения экспертизы качества товаров.	В Федеральном законе «О государственной судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации» определяются следующие принципы, на которых базируется эта деятельность: 1) законность 2) соблюдение прав и свобод человека и гражданина и прав юридического лица 3) независимость эксперта 4) объективность

			5) всесторонность и полнота исследований
	ПК 2.4	Оценка качества товаров инструментальными методами.	Инструментальный (измерительный) метод определения показателей качества продукции основан на информации, получаемой при использовании технических средств измерений. Этим методом определяется большинство показателей качества (например, скорость транспортных средств, масса изделия и т. д.).
	ПК 2.4	Оценка качества товаров органолептическими методами.	Органолептический метод исследования означает определение качества товара при помощи органов чувств – зрительных, вкусовых, обонятельных, осязательных, а иногда и слуховых. Разновидностью органолептического метода являются сенсорный, дегустационный и др. методы. Сенсорный анализ применяется для оценки качества продуктов питания. В результате сенсорного (органолептического) анализа определяют цвет, вкус, запах, консистенцию пищевых продуктов.
	ПК 2.3	Факторы, способствующие сохранению качества товара.	К факторам, способствующим сохранению качества товаров, относятся: · упаковка и маркировка; · условия транспортирования; · условия хранения; · условия реализации и использования товаров; · техническая помощь в обслуживании; · утилизация после использования.
Комплект заданий для контрольной работы МДК.02.03 вариант 3			
	ПК 2.1	Экспертиза количественных характеристик товаров.	Экспертиза количественных характеристик товаров — это процедура определения соответствия фактических количественных показателей товара (масса, объём, длина, количество единиц и др.) требованиям, указанным в маркировке, сопроводительных документах и стандартах. Основные задачи экспертизы Проверка массы нетто и брутто (для фасованных товаров). Определение объёма или количества единиц в упаковке. Выявление недовеса, недолива, пересортицы или других количественных несоответствий. Контроль точности фасовки и соблюдения допустимых отклонений. Методы проведения Измерительные: взвешивание, измерение объёма, длины, подсчёт количества. Расчётные: сопоставление фактических данных с нормативными и документальными. Значение Экспертиза позволяет защитить права потребителей от обмана, обеспечить точность взаиморасчётов между поставщиками и покупателями, а также контролировать соблюдение стандартов и технических условий на производстве.

	ПК 2.3	Товарно-сопроводительные документы (ТСД).	Товарно-сопроводительные документы — это комплект документов, которые сопровождают партию товара на всех этапах движения от производителя до конечного потребителя. Они подтверждают происхождение, качество, количество и легальность продукции. Основные виды документов Товарная накладная (например, ТОРГ-12 или УПД) — подтверждает факт передачи товара, его наименование, количество и стоимость. Счёт-фактура — документ для налогового учёта, необходим для вычета НДС. Качественное удостоверение (КУ) или паспорт качества — подтверждает соответствие партии товара требованиям стандартов или технических условий. Сертификат соответствия или декларация о соответствии — удостоверяют, что продукция прошла обязательную сертификацию и безопасна для потребителя. Ветеринарное или фитосанитарное свидетельство — обязательно для товаров животного или растительного происхождения. Товарно-транспортная накладная (ТТН) — подтверждает факт перевозки груза и используется для учёта работы транспорта. Эти документы являются основанием для приёмки товара, его оплаты и подтверждения законности оборота на рынке.
	ПК 2.4	Эксплуатационные документы (ЭД).	Эксплуатационные документы — это комплект документов, которые прилагаются к технически сложным потребительским товарам и содержат всю необходимую информацию для их правильного и безопасного использования. Основные виды документов Руководство по эксплуатации — главный документ, включающий технические характеристики, правила установки, использования, технического обслуживания и меры безопасности. Паспорт изделия — содержит гарантийные обязательства, сведения о сертификации, основные параметры и идентификационные данные товара. Инструкция по монтажу (установке) — подробное описание процесса сборки и установки изделия. Гарантийный талон — документ, подтверждающий право потребителя на бесплатный ремонт или замену товара в течение гарантийного срока. Этикетка, памятка или информационный листок — краткие рекомендации по уходу и использованию. Назначение Эксплуатационные документы обеспечивают потребителя полной информацией о товаре, гарантируют его безопасную эксплуатацию и позволяют реализовать права по закону «О защите прав потребителей».
	ПК 2.4	Нормативно-правовая база и средства товароведной экспертизы.	Нормативно-правовая база Это совокупность законов, стандартов и правил, регулирующих требования к качеству, безопасности и обороту товаров.

			Законы РФ: «О защите прав потребителей», «О техническом регулировании», «Об обеспечении единства измерений». Технические регламенты: устанавливают обязательные требования к безопасности продукции (например, ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции»). Стандарты: ГОСТы и ТУ (технические условия), определяющие требования к качеству, упаковке, маркировке и методам испытаний. Санитарные правила и нормы (СанПиН): регламентируют гигиенические требования к товарам. Методические указания и классификаторы: для идентификации и экспертизы товаров. Средства товароведной экспертизы Это инструменты, оборудование и материалы, используемые для проведения исследований и оценки характеристик товара. Измерительные приборы: весы, линейки, штангенциркули, термометры, гигрометры, рефрактометры. Лабораторное оборудование: для физико-химических и микробиологических анализов (например, спектрометры, хроматографы). Органолептические средства: стандарты-образцы (эталон), колориметрические шкалы, профили вкуса и аромата. Информационные ресурсы: справочники, каталоги, базы данных по товарам. Документальные средства: сопроводительные документы, сертификаты, протоколы испытаний.
Комплект заданий для контрольной работы МДК.02.03 вариант 4			
	ПК 2.1	Процедура и порядок проведения экспертизы качества товаров.	Экспертиза качества товаров — это последовательность действий для определения соответствия продукции установленным требованиям. Порядок проведения Подача заявки и приёмка товара. Заказчик обращается в экспертную организацию, предоставляет товар и сопроводительные документы. Анализ документов. Изучаются договоры, накладные, сертификаты, паспорта качества для определения нормативных требований. Отбор образцов. Из партии товара отбираются репрезентативные образцы для испытаний. Процедура отбора оформляется актом. Проведение испытаний и оценки. Образцы исследуются органолептическими, измерительными и лабораторными методами. Оцениваются все ключевые показатели качества. Оформление результатов. По итогам составляется экспертное заключение или акт экспертизы, где отражаются результаты испытаний, выводы о качестве и причинах возникновения дефектов (при их наличии). Участники Заказчик (потребитель, продавец, производитель).

			Исполнитель (<i>независимый эксперт или экспертная организация</i>). В отдельных случаях — представители заинтересованных сторон. Экспертиза может проводиться по инициативе любой из сторон при возникновении споров о качестве товара или в рамках производственного контроля.
	ПК 2.1	Оценка качества товаров инструментальными методами.	Инструментальные методы — это способы оценки качества товаров с помощью специальных приборов и оборудования, позволяющие получить точные, объективные и воспроизводимые результаты. Основные группы методов Физические: определение массы, плотности, вязкости, температуры, твёрдости (<i>например, с помощью весов, вискозиметров, термометров</i>). Химические: анализ состава, кислотности, щёлочности, содержания влаги, жиров, белков, витаминов (<i>например, титрование, спектроскопия, хроматография</i>). Физико-химические: реологические исследования (<i>текучесть, упругость</i>), колориметрия (<i>определение цвета</i>). Микробиологические: выявление и подсчёт микроорганизмов (<i>бактерий, плесени, дрожжей</i>). Структурно-механические: оценка прочности, упругости, деформации материалов. Значение Инструментальные методы обеспечивают высокую точность измерений, исключают субъективность оценки и необходимы для подтверждения соответствия товара требованиям стандартов и технических условий. Они широко применяются в лабораториях контроля качества на производстве и при проведении товароведческой экспертизы.
	ПК 2.3	Оценка качества товаров органолептическими методами.	Органолептические методы — это способы оценки качества товаров с помощью органов чувств человека (зрение, обоняние, осязание, вкус, слух) без применения измерительных приборов. Основные показатели Внешний вид: форма, цвет, состояние поверхности, прозрачность. Консистенция: плотность, упругость, сочность, хрупкость. Запах (аромат): наличие и интенсивность характерных или посторонних запахов. Вкус: определение основных вкусовых ощущений (сладкий, солёный, кислый, горький) и послевкусия. Состояние упаковки и маркировки: визуальная оценка целостности и информативности. Значение Органолептическая оценка — это быстрый и доступный способ первичного контроля качества. Она позволяет выявить явные дефекты и пороки товара. Для обеспечения объективности результаты таких испытаний часто сравнивают с эталонными образцами или описательными шкалами. Этот метод особенно важен для пищевых продуктов и парфюмерно-косметических товаров.
	ПК 2.3	Факторы, способствующие сохранению качества товара.	Факторы, способствующие сохранению качества товара

			Сохранение качества товара обеспечивается комплексом мер на всех этапах товародвижения. Основные факторы Упаковка: защищает от механических повреждений, влаги, света, кислорода и посторонних запахов. Условия хранения: соблюдение оптимального температурно-влажностного режима, вентиляции и освещённости, соответствующих виду товара. Транспортировка: использование специализированного транспорта (<i>например, рефрижераторов</i>) и бережная погрузочно-разгрузочная работа. Соблюдение сроков годности: реализация и использование товара в течение установленного производителем срока. Санитарно-гигиенический режим: чистота складских и торговых помещений, предотвращение развития микроорганизмов и вредителей. Правильное товарное соседство: раздельное хранение продуктов, несовместимых по запаху или требованиям к условиям. Комплексное соблюдение этих факторов позволяет минимизировать потери и сохранить потребительские свойства продукции.
Фонд тестовых заданий МДК.02.01			
	ПК 2.	Принцип, заключающийся в достижении наиболее оптимального результата при производстве, упаковке, хранении, реализации и потреблении товаров. а) совместимость; б) взаимозаменяемость; в) эффективность; г) безопасность.	в)
	ПК 2.3	Объектом товароведения является: а) товар; б) продукция; в) услуга; г) потребности покупателей.	а)
	ПК 2.3	Метод упорядочения однородных, взаимосвязанных объектов по общим признакам путем расположения их в определенном порядке.	а)

		а) систематизация; б) управление научным познанием; в) органолептический; г) измерительный.	
	ПК 2.5	Рассчитайте контрольную цифру штрихового кода. 456234072411? а) 0; б) 1; в) 4; г) 5.	г)
	ПК 2.3	Способность набора товаров удовлетворять спрос на одни и те же товары. а) новизна; б) устойчивость; в) полнота; г) структура.	б)
	ПК 2.2	К общим факторам, влияющим на формирование ассортимента относятся: а) сырьевая база; б) спрос; в) каналы распределения; г) рентабельность.	б),г)
	ПК 2.2	Рассчитайте коэффициент широты ассортимента, если в магазине находятся в продаже 12 наименований сметаны при 24 возможных наименований: а) 0,3; б) 1; в) 0,5; г) 1,5.	в)
	ПК 2.2	Показатели, предназначенные для выражения простых свойств товаров: а) единичные; б) комплексные; в) базовые;	а)

		г) определяющие.	
	ПК 2.2	Товар, который соответствует установленным требованиям по всем выбранным показателям: а) нестандартный; б) стандартный; в) брак; г) отход.	б)
	ПК 2.4	Определите степень значимости дефекта - несоответствие товаров установленным требованиям, которое может нанести вред жизни, здоровью, имуществу потребителей или окружающей среде: а) малозначительный дефект; б) значительный; в) критический; г) незначительный.	в)
	ПК 2.2	Укажите этапы предтоварной стадии: а) хранение и транспортирование; б) потребление; в) реализация товаров; г) приемочный контроль сырья.	г)
	ПК 2.4	Точечная проба - это... а) процент от объединенной пробы; б) совокупность проб, отобранных от одной партии товара; в) единичная проба определенного размера, отбираемая от одного места товарной партии; г) часть средней пробы, отправляемая для оценки качества в лабораторию.	в)

	ПК 2.4	Браковочное число - это... а) минимально допустимое количество забракованных единиц объединенной пробы или исходного образца, являющееся основанием для отказа от приемки товарной партии по качеству; б) часть объединенной пробы, выделенная для проведения лабораторных испытаний; в) максимально допустимое количество забракованных единиц выборки или объединенной пробы или исходного образца, позволяющее принять решение о приемке товарной партии по качеству; г) число бракованной продукции в партии товаров.	а)
	ПК 2.4	Укажите факторы, формирующие качество товаров: а) упаковочные материалы; б) условия хранения; в) сырье; г) технология производства.	в),г)
	ПК 2.2	Какая упаковка является жесткой: а) тканевая; б) деревянная; в) картонная; г) бумажная.	б)
Фонд тестовых заданий МДК.02.02			
	ПК 2.1	Какие основные понятия применяются в курсе товароведение потребительских товаров? а) предмет дисциплины;	в)

		б) цели курса; в) продукция, товар, товароведение; г) задачи товароведения; д) структура предмета.	
	ПК 2.2	Как именуется материальный или нематериальный результат деятельности, предназначенный для удовлетворения реальных или потенциальных потребностей? а) продукт; б) товар; в) предмет; г) потребительская стоимость; д) продукт.	д)
	ПК 2.2	Показатель «устойчивость ассортимента» характеризуется товарами: а) удовлетворяющими изменившиеся потребности за счет новых товаров б) имеющими устойчивый спрос в) включенными в ассортиментный перечень г) имеющимися в наличии	б)
	ПК 2.2	Когда продукция становится товаром? а) когда она потребляется; б) когда имеет цену; в) когда становится потребительной стоимостью; г) когда она становится объектом купли- продажи; д) когда предлагается на рынке.	г)

	ПК 2.2	Чем обладает товар как сложное понятие и не менее сложный материальный объект? а) физическими свойствами; б) определенными потребительными свойствами; в) индивидуальными качествами; г) материальной структурой; д) сортностью.	б)
	ПК 2.1	Кто дал одно из первых определений товароведения? а) Варрон; б) Вавилов И.; в) Колумелла; г) Себициус М.; д) Линней.	б)
	ПК 2.1	В каком году зафиксировано определение: «Товароведение представляет собой естественно-научную дисциплину, предметом которой является потребительная стоимость товаров»? а) 1960 г.; б) 1961 г.; в) 1962 г.; г) 1963 г.; д) 1964 г.	в)
	ПК 2.1	Из каких разделов состоит товароведение потребительских товаров? а) общей и особенной частей; б) вступительного и главного разделов; в) теоретического и практического разделов;	а)

		г) общей части и частного товароведения; д) вступительного, основного и заключительного разделов.	
	ПК 2.5	Какая часть товароведения анализирует состояние и перспективы развития соответствующего сегмента рынка, классификацию товаров на ассортиментные группы? а) частное товароведение; б) теоретическая; в) практическая; г) специальная; д) основная.	а)
	ПК 2.2	Назовите принцип товароведения, заключающийся в установлении определенной последовательности однородных, взаимосвязанных товаров, процессов или услуг: а) систематизация; б) интегрированность; в) совокупность; г) совместимость; д) взаимозаменяемость.	а)
	ПК 2.5	С какого года в Российских коммерческих учебных заведениях товароведение начали изучать как самостоятельную учебную дисциплину? а) с 1838 г.; б) с 1839 г.; в) с 1840 г.; г) с 1841 г.;	д)

		д) с 1842 г.	
	ПК 2.5	На что направлена товароведная деятельность, как составляющая часть коммерческой? а) на товары и сопутствующие им торговые услуги; б) на контроль качества; в) на подготовку к продаже; г) на соблюдение условий хранения; д) на контроль потребительских свойств.	а)
	ПК 2.2	Сколько основополагающих характеристик имеют товары как объекты товароведной деятельности? а) одну; б) две; в) три; г) четыре; д) пять.	г)
	ПК 2.2	Назовите товароведные характеристики товаров: а) потребительские, физические; б) ассортиментные, качественные, количественные; в) технические, структурные; г) внешние, внутренние; д) функциональные, стоимостные.	б)
	ПК 2.2	Благодаря каким характеристикам продукция приобретает полезность для потребителей и становится товаром?	а)

		а) потребительским, стоимостным; б) ассортиментным, качественным и количественным; в) техническим, структурным; г) внешним, внутренним; д) функциональным, экономическим.	
Фонд тестовых заданий МДК.02.03			
	ПК 2.2	Потребительскими свойствами называют свойства товара ? А) обуславливающие его назначение в процессе потребления и эксплуатации; Б) обуславливающие его полезность в процессе потребления и эксплуатации; В) обуславливающие его эстетичность в процессе потребления и эксплуатации; Г) обуславливающие его привлекательность в процессе потребления и эксплуатации.	Б)
	ПК 2.2	Используемые в товароведной деятельности практические методы включают вопросы? А) оценки качества, хранения, маркирования, товарной обработки, систематизации товаров; Б) оценки качества, хранения, маркирования, классификации товаров; В) оценки качества, хранения, маркирования, товарной обработки, эстетичности товаров;	Г)

		Г) оценки качества, хранения, маркирования, товарной обработки.	
	ПК 2.3	Активность воды в пищевых продуктах выше в зависимости от? А) количества связанной влаги; Б) количества свободной воды; В) количества капиллярной влаги; Г) количества осмотически связанной воды.	Б)
	ПК 2.3	Влажность пищевых продуктов - это А) выраженное в процентах отношение свободной и адсорбционно-связанной воды к их первоначальной массе; Б) выраженное в процентах отношение свободной и связанной воды к первоначальной массе продукта; В) выраженное в процентах содержание свободной и химически связанной воды к их массе; Г) выраженное в процентах отношение влаги набухания, кристаллизационной влаги к первоначальной массе продукта.	А)
	ПК 2.3	Сухие вещества пищевых продуктов представлены? А) водой, крахмалом, сахарозой, ферментами; Б) глюкозой, фруктозой, белками, крахмалом;	В)

		В) всеми веществами, содержащимися в продукте, кроме воды; Г) всеми веществами, содержащимися в продукте кроме воды и зольных элементов.	
	ПК 2.3	Пищевые продукты имеют органолептическую ценность, которая определяется? А) количеством энергии, выделяемой из пищевых продуктов; Б) сбалансированностью содержания биологически активных веществ; В) способностью пищевых продуктов воздействовать на органы чувств; Г) содержанием веществ, активно воздействующих на физиологические системы организма.	В)
	ПК 2.3	Биологическая ценность пищевого продукта складывается из биологической полноценности и биологической эффективности. Биологическая полноценность - это? А) показатель качества пищевого белка, отражающий его аминокислотный состав; Б) показатель качества жировых компонентов, отражающих содержание полиненасыщенных жирных кислот;	А)

		В) показатель качества углеводов, отражающий содержание моносахаридов; Г) показатель качества минерального состава пищевого продукта, отражающий содержание микроэлементов.	
	ПК 2.4	Безопасность пищевых продуктов - это уверенность в том, что? А) пищевой продукт сохранил первоначальные свойства без признаков порчи; Б) пищевой продукт в достаточном количестве содержит биологически активные вещества; В) пищевые продукты при обычных условиях их использования не являются вредными и не представляют опасность для здоровья нынешнего и будущего поколений; Г) пищевые продукты доброкачественные обладают биологической, физиологической и энергетической ценностью.	В)
	ПК 2.3	В соответствии с условиями хранения для продовольственных товаров устанавливают срок годности? А) период, в течение которого продукт при соблюдении условий хранения сохраняет свои свойства;	Б)

		Б) период, по истечении которого пищевой продукт считается непригодным для использования по назначению; В) дата, до которой пищевой продукт предлагается потребителю для использования по назначению и до которой он не теряет своих потребительских свойств; Г) период, в течение которого продукт остается пригодным для употребления, несмотря на снижение потребительских свойств.	
	ПК 2.3	Срок хранения пищевого продукта - это? А) период, в течение которого продукт при соблюдении установленных условий хранения не изменяет, потребительские свойства и может оставаться пригодным для употребления в пищу; Б) период, по истечении которого продукт считается непригодным для использования по назначению; В) дата, до которой продукт предлагается потребителю для использования по назначению и до которой он не теряет своих потребительских свойств; Г) период, в течение которого продукт не может быть	А)

		использован по назначению в связи с потерей потребительских свойств.	
	ПК 2.3	Дату, до которой пищевой продукт может предлагаться потребителю для использования по назначению и до которой он не теряет своих потребительских характеристик, называют? А) сроком годности; Б) сроком хранения; В) сроком реализации; Г) сроком реализации и хранения.	В)
	ПК 2.3	Гигроскопичность пищевого продукта - это? А) способность продукта к поглощению или отдаче водяных паров; Б) способность продукта к поглощению или отдаче ароматических веществ; В) способность продукта к поглощению влаги; Г) способность продуктов к отдаче влаги.	В)
	ПК 2.3	Свет не оказывает отрицательного действия на качество? А) муки, макаронных и хлебобулочных изделий, жиров; Б) консервов, муки, макаронных и хлебобулочных изделий; В) консервов, муки, макаронных и ликероводочных изделий; Г) муки, консервов, хлебобулочных изделий, плодов.	Б)

	ПК 2.3	Резкий перепад температуры при хранении приводит к? А) испарению влаги; Б) усушке; В) увлажнению продуктов и развитию микроорганизмов; Г) испарению и увлажнению продукта.	В)
	ПК 2.3	В зависимости от качества зерно любой культуры делят на? А) типы Б) подтипы В) классы Г) сорта	В)
Фонд тестовых заданий МДК.02.04			
	ПК 2.2	Ассортимент товаров - это а) набор товаров, формируемый по определенным признакам и удовлетворяющий разнообразные, аналогичные и индивидуальные потребности; б) перечень однородных товаров; с) перечень товаров, предназначенных для обязательной сертификации.	а)
	ПК 2.2	Товарная номенклатура- это а) набор товаров, формируемый организацией торговли; б) перечень однородных и разнородных товаров общего или аналогичного назначения; с) перечень товаров, предназначенных для сертификации.	б)
	ПК 2.2	Ассортимент товаров предназначен для. а) удовлетворения	а)

		потребностей потребителей; b) регламентирования определенной профессиональной деятельности; c) разработки стандартов.	
	ПК 2.2	Товарная номенклатура предназначена для a) регламентирования определенной профессиональной деятельности или иной сферы применения; b) удовлетворения потребностей потребителей; c) градации качества товаров одного вида и наименования.	a)
	ПК 2.2	Ассортимент товаров классифицируют по a) местонахождению, по широте охвата товаров; b) степени удовлетворения потребителей, по характеру потребностей; c) способности перечня товаров удовлетворять спрос на одни и те же товары.	a),b)
	ПК 2.2	По местонахождению товаров различают ассортимент. a) простой, сложный; b) реальный, прогнозируемый; c) промышленный, торговый.	c)
	ПК 2.2	По широте охвата товаров различают ассортимент a) простой, сложный, групповой; b) развернутый, сопутствующий, смешанный;	a),b)

		с) промышленный, торговый, учетный.	
	ПК 2.3	По степени удовлетворения потребителей различают ассортимент а) реальный, прогнозируемый; б) рациональный, оптимальный; с) видовой, марочный.	б)
	ПК 2.2	По характеру потребностей различают ассортимент а) реальный, прогнозируемый, учетный; б) простой, сложный, групповой; с) промышленный, торговый, смешанный.	а)
	ПК 2.2	Промышленный ассортимент - это а) набор товаров, выпускаемый изготовителем исходя из его производственных возможностей; б) набор товаров, формируемый на предприятии торговли; с) набор товаров, предоставленный небольшим количеством групп товаров.	а)
	ПК 2.2	Торговый ассортимент - это а) набор товаров, предоставленный значительным количеством групп, видов, разновидностей и наименований товаров; б) набор товаров, формируемый организацией торговли	б)

		или общественного питания с учетом ее специализации, потребительского спроса и материально-технической базы; с) набор товаров, предоставленный небольшим количеством групп, видов, разновидностей и наименований товаров.	
	ПК 2.2	Простой ассортимент - это а) набор товаров, предоставленный небольшим количеством групп, видов и наименований, которые удовлетворяют ограниченное число потребностей; б) набор товаров, удовлетворяющий реальные потребности с максимально полезным эффектом для потребителя при минимальных затратах на их проектирование, разработку производства и доведение до потребителей; с) набор товаров, которые выполняют вспомогательные функции и не относятся к основным для данной организации.	a)
	ПК 2.2	Сложный ассортимент - это а) набор товаров, формируемый организацией торговли с учетом ее специализации, потребительского спроса, материально-технической базы;	b)

		b) набор товаров, предоставленный значительным количеством групп, видов, разновидностей и наименований товаров, которые удовлетворяют разнообразные потребности в товарах; с) набор товаров, который выполняет значительное количество подгрупп, видов, разновидностей и наименований.	
	ПК 2.2	Групповой ассортимент - это a) набор однородных товаров, объединенных общностью признаков и удовлетворяющих аналогичные потребности; b) набор товаров, наиболее полно удовлетворяющий реально обоснованные потребности, которые обеспечивают максимальное качество жизни; с) набор товаров, который выполняет значительное количество подгрупп, видов, разновидностей и наименований.	a)
	ПК 2.2	Развернутый ассортимент - это a) набор товаров разных групп, видов, наименований, отличающихся большим разнообразием функционального назначения; b) набор товаров, который выполняет значительное	b)

		количество подгрупп, видов, разновидностей и наименований, в том числе марочных, относящихся к группе однородных, но отличающихся индивидуальными признаками; с) набор товаров, наиболее полно удовлетворяющий реально обоснованные потребности.	
Вопросы к экзамену по МДК.02.01 Основы товароведения			
	ПК 2.1	1. Кодирование товаров. Штрих-код: определение, значимость, перспективы использования.	Штриховой код – это информационный знак, состоящий из закодированных в виде штрихов и пробелов символов: цифр или сочетания цифр и букв. Штриховое кодирование товаров производится с целью автоматизации идентификации продукции, что даёт возможность осуществлять автоматизированный учет и контроль. Штриховое кодирование способствует повышению конкурентоспособности товара, увеличивает спрос на него, так как потребитель у мерен в том, что это не фальсификат. В ряде стран без штрихового кода продукция не принимается к реализации. Он повышает престиж и ж товара, играет роль рекламы, улучшает культуру обслуживания.
	ПК 2.2	2. Основные категории товароведения.	К важнейшим категориям товароведения относятся: продукция, изделие, товары народного потребления, свойства товаров, качество товаров, показатель свойства, показатель качества, уровень качества, оценка качества, ассортимент товаров, структура ассортимента, контроль качества, управление качеством товаров, управление ассортиментом товаров, аттестация товаров.
	ПК 2.4	3. Классификация: общие принципы и правила классификации.	Принципами классификации являются: установление цели, выбор метода классификации, установление числа классифицируемых признаков. Признак классификации - свойство или характеристика объекта (товара), положенные в основу классификации (назначение, вид сырья, структура, конструкция, технология изготовления, вид отделки и др.).

	ПК 2.5	4. История и современное состояние развития товароведения.	История развития товароведения включает три этапа: Товароведно-описательный этап (с середины XVI до начала XVIII в.) - создание руководств с описанием свойств и способов использования отдельных товаров. Товароведно-технологический этап (с начала XVIII до середины XX в.) - основное внимание уделялось изучению свойств товаров и влиянию на них технологических операций процесса производства. Товароведно-формирующий этап (с 50-х годов XX в.) - из товароведения выделяются в самостоятельные научные дисциплины материаловедение и основы технологии производства отдельных групп товаров. Основное внимание уделяется изучению потребительских свойств товаров, формированию ассортимента и качества товаров и управлению этими процессами на этапах распределения и потребления. Товароведение представляет собой прикладную экономическую дисциплину, которая призвана оптимизировать функционирование современной рыночной экономики.
	ПК 2.1	5. Товарный знак: сущность, индивидуализирующая, рекламная и охранная функции.	Товарный знак - обозначение, цель которого обеспечить различие между товарами или услугами разных предприятий. Товарный знак представляет собой охраняемое право интеллектуальной собственности.
	ПК 2.3	6. Товароведение, его связь с естественными, общественными и техническими науками.	Товароведение относится к основополагающим учебным дисциплинам при формировании профессиональной компетентности товароведов, экспертов, коммерсантов и маркетологов. Кроме того, основы товароведных знаний необходимы бухгалтерам, экономистам, менеджерам и технологам, так как учет, планирование товарных ресурсов, анализ финансово-хозяйственной деятельности, управление производством и другие виды профессиональной деятельности должны осуществляться с учетом особенностей товаров, их основополагающих характеристик и возможных изменений при транспортировании, хранении и реализации.

	ПК 2.1	7. Понятие «индивидуальная потребительная стоимость»	Индивидуальная потребительная стоимость – это стоимость таких продуктов труда, которые создаются для собственного потребления их производителями, а не для других. Эти продукты не попадают в сферу обращения, не становятся предметом купли-продажи, не приобретают товарную форму, а потому и не являются объектом товароведения.
	ПК 2.3	8. Показатели качества: единичные, комплексные обобщённые.	Обобщающие показатели качества характеризуют уровень качества продукции в целом по отрасли или предприятию. К этим показателям относятся: сортность, марка, класс, содержание полезного вещества, доля продукции, соответствующая мировым стандартам, и др. Единичные показатели очень разнообразны и зависят от специфики той или иной продукции. Комплексный показатель качества – это обобщенная характеристика качества продукции, которая дает представление сразу о нескольких ее свойствах. Свойства продукции, которые составляют ее качество, могут быть охарактеризованы с количественной точки зрения посредством специальных показателей.
	ПК 2.1	9. Идентификация товаров: понятие, виды, средства и методы. Применение идентификации в коммерческой деятельности	В зависимости от задач идентификации, специфики продукции может быть использован один из следующих методов или их сочетание: - по документации; - инструментальный; - органолептический; - визуальный; - опробование; - испытания. Скрыть Результаты идентификации конкретной продукции оформляют в порядке, предусмотренном правилами сертификации однородных видов продукции, либо в виде заключения. Выделяют три вида идентификации: - ассортиментная (видовая) - качественная (квалиметрическая)

			партионная (принадлежность части или отдельного товара конкретной партии) К средствам идентификации относятся нормативные документы (стандарты, ТУ, правила и др.), регламентирующие показатели качества, которые могут быть использованы для целей идентификации, а также технические документы, в том числе товарно-сопроводительные (накладные, сертификаты, удостоверения качества, руководства по эксплуатации и др.).
	ПК 2.5	10. Показатели ассортимента: широта, полнота, обновляемость и другие.	Полнота ассортимента - это соответствие видов и количества товаров в наличии с ассортиментом, который предусмотрен маркетинговой стратегией и должен в полной мере удовлетворять спрос покупателей. Иными словами, это то, в какой мере компания в данный момент способна удовлетворять свою целевую аудиторию. Измерить этот показатель можно с помощью коэффициента полноты ассортимента, который имеет следующую формулу: $K_p = \frac{П_d}{П_b}$ Широта ассортимента характеризуется количеством всех товарных групп (видов, разновидностей товаров), удовлетворяющих разнообразные потребности. Широту ассортимента оценивают в результате сопоставления фактического количества групп товаров (видов, разновидностей), имеющихся в наличии с количеством групп товаров (видов, разновидностей), принятым за основу для сравнения. Обновляемость ассортимента представляет собой пополнение ассортимента новейшими видами продукции в соответствии с ассортиментной политикой фирмы. Обновление торгового ассортимента магазина должно быть до 10% в год.
	ПК 2.1	11. Потребительная стоимость товаров.	Потребительная стоимость (нем. Gebrauchswert) - способный удовлетворить потребность предмет (вещь), который обладает какой-либо полезностью для потребителя. В классической и марксистской политэкономии считается, что потребительная стоимость является

			воплощением физического бытия предмета, что делает его полезным для тех или иных целей.
	ПК 2.3	12. Виды испытаний продукции.	К видам испытаний готовой продукции относят квалификационные, предъявительские, приемосдаточные, периодические инспекционные, типовые, аттестационные, сертификационные. Доводочные испытания - это исследовательские испытания, проводимые при проектировании изделий с целью оценки влияния вносимых в нее изменений для достижения заданных значений показателей качества.
	ПК 2.3	13. Основные категории товароведения. Раскрытие сущности терминов «товар», «потребительская стоимость товара», «качество товара», «информация о товаре».	К важнейшим категориям товароведения относятся: продукция, изделие, товары народного потребления, свойства товаров, качество товаров, показатель свойства, показатель качества, уровень качества, оценка качества, ассортимент товаров, структура ассортимента, контроль качества, управление качеством товаров, управление ассортиментом товаров, аттестация товаров. Потребительная стоимость (нем. Gebrauchswert) - способный удовлетворить потребность предмет (вещь), который обладает какой-либо полезностью для потребителя. Товар - продукт деятельности, предназначенный для продажи или обмена. Все, что может стать предметом сделки в рыночных отношениях между продавцом и покупателем называется товаром. Качество товаров (работ, услуг) – это совокупность определенных потребительских свойств товара (работы, услуги), соответствующая разумным и достаточным потребностям покупателя (заказчика), и исключая причинение вреда покупателю (заказчику) и окружающей среде при их надлежащей эксплуатации, хранении, перевозке и потреблении. Информация о товаре (товарная информация) – это совокупность сведений о товаре, раскрывающая содержание его потребительной стоимости и предназначенная для субъектов коммерческой деятельности.
	ПК 2.1	14. Индивидуальная потребительная стоимость товара.	Индивидуальная потребительная стоимость – это стоимость таких продуктов труда, которые создаются для собственного потребления их производителями, а не для других. Эти продукты не попадают в сферу обращения, не становятся предметом купли-продажи, не приобретают товарную форму, а потому и не являются объектом товароведения.

	ПК 2.2	15. Ассортимент товаров: понятие, определение, виды.	Ассортимент товаров - группа товаров, связанных между собой либо в силу схожести сферы их функционирования (применения), либо в рамках одного и того же диапазона цен; согласно ГОСТ Р 51303-2013 «Торговля. Термины и определения» - набор товаров, объединённых по какому-либо одному или совокупности признаков.
	ПК 2.4	16. Уровень качества: понятие, определение.	Уровень качества - это относительная характеристика качества продукции, основанная на сравнении значений показателей качества оцениваемого товара с базовыми значениями соответствующих показателей. Оценка уровня качества имеет более широкий смысл, чем оценка качества и контроль качества.
	ПК 2.2	17. Сущность понятия «товар» и «продукция», их схожесть и различия.	Следует различать понятия «товар» и «продукция». Продукция - это материальный и нематериальный результат деятельности хозяйствующего субъекта. Общее между этими понятиями то, что и товары и продукция удовлетворяют потребности потребителей. Различие же в том, что продукция - должна быть произведена, а товаром может быть и не произведенная вещь. Товар может быть материальным. К такому виду товаров можно отнести вещи, деньги, ценные бумаги.
	ПК 2.2	18. Факторы, влияющие на формирование качества.	На формирование качества влияют: объективные факторы: конструкция изделия (состав продукта), технический уровень производственной базы, автоматизация и механизация, технология, технологические средства контроля; субъективные факторы - профессиональное мастерство, заинтересованность в результатах труда, психологический склад человека; факторы социального характера (правовое и организационное обеспечение).
	ПК 2.2	19. Предмет, объект и задачи товароведения.	ПРЕДМЕТ ТОВАРОВЕДЕНИЯ – потребительские стоимости товара, т.к. именно она формирует полезность. Чем больше положительных свойств и характеристик в товаре, тем выше его полезность и, следовательно потребительская стоимость, т.е. способность в большей мере удовлетворять потребность человека. Объекты товароведения - это товары и услуги, которые создают производители для потребления их покупателями. Субъекты товароведения:

			товароведы и потребители товаров. Целью товароведения является изучение характеристик и свойств товара, формирующих его потребительскую стоимость. Задачи товароведения. Определение требований к качеству товаров и их соответствия стандартам. Разработка технологий производства товаров, повышение их качества и эффективности. Определение спроса на товары, их конкурентоспособности и позиционирования на рынке. Оценка безопасности товаров и их воздействия на здоровье потребителей. Разработка маркетинговых стратегий и рекламных кампаний для продвижения товаров на рынке. Создание системы управления качеством товаров на всех этапах жизненного цикла товара. Разработка новых товаров и усовершенствование уже существующих с учетом потребительских предпочтений и требований рынка.
	ПК 2.3	20. Классификация товаров: определение, понятие, роль классификации в управлении качеством и ассортиментом товара.	Соответственно, классификация товаров - это процесс распределения товаров на классы/группы/категории, основанный на определенных методах и связанный с выделением классификационных признаков у товаров. Один из важнейших вопросов классификации – правильный выбор признака, по которому тот или иной товар будет отнесен к определенному подмножеству. В товароведной науке классификация способствует упорядочению терминологии, облегчает изучение ассортимента и качества товаров и управления ими и т.д. В торговле классификация облегчает и ускоряет торгово-оперативные процессы; она используется при планировании товарооборота, составлении заказов и заявок, изучении покупательского спроса.
	ПК 2.3	21. Общие правила построения классификации	Общими правилами построения классификации следует считать: 1. установление цели классификации; 2. выбор метода классификации;

			3. определение классификационных признаков; 4. установление последовательности классификационных признаков от более существенного к менее существенному; 5. определение числа ступеней классификации. Количество признаков и ступеней классификации зависит от сложности и количества классифицируемых объектов, от целей классификации.
	ПК 2.4	22. Физико-механические химические свойства исходных материалов, влияние на качество готовых изделий.	Механические свойства характеризуют способность материалов сопротивляться действию внешних сил. К основным механическим свойствам относятся прочность, твердость, ударная вязкость, упругость, пластичность, хрупкость и др. Прочность - это способность материала сопротивляться разрушающему воздействию внешних сил. Твердость - это способность материала сопротивляться внедрению в него другого, более твердого тела под действием нагрузки. Химические свойства материалов характеризуют их способность реагировать на различные вещества, способные изменить химический состав материала. К химическим свойствам относятся растворимость и коррозионная стойкость, в том числе кислотостойкость, щелочестойкость и газостойкость. Растворимость - способность материала растворяться в воде, масле, бензине, скипидаре и других жидкостях - растворителях.
	ПК 2.2	23. Системы классификации товаров.	В товароведении используется несколько видов классификации товаров: 1) торговая классификация; 2) учебная классификация; 3) экономико-статистическая классификация; 4) стандартная классификация; 5) внешнеэкономическая классификация.
	ПК 2.3	24. Эргономические свойства товаров, комплексные и единичные показатели качества.	Эргономические свойства товара - способность товара создавать ощущение удобства, комфорта, наиболее полного удовлетворения потребностей в соответствии с антропометрическими, физиологическими,

			психологическими и органолептическими характеристиками потребителя. Единичный показатель качества– характеризует одно простое свойство товара. Комплексный показатель качества товара– характеристика нескольких его свойств. Виды комплексных показателей: 1. Групповой комплексный показатель характеризует группу простых свойств или одно сложное свойство. 2. Обобщенный комплексный показатель качества характеризует всю совокупность свойств, по которым производится оценка качества.
	ПК 2.3 ПК 2.4	25. Безопасность товара комплексные и единичные показатели качества.	Различают единичные и комплексные показатели безопасности: - единичными показателями безопасности являются, например, механическая прочность, виброустойчивость, химическая устойчивость, предельный уровень ионизирующего излучения и пр. - к комплексным показателям безопасности относятся термическая, химическая, биологическая опасность, травмо-, пожаро- и взрывоопасность, опасность излучений, поражения электрическим током и др
	ПК 2.3	26.Факторы, обеспечивающие качество	Под фактором обеспечения качества продукции понимается конкретная сила, изменяющая свойства сырья, материалов, конструктивных элементов или изделия в целом. Сюда относятся: предметы и орудия труда, оборудование, оснастка, инструмент, технология, а также профессиональные знания и навыки разработчиков, рабочих, организаторов производства.
	ПК 2.4	27.Контроль качества товара на производстве: входной, операционный, приёмочный. Сорт изделия. Уровень дефектности.	Контроль качества продукции подразделяют на три вида: входной, межоперационный и выходной (приемочный). Входной контроль - проверка качества сырья и вспомогательных материалов, поступающих в производство. Постоянный анализ качества поставляемого сырья и материалов позволяет влиять на производство предприятий-поставщиков, добиваясь повышения качества. Межоперационный контроль охватывает весь технологический процесс. Этот контроль иногда называют технологическим, или текущим. Цель межоперационного контроля - проверка соблюдения

			технологических режимов, правил хранения и упаковки продукции между операциями
	ПК 2.5	28. Виды и сред информации о тов рекламно-справочная информация.	Средствами товарной информации служат маркировка, технические документы, нормативные документы, учебная и научная литература, реклама и пропаганда. К товарной информации предъявляются следующие требования: - доступность; - достоверность; - достаточность.
	ПК 2.4	29. Оценка уровня каче товаров.	Под оценкой уровня качества продукции понимают процесс и результат установления относительной характеристики качества продукции, основанный на сопоставлении значений показателей свойств продукции с соответствующими значениями лучших отечественных и (или) зарубежных образцов, принятых в качестве базовых. Проблемой количественной оценки качества продукции занимается научная дисциплина квалитетрия.
	ПК 2.3	30. Транспортирование, хранение товаров и их влияние на качество.	Транспортирование - это хранение товаров только в пути. К хранению этот фактор близок по условиям внешней среды: показателями климатического (температура, ОВВ, воздухообмен и освещенность) и санитарно-гигиенического режимов. Различия между ними обусловлены характером возникающих нагрузок: статических - при хранении и преобладающих динамических нагрузок с кратковременными статическими нагрузками (во время стоянок) - при транспортировании. Хранение подразумевает определенный срок, во время которого товар будет находиться на складе, и предполагает соблюдение условий, необходимых для поддержания его качества (значение температуры и влажности, уровень освещения, кондиционирование, вентиляция и пр.). Складирование включает, естественно, и хранение, однако вместе с тем означает накапливание товара, принадлежащего одному владельцу.
Вопросы к экзамену по ПМ.02 Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров			

	ПК 2.4	1.Раскройте понятие и сущность экспертизы потребительских товаров.	В соответствии с этим определением предметом товароведческой экспертизы являются фактические данные (факты, обстоятельства), устанавливаемые на основе специальных научных познаний в области товароведения и исследования объекта и иных материалов дела. Специальные товароведческие познания - это профессиональные знания в области товароведения, сущность которых определяется содержанием предмета науки товароведения. Экспертиза потребительских товаров или товарная экспертиза - оценка экспертом основополагающих характеристик товаров, а также их изменений в процес-се товародвижения для принятия решений, выдачи независимых и компетентных заключений, которые служат конечным результатом.
	ПК 2.3	2.Актуальность экспертизы потребительских товаров в рыночных отношениях.	Среди эффективных средств решения поставленных задач одно из важных мест занимает независимая экспертиза качества товаров с позиций оценки и контроля их потребительной ценности для потребителя. Цель такой экспертизы – на основе тщательного анализа качества товаров определить их потребительную ценность, т. е. социальную эффективность, полезность, удобство пользования и эстетическое совершенство. Будучи элементом общегосударственной системы управления качеством товаров, экспертиза призвана стать барьером на пути к потребителю для некачественных, морально устаревших, неконкуренто-способных, опасных для здоровья и окружающей среды изделий.
	ПК 2.3	3.Предмет экспертизы товаров.	Предмет товароведческой экспертизы (ТЭ) - фактические данные, устанавливаемые в результате исследования объектов товарного происхождения, их отношений (связей) с явлениями окружающей действительности (различными воздействиями) и функционально связанных с ними процессов (упаковкой, транспортировкой, хранением, эксплуатацией), проводимого с помощью специальных познаний в рамках действующих правовых норм в целях получения доказательственной информации по делу.
	ПК 2.3	4.Принципы экспертизы потребительских товаров.	При проведении экспертизы эксперты должны соблюдать следующие принципы: объективность, независимость, компетентность, системный подход, эффективность, безопасность товара для потребителя и окружающей среды.
1.	ПК 2.4	5.Органы, компетентные в	Экспертиза товара проводится, как правило, специальными экспертными

		проведении экспертизы товаров.	организациями и является дополнительной проверкой качества товара с привлечением специалистов. По соглашению между потребителем и продавцом (изготовителем) или организацией, выполняющей функции продавца (изготовителя), потребитель может не передавать товар для проверки качества (экспертизы) продавцу, а представить заключение экспертизы сторонней организации.
	ПК 2.1	6.Охарактеризуйте идентификационную экспертизу и ее суть.	Идентификационная экспертиза - оценка экспертом количественных и качественных значений показателей продукции/услуги для установления тождественности характеристик продукции/услуги ее описанию, указанному в документах или отсутствие тождественности. В последнем случае идентификация будет иметь еще один очень важный результат выявление признаков фальсификации продукции и услуг.
	ПК 2.1	7.Анализ ассортимента и качества швейных товаров, реализуемых в торговом предприятии.	АВС-анализ позволяет классифицировать товары, услуги и ресурсы в зависимости от того, какое влияние они оказывают на прибыль предприятия. Метод АВС-анализа чаще всего используют в ритейле. Он позволяет быстро определить, какие товары наиболее рентабельны. С его помощью несложно выработать стратегию продаж, которая будет приносить прибыль. Метод прост и удобен в использовании, если требуется проанализировать товары, сырье и прочее.
	ПК 2.3	8.Значение экспертизы в условиях глобальной рыночной экономики.	Ценность профессиональной экспертизы для инвесторов всегда была очень высокой. А за последний год, учитывая геополитическую ситуацию, санкции, волатильность рынка, значимость экспертизы колоссально возросла.
	ПК 2.3	9.Охарактеризуйте документальную экспертизу.	Документальная экспертиза - оценка экспертом товароведных характеристик товаров, основанная на информации товарно-сопроводительных, технологических и иных документов. Так же, как и ассортиментная, экспертиза документальная чаще всего применяется в качестве обязательного элемента других видов товароведной экспертизы, поскольку эксперты обязательно проверяют

			соответствие количества, качества, наименования объекта экспертизы документальным данным.
	ПК 2.3	10.Роль экспертизы в решении ключевых задач управлением качеством товаров.	Среди методов, применяемых в управлении качеством для решения многих управленческих задач, очень часто используется экспертный метод. Одним из первых появился метод «Дельфи». В дальнейшем были разработаны другие аналогичные методы, имеющие в своей основе экспертные оценки. Сначала экспертные методы использовались, в основном, для решения задач, связанных с прогнозированием в области науки и техники, а затем они стали применяться в других областях, в том числе в управлении качеством. Это связано с большим числом возникающих при этом виде управления противоречий, которые во многих случаях невозможно разрешить объективными методами. Экспертные методы также используют в случаях: - невозможности применения моделирования и описания управляемых объектов формализованными математическими способами; - отсутствия достаточно достоверной информации; - информационной неопределенности управляемых объектов; - разработки средне- и долгосрочных прогнозов влияния законов и закономерностей на управление качеством; - наличия экстремальных ситуаций в управлении качеством.
	ПК 2.3	11.Характеристика экспертизы подлинности товаров.	Экспертиза подлинности направлена на оценку принадлежности товара к определенной торговой марке, которая произведена конкретным предприятием. Эту оценку эксперт получает в результате сравнения характерных признаков предъявленного товара с подлинным образцом товара той же торговой марки и предприятия, которое владеет данной маркой. Условием для выполнения подобной работы является наличие у эксперта подлинных образцов товаров.
	ПК 2.4	12.Характеристика качественной и количественной экспертизы.	Качественная экспертиза - это оценка качественных характеристик товара экспертами для установления соответствия их требованиям нормативных документов. Проводят эту экспертизу с целью определения качества товара в товарной партии при сдаче-приемке, или после длительного хранения, или при обнаружении скрытых технологических дефектов в процессе хранения, когда обычные сроки предъявления претензий поставщику истекли.

			Количественная экспертиза - оценка количественных характеристик товара экспертами при невозможности применения измерительных методов и/или необходимости подтверждения достоверности результатов измерений независимой стороной. Назначением экспертизы данного вида является определение количества товара в товарной партии и/или количественных характеристик единичных экземпляров или комплексных упаковочных единиц.
	ПК 2.3	13.Документальная экспертиза и ее практическое применение в торговле.	Документальной экспертизой называется оценка экспертом товароведных характеристик товаров, основанная на информации товарно-сопроводительных, технологических и иных документов. При проведении документальной экспертизы отсутствующего товара эксперт анализирует имеющиеся документы: накладные, сертификаты, качественные удостоверения, акты списания, технические документы по контролю за температурно-влажностным режимом, докладные работников торговых организаций. Самостоятельно этот вид экспертизы проводится в случае отсутствия товара вследствие его реализации, хищения, порчи, гибели из-за непредвиденных обстоятельств.
	ПК 2.3 ПК 2.4	14.Отличие товарной экспертизы от товароведно-судебной экспертизы.	Товароведческая экспертиза – это исследование определенного вида товара (продукта) на предмет получения достоверных количественных и качественных показателей о его потребительском качестве, которое, как правило, направлено на определение дефектов и причин их образования, а также фактического качества изделий (обуви, одежды, галантереи, бытовой техники, мебели и пр.), требующее специальных знаний в определенной сфере. Судебно-товароведческая экспертиза – это исследование объектов СТЭ для установления фактических данных, используемых в качестве доказательств по конкретному уголовному, гражданскому или арбитражному делу, проводимое в соответствии с процессуальным законодательством экспертами – лицами, сведущими в области судебной экспертизы криминалистики, товароведения, смежных областях естественно-технических и социальных наук.
	ПК 2.4	15.Связь экологической и товарной экспертиз.	Государственная экологическая экспертиза организуется и проводится федеральным органом исполнительной власти в области экологической

			экспертизы (Росприроднадзор) и органами государственной власти субъектов Российской Федерации в порядке, установленном настоящим Федеральным законом, иными нормативными правовыми актами Российской Федерации, законами и иными нормативными правовыми актами субъектов Российской Федерации. Товарная экспертиза — оценка экспертом основополагающих характеристик товаров, а также их изменений в процессе товародвижения для принятия решений, выдачи независимых и компетентных заключений, которые служат конечным результатом. При проведении экспертизы могут оцениваться все основополагающие характеристики товара: ассортиментная, качественная, количественная, стоимостная или только их части.
	ПК 2.3	16.Нормативно правовая база товароведной экспертизы.	В Федеральном законе «О государственной судебно-экспертной деятельности в Российской Федерации» определяются следующие принципы, на которых базируется эта деятельность: - законность - соблюдение прав и свобод человека и гражданина и прав юридического лица - независимость эксперта - объективность - всесторонность и полнота исследований
	ПК 4.1	17.Правовая база товароведной экспертизы.	Товароведческая экспертиза – это исследование определенного вида товара (продукта) на предмет получения достоверных количественных и качественных показателей о его потребительском качестве, которое, как правило, направлено на определение дефектов и причин их образования, а также фактического качества изделий (обуви, одежды, галантереи, бытовой техники, мебели и пр.), требующее специальных знаний в определенной сфере.
	ПК 2.3	18.Виды нормативных документов, используемых в товароведной экспертизе.	К нормативно-технической документации относятся следующие виды документов: - технические условия (ТУ) 2. технологическая инструкция (ТИ) 3. технологический регламент (ТР)

			4. технологический процесс (ТП) 5. паспорт безопасности (ПБ) 6. этикетка 7. рецептура 8. паспорт качества
	ПК 2.4	19.Товароведная оценка качества мягких игрушек, реализуемых в торговом предприятии.	Органолептическая оценка качества игрушек. Качество игрушек в магазине и в лаборатории оценивают следующими методами: органолептическим и инструментальными (лабораторными). Оценку качества провели по нормативно – технической документации – ГОСТу - ГОСТ - 26533-85 «Игрушки мягконабивные», ГОСТ - 25779 – 90 «Игрушки. Общие требования безопасности и методы контроля». Органолептическая оценка качества мягконабивных игрушек используется в товароведении; осуществляется путем тщательного осмотра, растяжения, ощупывания продукции(игрушек). Органолептическими показателями, по которым проводится оценка являются: внешний вид, ткань, набивка, звук, цвет, швы, дефекты.
	ПК 2.3	20.Законодательная база товароведной экспертизы.	Товароведческая экспертиза – это исследование определенного вида товара (продукта) на предмет получения достоверных количественных и качественных показателей о его потребительском качестве, которое, как правило, направлено на определение дефектов и причин их образования, а также фактического качества изделий (обуви, одежды, галантереи, бытовой техники, мебели и пр.), требующее специальных знаний в определенной сфере.
	ПК 2.4	21.Товароведная экспертиза качества мясных товаров, реализуемых в торговом предприятии.	Товароведная экспертиза - оценка потребительских свойств товаров по органолептическим, физико-химическим и микробиологическим показателям, а также показателей их количественных характеристик, осуществляемая экспертами путем проведения испытаний (измерений) или опроса и/или на основании информации на маркировке и/или в товарно-сопроводительных документа Нормативный документ - это документ, который устанавливает правила, общие принципы или характеристики, касающиеся различных видов деятельности или их результатов. Принято различать нормативные документы в области стандартизации, метрологии, сертификации, торговли, ветеринарии, санитарии и гигиены. Все

			эти документы должны использоваться экспертами при проведении товарной экспертизы. ГОСТ Р - государственный стандарт РФ, стандарт, принятый органом по стандартизации России для применения на территории Российской Федерации. Региональный стандарт, ГОСТ - стандарт, принятый региональной организацией по стандартизации, для применения на региональном уровне, в том числе странами СНГ. Межгосударственный стандарт, ГОСТ, который также может являться региональным стандартом - стандарт, принятый Межгосударственным Советом по стандартизации, метрологии и сертификации (МГС). Международный стандарт ИСО, МЭК, ИСО/МЭК, например, ГОСТ ИСО - стандарт, принятый соответствующими странами членами и членами - корреспондентами международных организаций по стандартизации ИСО. Стандарт предприятия, СТП - стандарт, принятый предприятием применительно к продукции, работам и услугам своего предприятия. ГОСТ 16290-86 «Колбасы варено-копченые» ГОСТ 7269-79 «Настоящий стандарт распространяется на говяжье, баранье, свиное мясо и мясо других видов убойных животных, на мякотные субпродукты (кроме печени, мозгов, легких, селезенки и почек) и устанавливает методы отбора образцов и органолептические методы определения свежести в случае возникновения сомнения! ГОСТ Р 54033-2010 Консервы мясные ГОСТ Р 51482-99 Мясные субпродукты ГОСТ Р 52675-2006 Мясные полуфабрикаты Как мы видим, товарная экспертиза мяса и мясопродуктов базируется на достаточно крупном комплексе нормативных документов.
	ПК 2.4	22. Анализ ассортимента и качества молочных товаров, реализуемых в торговом предприятии.	При прием молока на молочном заводе оно подвергается органолептической оценке, т.е. определяется вкус, запах, цвет, консистенция, наличие тех или иных пороков и недостатков. Согласно ГОСТ 13264-88 молоко должно иметь чистые вкус и запах, без посторонних, не свойственных свежему молоку, однородную, без осадка консистенцию и цвет от белого до светло-желтого.
	ПК 2.4	23. Товароведная оценка качества зерномучных	К зерномучным товарам относят зерно, муку, вырабатываемые из нее макаронные и

		товаров, реализуемых в торговом предприятии.	хлебобулочные изделия, а также крупу и крупяные изделия. Эти товары занимают примерно 1/6 розничного товарооборота продовольственных товаров и являются важными продуктами питания. Хлебопродукты богаты углеводами, белками, витаминами, минеральными веществами, характеризуются высокой калорийностью, хорошей усвояемостью. Крупа - это целое или дробленое зерно, полностью или частично освобождённое от оболочек, алейронового слоя и зародыша. В реализацию поступают следующие виды крупы: пшеничная, гречневая, рисовая, овсяная, кукурузная, пшеничная и др. Оценку качества проводят по четырем признакам: запаху, цвету, консистенции, вкусу. Каждому из них дана характеристика применительно к крупяной продукции.
ПК 2.4	24.Анализ ассортимента и качества кондитерских товаров.	Качество конфет оценивается следующими показателями: пищевой и биологической ценности, органолептическими, физико-химическими, безопасности. Органолептические показатели определяют по ГОСТ 5897—90 «Изделия кондитерские. Методы определения органолептических показателей качества, размеров, массы нетто и составных частей». Оценивают внешний вид упаковки конфет, ее аккуратность и эстетичность оформления, соответствие требованиям маркировки, отклонения в массе упаковки, внешний вид продукции, форму изделия, состояние поверхности, вкус и запах. Внешний вид продукции должен быть привлекателен. Упаковка должна отвечать требованиям герметичности и плотности облегающей конфет подверткой или этикеткой. При наличии развернутых и полуразвернутых изделий определяют их содержание по массе (в процентах к массе среднего образца или единице упаковки). Форма конфет может быть различная — квадратная, прямоугольная, круглая, цилиндрическая и т.д. Развернутые изделия рассматривают при хорошем освещении. Обращают внимание на наличие деформированных изделий. Поверхность конфет должна быть сухой, покрытой ровным слоем шоколадной или жировой глазури, без просветов и раковин. Не допускаются наплывы глазури или прилипшие крошки кондитерской массы, наличие крахмала на поверхности. Цвет изделий чаще всего коричневый различных	

			оттенков (в зависимости от вида сырья и технологии изготовления), он должен быть однородным, без вкраплений краски. Консистенция изделий твердая, мягкая при раскусывании. Структура аморфная, пористая, кристаллическая, желейная, твердая или мягкая при раскусывании, маслянистая. Вкус и запах оценивают опробованием.
	ПК 2.4	25.Товароведная экспертиза качества пушно-меховых товаров, реализуемых в торговом предприятии.	Пушно-меховые товары — шкурки диких зверей и некоторых с.-х. и домашних животных, а также меховые изделия из этих шкурок. К пушно-меховым товарам относятся также шкурки некоторых морских зверей и меховой птицы. Пушно-меховые товары обладают свойством хорошо защищать от холода, носки, красивы, гигиеничны. В связи с этим различают следующие виды товароведной экспертизы: количественная, качественная экспертиза товаров по договорам, ассортиментная, документальная и комплексная. в отличие от приемки товаров по качеству проводится независимыми экспертами, что обеспечивает ее большую достоверность; результаты экспертизы должны приниматься как окончательные и поставщиком, и покупателем.
	ПК 2.4	26.Анализ ассортимента и качества швейных товаров, реализуемых в торговом предприятии.	Контроль качества швейных изделий осуществляется органолептическим и измерительным методами. Органолептический метод - осмотр изделия, сопоставление его с образцом - эталоном, проверка креплений, клеевых соединений, совмещения симметричных деталей. Измерительный метод - контроль с помощью линейки, сантиметровой ленты, текстильной лупы и др. Контроль может быть сплошным, т.е. контроль каждого изделия, и выборочным.
	ПК 2.4	27.Анализ ассортимента и качества древесно-мебельных товаров, реализуемых в торговом предприятии.	Анализ ассортимента включает в себя сбор информации об объеме продаж и прибыли по каждой товарной единице, а также определение долей отдельных товарных единиц в объеме продаж и прибыли товарной линии. На основе результатов проведенных анализов принимаются решение обновлении, корректировке или сокращении. Важнейшие потребительские свойства мебели - функциональные, эргономические, эстетические, надежность. На формирование этих свойств решающее влияние оказывают материалы, из которых изготавливается мебель, ее конструирование, производственное исполнение.
	ПК 2.4	28.Товароведная оценка качества кожевенно-	Нормативными документами информационного обеспечения товароведения и экспертизы товаров

		обувных товаров, реализуемых в торговом предприятии.	являются Гражданский кодекс, Федеральные законы РФ, нормативно-правовые акты, постановления Российской Федерации, а также государственные стандарты. Государственный стандарт - (ГОСТ) одна из основных категорий стандартов в Российской Федерации [5]. На обувных предприятиях качество изделий контролируют работники отдела технического контроля. На этом этапе проверяют соответствие обуви требованиям нормативно-технической документации (ГОСТов и ТУ) и устанавливают ее сорт. В процессе исследования нормативно-технической документации на обувь установлена, определены общие и обязательные требования [5]. ГОСТ 19116-2005: Обувь модельная. Общие технические условия ГОСТ 26166-84: Обувь повседневная из синтетических и искусственных кож. Технические условия ГОСТ 1135-2005: Обувь домашняя и дорожная. Общие технические условия ГОСТ 26167-2005: Обувь повседневная. Общие технические условия ГОСТ 25899-83: Материалы для низа обуви. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение ГОСТ 7296-81: Обувь. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение ГОСТ Р 51796-2001: Обувь для игровых видов спорта. Общие технические требования ГОСТ 21463-87: Обувь. Нормы прочности ГОСТ 27420-87: Материалы синтетические для деталей низа обуви. Метод определения морозостойкости в динамических условиях ГОСТ 17311-71: Подошвы, каблуки и набойки резиновые формованные износостойчивые. Технические условия ГОСТ 6410-80: Ботинки, сапожки и туфли резиновые и резинотекстильные клееные. Технические условия ГОСТ 9289-78: Обувь. Правила приемки ГОСТ 11373-88: Обувь. Размеры ГОСТ 5375-79: Сапоги резиновые формовые. Технические условия ГОСТ 1135-88: Обувь домашняя и дорожная. Общие технические условия ГОСТ 19116-84: Обувь модельная. Технические условия ГОСТ 26165-84: Обувь детская. Технические условия ГОСТ 9133-78: Обувь. Методы определения линейных размеров.
	ПК 2.4	29.Товароведная экспертиза качества товаров бытовой химии, реализуемых в торговом предприятии.	Экспертиза качества товаров бытовой химии проводится на заводах-производителях для каждой партии продукции. Несмотря на это в торговые сети могут попадать средства, которые не удовлетворяют заявленным потребительским свойствам или нормативной документации. При проверке на заводе исследуют не всю партию. Из нее выбирают опытные образцы, которые

			проходят лабораторный анализ. В связи с этим возможны погрешности. При обнаружении в процессе продажи критических замечаний к бытовой химии, средства отзывают из розничных сетей. Требования к продукции в разных странах могут отличаться. В связи с этим для поставки в другие регионы порой даже приходится корректировать рецептуру. А чтобы убедиться в соответствии нормативам, при ввозе могут дополнительно проводить экспертизу качества в лаборатории принимающей стороны. Порой заказывать исследования приходится и конечным потребителям продукции. Рассмотрим случаи в которых это необходимо.
	ПК 2.4	30. Анализ ассортимента и качества изделий из стекла и хрусталя, реализуемых в торговом предприятии.	Используя классификацию по назначению стеклянной посуды, ассортимент её включает: Посуда для подачи пищи: Салатники, маслénки, графины, кувшины с ручкой и широкой горловиной, вазы для варенья, для печенья, для фруктов, штофы. Посуда для еды и питья: Тарелки, стаканы, розетки для варенья, кружки, чашки с блюдцами, изделия на ножках (бокалы, фужеры, рюмки), салатники порционные.
	ПК 2.4	31. Товароведная экспертиза качества металлохозяйственных товаров, реализуемых в торговом предприятии.	Требования, предъявляемые к качеству металлохозяйственных товаров, из-за многочисленности видов товаров разнообразны. Все изделия должны соответствовать размерам, виду покрытия, требованиям ГОСТа и другой нормативно-технической документации. Все детали изделия должны быть собраны аккуратно, плотно и без зазоров. На обработанных поверхностях не допускаются трещины, вмятины, заусеницы, острые углы, окалина, следы коррозии и другие дефекты, ухудшающие внешний вид изделий. Металлы и сплавы, покрытия, применяемые для изготовления пищевой посуды или для приготовления пищи (мясорубки), не должны содержать токсичных веществ.
	ПК 2.4	32. Раскройте понятие и сущность экспертизы потребительских товаров	В соответствии с этим определением предметом товароведческой экспертизы являются фактические данные (факты, обстоятельства), устанавливаемые на основе специальных научных познаний в области товароведения и исследования объекта и иных материалов дела. Специальные товароведческие познания - это профессиональные знания в области

			товароведения, сущность которых определяется содержанием предмета науки товароведения.
--	--	--	--