

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 27.05.2025 17:24:41

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

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

Директор Пятигорского института
(филиал) СКФУ
Т.А. Шебзухова

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>

2025 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, 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 3 Семестр

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 4 семестр

1 вариант

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

2 вариант

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

5 семестр

1 вариант

1. Основные понятия «качество товаров», «свойства», «уровень качества».
2. Номенклатура потребительских свойств и показателей качества.
3. Виды нормативных документов, устанавливающих требования к качеству.

2 вариант

1. Структура оценочной деятельности.

2. Градация качества товаров.
3. Дефекты и их классификация.

6 семестр
1 вариант

1. Права потребителей и ответственность продавца при продаже товаров
2. Размерные характеристики товаров.
3. Понятие единичные экземпляры и товарная партия

2 вариант

1. Общие понятия классификации физических свойств товаров
2. Группы физических свойств товаров
3. Назначение, характеристика физических свойств товаров

МДК.02.03 Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров

4 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.

5 семестр
1 вариант

1. Технологический цикл товародвижения: общие понятия, этапы, стадии
2. Контроль качества и количества товарных партий
3. Виды, правила выборочного контроля
4. Приемочные и браковочные числа

2 вариант

1. Качество товаров. Понятие, номенклатура качества

2. Потребности и требования к качеству товаров
3. Факторы, формирующие качество товаров
4. Факторы, сохраняющие качество товаров

6 семестр

1 вариант

1. Влияние условий хранения на качество товаров.
2. Упаковка товаров, требования, классификация, назначение.
3. Транспортирование товаров.

2 вариант

1. Фальсификация товаров.
2. Причины возникновения разных видов потерь.
3. Методы по предупреждению и снижению потерь.

МДК.02.04 Управление ассортиментом товаров

3 семестр

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

4 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.

5 семестр

1 вариант

1. Раскройте понятие «технологический цикл товаров».
2. Каковы этапы и стадии технологического цикла товаров?
3. Охарактеризуйте виды проб и выборок, методы отбора проб.

2 вариант

1. Охарактеризуйте методы отбора проб.
2. Что такое приемочное и браковочное числа и уровень дефектности.
3. Методы выявления недоброкачественного товара

6 семестр

1 вариант

1. Основные единичные показатели рациональности формы.
2. В чем отличие показателей гигроскопичность и намокаемость.
3. Назовите виды безопасности.

2 вариант

1. В чем отличие срока годности и срока реализации, гарантийного срока и срока службы.
2. В каких нормативных документах отражены показатели качества товаров.
3. В чем отличие группировки продовольственных и непродовольственных товаров

МДК.02.03 Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров

4 семестр

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.

5 семестр

1 вариант

1. Раскройте понятие «идентификация товаров».
2. Охарактеризуйте функции идентификации товаров.
3. В чем отличие «идентификации» и «установления соответствия» товаров.
4. Охарактеризуйте виды идентификации товаров.
5. Охарактеризуйте методы идентификации.

2 вариант

1. Каково значение в установлении идентификации в партии товаров?
2. Что нужно знать товароведу при проведении качественной идентификации.
3. Что такое «фальсификация» товаров.
4. Какие виды фальсификации Вы знаете.
5. Какие виды фальсификации наиболее часто встречаются в торговле.

6 семестр

1 вариант

1. Перечислите виды и разновидности потерь и причины их возникновения.
2. Процессы вызывающие естественную убыль товаров.

2 вариант

1. Процессы вызывающие качественные потери товаров.
2. Каков порядок списания количественных и качественных потерь.
3. Охарактеризуйте мероприятия по снижению потерь.

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 потребительской 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;

- b) реальный, прогнозируемый;
- c) промышленный, торговый.

7. По широте охвата товаров различают ассортимент

- a) простой, сложный, групповой;
- b) развернутый, сопутствующий, смешанный;
- c) промышленный, торговый, учетный.

8. По степени удовлетворения потребителей различают ассортимент

- a) реальный, прогнозируемый;
- b) рациональный, оптимальный;
- c) 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

- а) набор однородных товаров, объединенных общностью признаков и удовлетворяющих аналогичные потребности;
- б) 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.

15. Развернутый ассортимент - это

- а) набор товаров разных групп, видов, наименований, отличающихся большим разнообразием функционального назначения;
- б) 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.

Примерная тематика курсовых работ по дисциплине МДК.02.02

Товароведение потребительских товаров

1. Экспертиза качества картофеля, реализуемого на рынке
2. Потребительские свойства и качество картофеля, реализуемого на розничном рынке
3. Потребительские свойства и качество свежей моркови, реализуемой в розничной торговле
4. Качество и потребительские свойства столовой свеклы, реализуемой на розничном рынке
5. Качество и потребительские свойства репчатого лука разных хозяйственно ботанических сортов, реализуемого на рынке
6. Товарная характеристика и качество культивируемых грибов, реализуемых в магазине
7. Потребительские свойства и качество грибов вешенки разных производителей (или шампиньонов)
8. Потребительские свойства и качество яблок разных помологических сортов, реализуемых на потребительском рынке г. Саратова
9. Товароведная характеристика и качество цитрусовых плодов, реализуемых в магазинах сетевой торговли
10. Характеристика потребительских свойств и качества бананов, реализуемых в магазинах сети «Пятерочка»

11. Роль генетически модифицированных свежих плодов, овощей в питании человека
12. Товароведная характеристика и качество сушеных плодов, реализуемых в магазине
13. Оценка качества закусочных овощных консервов, реализуемых в магазинах сетевой торговли
14. Товароведная характеристика и качество винограда, реализуемого в розничной торговле
15. Потребительские свойства и качество замороженных плодов и овощей, реализуемых в магазинах сетевой торговли
16. Сравнительная характеристика потребительских свойств и качества макаронных изделий различных изготовителей
17. Формирование видовых особенностей и качества макаронных изделий
18. Исследование потребительских свойств и качества макаронных изделий региональных изготовителей
19. Исследование ассортимента и качества рисовой крупы, поступающей в предприятия розничной торговли (или общественного питания)
20. Анализ ассортимента и качества крупы разных изготовителей, реализуемых в магазинах г. Саратова
21. Потребительские свойства и качество рисовой крупы разных изготовителей
22. Исследование технологических свойств и качества пшеничной муки
23. Ассортимент и качество хлеба из пшеничной муки, реализуемого в сети магазинов «Магнит»
24. Товарная характеристика ассортимента и качества батонов, реализуемых в сети магазинов «Гроздь»
25. Потребительские свойства, ассортимент и качество хлебобулочных изделий, вырабатываемых в гипермаркете «Магнит»
26. Функциональные виды хлеба и хлебобулочных изделий: ассортимент и качество
27. Сравнительная характеристика хлеба разных изготовителей из смеси ржаной и пшеничной муки по пищевой ценности и качеству
28. Роль тары и упаковочных материалов в сохранении потребительских свойств и качества продовольственных товаров
29. Фальсификация пищевых продуктов: последствия и предупреждения
30. Повышение потребительских свойств, качества и сохраняемости хлеба
31. Продовольственная безопасность России и региона
32. Товароведная характеристика тропических плодов, реализуемых в сетевых магазинах
33. Анализ показателей качества и безопасности свежих плодов
34. Контроль качества натуральных овощных консервов, реализуемых в магазине
35. Товароведная характеристика и оценка качества консервированных томатопродуктов

- 36. Потребительские свойства, упаковка, маркировка овощных консервов разных изготовителей
- 37. Товарная характеристика и качество соков, реализуемых в магазине
- 38. Потребительские свойства, ассортимент и качество овощных и плодовых консервов для детского питания
- 39. Сохранение потребительских свойств и качества свежих плодов
- 40. Влияние тары и упаковочных материалов на сохранение потребительских свойств и качества овощных (или плодовых) консервов

4.2. Оценочные средства промежуточной аттестации и критерии оценки

Промежуточная аттестация по МДК.02.01 Основы товароведения проводится в форме экзамена в 3 семестре, по МДК.02.02 Товароведение потребительских товаров проводится в форме контрольной работы в 4 и 5 семестрах, в форме дифференцированного зачета в 6 семестре, МДК.02.03 Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров, проводится в форме контрольной работы в 4 и 5 семестрах, в форме дифференцированного зачета в 6 семестре, МДК.02.04 Управление ассортиментом товаров проводится в форме дифференцированного зачета в 3 семестре.

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 соответствие 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, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.	- выполняет работы с соблюдением принципов бережливого производства и ресурсосбережения.
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.

Таблица 2 – Ключи к фонду тестовых заданий

№	Компетенци я	Содержание вопроса	Правильный ответ
Комплект заданий для контрольной работы МДК.02.02 вариант 1			
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.
2.	ПК 2.4	Товарная экспертиза: понятие, цель, принципы, объекты, субъекты, методы и виды.	"Экспертиза (от фр. expertise, от лат. espertus - 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.
3.	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			
4.	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.
5.	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, характеризующихся показателем, различают: - единичные показатели (характеризуют одно из свойств надежности);

			- комплексные показатели (характеризуют одновременно несколько свойств надежности, например, безотказность и ремонтпригодность); □ по числу характеризуемых объектов различают: - групповые показатели; - индивидуальные показатели; - смешанные показатели.
6.	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.02.03 вариант 1			
7.	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.
8.	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.
9.	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.
10.	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			
11.	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
12.	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.).
13.	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.
14.	ПК 2.3	Факторы, способствующие сохранению качества товара.	К факторам, способствующим с сохранению качества товаров, относятся: · упаковка и маркировка; · условия транспортирования; · условия хранения; · условия реализации и использования товаров; · техническая помощь в обслуживании; · утилизация после использования.
Фонд тестовых заданий МДК.02.01			
15.	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)
16.	ПК 2.3	Объектом товароведения является: а) товар; б) продукция; в) услуга; г) потребности покупателей.	а)
17.	ПК 2.3	Метод упорядочения однородных, взаимосвязанных объектов по общим признакам путем	а)

		расположения их в определенном порядке. а) систематизация; б) управление научным познанием; в) органолептический; г) измерительный.	
18.	ПК 2.5	Рассчитайте контрольную цифру штрихового кода. 456234072411? а) 0; б) 1; в) 4; г) 5.	г)
19.	ПК 2.3	Способность набора товаров удовлетворять спрос на одни и те же товары. а) новизна; б) устойчивость; в) полнота; г) структура.	б)
20.	ПК 2.2	К общим факторам, влияющим на формирование ассортимента относятся: а) сырьевая база; б) спрос; в) каналы распределения; г) рентабельность.	б),г)
21.	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)
22.	ПК 2.2	Показатели, предназначенные для выражения простых свойств товаров: а) единичные; б) комплексные; в) базовые; г) определяющие.	а)
23.	ПК 2.2	Товар, который соответствует установленным требованиям по всем выбранным показателям: а) нестандартный; б) стандартный; в) брак; г) отход.	б)
24.	ПК 2.4	Определите степень значимости дефекта - несоответствие товаров	в)

		установленным требованиям, которое может нанести вред жизни, здоровью, имуществу потребителей или окружающей среде: а) малозначительный дефект; б) значительный; в) критический; г) незначительный.	
25.	ПК 2.2	Укажите этапы предтоварной стадии: а) хранение и транспортирование; б) потребление; в) реализация товаров; г) приемочный контроль сырья.	г)
26.	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)
27.	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)
28.	ПК 2.4	Укажите факторы, формирующие качество товаров: а) упаковочные материалы; б) условия хранения; в) сырье; г) технология производства.	в),г)

29.	ПК 2.2	Какая упаковка является жесткой: а) тканевая; б) деревянная; в) картонная; г) бумажная.	б)
Фонд тестовых заданий МДК.02.02			
30.	ПК 2.1	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.	в)
31.	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)
32.	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)
33.	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)
34.	ПК 2.2	Чем обладает товар как сложное понятие и не менее сложный материальный объект? а) физическими свойствами; б) определенными потребительными свойствами;	б)

		в) индивидуальными качествами; г) материальной структурой; д) сортностью.	
35.	ПК 2.1	Кто дал одно из первых определений товароведения? а) Варрон; б) Вавилов И.; в) Колумелла; г) Себициус М.; д) Линней.	б)
36.	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)
37.	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; г) общей части и частного товароведения; д) вступительного, основного и заключительного разделов.	а)
38.	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)
39.	ПК 2.2	Назовите принцип товароведения, заключающийся в установлении определенной последовательности однородных, взаимосвязанных товаров, процессов или услуг: а) систематизация; б) интегрированность;	а)

		в) совокупность; г) совместимость; д) взаимозаменяемость.	
40.	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) с 1842 г.	д)
41.	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)
42.	ПК 2.2	Сколько основополагающих характеристик имеют товары как объекты товароведной деятельности? а) одну; б) две; в) три; г) четыре; д) пять.	г)
43.	ПК 2.2	Назовите товароведные характеристики товаров: а) потребительские, физические; б) ассортиментные, качественные, количественные; в) технические, структурные; г) внешние, внутренние; д) функциональные, стоимостные.	б)
44.	ПК 2.2	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;	а)

		д) функциональным, экономическим.	
Фонд тестовых заданий МДК.02.03			
45.	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)
46.	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) оценки качества, хранения, маркирования, товарной обработки.	Г)
47.	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)
48.	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;	А)

		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.	
49.	ПК 2.3	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.	В)
50.	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)
51.	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; В) показатель качества углеводов, отражающий содержание моносахаридов;	А)

		Г) показатель качества минерального состава пищевого продукта, отражающий содержание микроэлементов.	
52.	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)
53.	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) 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.	Б)
54.	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;	А)

		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.	
55.	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)
56.	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)
57.	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)
58.	ПК 2.3	Резкий перепад температуры при хранении приводит к? А) испарению влаги; Б) усушке; В) увлажнению продуктов и развитию микроорганизмов;	В)

		Г) испарению и увлажнению продукта.	
59.	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			
60.	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)
61.	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)
62.	ПК 2.2	Ассортимент товаров предназначен для. а) удовлетворения потребностей потребителей; б) регламентирования определенной профессиональной деятельности; с) разработки стандартов.	а)
63.	ПК 2.2	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.	а)
64.	ПК 2.2	Ассортимент товаров классифицируют по а) местонахождению, по широте охвата товаров; б) степени удовлетворения потребителей, по характеру потребностей;	а),б)

		с) способности перечня товаров удовлетворять спрос на одни и те же товары.	
65.	ПК 2.2	По местонахождению товаров различают ассортимент. а) простой, сложный; б) реальный, прогнозируемый; с) промышленный, торговый.	с)
66.	ПК 2.2	По широте охвата товаров различают ассортимент а) простой, сложный, групповой; б) развернутый, сопутствующий, смешанный; с) промышленный, торговый, учетный.	а),б)
67.	ПК 2.3	По степени удовлетворения потребителей различают ассортимент а) реальный, прогнозируемый; б) рациональный, оптимальный; с) видовой, марочный.	б)
68.	ПК 2.2	По характеру потребностей различают ассортимент а) реальный, прогнозируемый, учетный; б) простой, сложный, групповой; с) промышленный, торговый, смешанный.	а)
69.	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)
70.	ПК 2.2	Торговый ассортимент - это а) набор товаров, предоставленный значительным количеством групп, видов, разновидностей и наименований товаров; б) набор товаров, формируемый организацией торговли или общественного питания с учетом ее специализации, потребительского спроса и материально-технической базы; с) набор товаров, предоставленный небольшим количеством групп,	б)

		видов, разновидностей и наименований товаров.	
71.	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)
72.	ПК 2.2	Сложный ассортимент - это а) набор товаров, формируемый организацией торговли с учетом ее специализации, потребительского спроса, материально- технической базы; б) 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.	b)
73.	ПК 2.2	Групповой ассортимент - это а) набор однородных товаров, объединенных общностью признаков и удовлетворяющих аналогичные потребности; б) 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)
74.	ПК 2.2	Развернутый ассортимент - это а) набор товаров разных групп,	b)

		видов, наименований, отличающихся большим разнообразием функционального назначения; б) 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.	
--	--	--	--