



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ОП.02. Теоретические основы товароведения


**38.02.05 Товароведение и экспертиза качества
потребительских товаров**

Очная форма обучения

Владивосток 2022

Рабочая программа учебной дисциплины ОП.02. Теоретические основы товароведения разработана на основе Федерального государственного образовательного подготовки специалистов среднего звена 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров, приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 28 июля 2014 г. N 835.

Разработана: Худякова Светлана Константиновна, преподаватель АК ВГУЭС

Рассмотрена на заседании ЦМК междисциплинарного профиля
Протокол № 9 от «16» мая 2022 г.
Председатель ЦМК _____  Гусакова А.Д.

Содержание

1	Общие сведения	4
2	Структура и содержание учебной дисциплины	6
3	Условия реализации программы дисциплины	12
4	Контроль результатов освоения учебной дисциплины	15

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ ОП.02. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТОВАРОВЕДЕНИЯ

1.1. Место учебной дисциплины в структуре ПСССЗ

Рабочая программа учебной дисциплины Теоретические основы товароведения является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров.

Рабочая программа составляется для очной формы обучения.

1.2. Требования к результатам освоения учебной дисциплины

Базовая часть

В результате освоения дисциплины студент должен уметь:

- распознавать классификационные группы товаров;
- анализировать стадии и этапы технологического цикла товаров.

В результате освоения дисциплины студент должен знать:

- основные понятия товароведения;
- объекты, субъекты и методы товароведения;
- общую классификацию потребительских товаров и продукции производственного назначения, классификацию продовольственных и непродовольственных товаров по однородным группам;
- виды, свойства, показатели ассортимента;
- основополагающие характеристики товаров;
- товароведные характеристики товаров однородных групп (групп продовольственных или непродовольственных товаров): классификацию ассортимента, оценку качества;
- количественные характеристики товаров;
- факторы, обеспечивающие формирование и сохранение товароведных характеристик;
- виды потерь, причины возникновения, порядок списания.

Личностными результатами реализации программы воспитания при освоении профессионального модуля являются:

- выбирающий оптимальные способы решения профессиональных задач на основе уважения к заказчику, понимания его потребностей;
- проявляющий способности к планированию и ведению предпринимательской деятельности на основе понимания и соблюдения правовых норм российского законодательства;
- креативно мыслящий, готовый разрабатывать новые виды продукции;
- активно применяющий полученные знания на практике.

Вариативная часть

С целью реализации требований работодателей и ориентации профессиональной подготовки под конкретное рабочее место, обучающийся в рамках овладения указанным видом профессиональной деятельности должен:

- уметь: идентифицировать классификационные группы товаров; выделять этапы технологического цикла товаров и анализировать их;
- знать: общую классификацию потребительских товаров и продукции производственного назначения, классификацию продовольственных и непродовольственных товаров по однородным группам; основополагающие характеристики товаров; классификацию ассортимента; принципы проведения оценки качества товаров; факторы формирующие и сохраняющие качество товаров; виды потерь, причины их возникновения и порядок списания.

Содержание дисциплины должно быть ориентировано на подготовку студентов к освоению профессиональных модулей ППСЗ по специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров и овладению профессиональными компетенциями (ПК):

ПК 1.1. Выявлять потребность в товарах.

ПК 1.2. Осуществлять связи с поставщиками и потребителями продукции.

ПК 1.3. Управлять товарными запасами и потоками.

ПК 1.4. Оформлять документацию на поставку и реализацию товаров.

ПК 2.1. Идентифицировать товары по ассортиментной принадлежности.

ПК 2.2. Организовывать и проводить оценку качества товаров.

ПК 2.3. Выполнять задания эксперта более высокой квалификации при проведении товароведной экспертизы.

ПК 3.1. Участвовать в планировании основных показателей деятельности организации.

ПК 3.2. Планировать выполнение работ исполнителями.

ПК 3.3. Организовывать работу трудового коллектива.

ПК 3.4. Контролировать ход и оценивать результаты выполнения работ исполнителями.

ПК 3.5. Оформлять учетно-отчетную документацию.

В процессе освоения дисциплины у студентов должны формировать общие компетенции (ОК):

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

1.3. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	103
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	66
в том числе:	
практические занятия	33
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	31
в том числе:	
доклады, презентации, рефераты	
Консультации	6
Итоговая аттестация в форме экзамен	

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.02 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ТОВАРОВЕДЕНИЯ

2.1. Тематический план и содержание

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Тема 1. Введение в товароведение	Содержание учебного материала	2	
	1. Предмет, цели и задачи товароведения	1	1
	2. Принципы товароведения	1	1
	Практические занятия: 1. Ознакомление с ФЗ «О защите прав потребителей»	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся: 1. Основоположники товароведения как науки, труды по товароведению. 2. История и направления развития товароведения. 3. Междисциплинарные связи товароведения с другими учебными дисциплинами.	6	2,3
Тема 2. Объекты и субъекты товароведной деятельности	Содержание учебного материала	4	
	1. Объекты товароведной деятельности.	1	1
	2. Субъекты товароведной деятельности	1	1
	3. Понятие товара. Основопологающие характеристики товара: ассортиментная, качественная, количественная, стоимостная	2	1
	Практические занятия: 1. Выявление основополагающих характеристик товаров	3	2
Тема 3. Методы товароведения	Содержание учебного материала	6	
	1. Методы научного познания: эмпирические, аналитические.	1	1

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
	2. Методы практической товароведной деятельности: оценки качества, технологические.	1	1
	3. Классификация как метод товароведения. Иерархический и фасетный методы классификации, их преимущества и недостатки. Правила классификации.	1	1
	4. Товароведная классификация товаров. Общая классификация продовольственных товаров. Общая классификация непродовольственных товаров	1	1
	5. Кодирование товаров. Достоинства и недостатки различных методов кодирования. Классификаторы.	2	1
	Практические занятия: 1. Изучение методов классификации потребительских товаров 2. Изучение методов кодирования товаров	6	2
	Самостоятельная работа обучающихся: 1. Методы кодирования при производстве, транспортировании, хранении и реализации товаров однородных и разнородных групп	6	2,3
Тема 4. Ассортимент товаров	Содержание учебного материала	5	
	Основные понятия: ассортимент, структура ассортимента. Отличительные признаки.	1	1
	Классификация ассортимента: промышленный и торговый; развернутый, укрупненный; сложный и простой и т.п.	1	1

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
	Свойства и показатели ассортимента: определение, назначение, расчет. Влияние отдельных показателей на результаты коммерческой деятельности.	2	1
	Управление ассортиментом. Формирование ассортимента. Факторы, влияющие на формирование ассортимента. Регулирование этих факторов. Особенности формирования ассортимента различных групп товаров.	1	1
	Практические занятия: 1. Расчет показателей ассортимента и анализ ассортиментной политики торговых организаций	6	2
	Самостоятельная работа обучающихся: 1. Ассортиментная политика: понятие, цели и задачи. 2. Направления развития и совершенствование ассортимента. 3. Виды нормативных и технических документов, регламентирующих ассортимент товаров.	5	2,3
Тема 5. Качество товаров	Содержание учебного материала	4	
	1. Качество товара, определения. Требования к качеству.	0,5	1
	2. Свойства и показатели качества. Характеристика свойств по способу выражения, по методу определения, по стадии определения, по применению для оценки уровня качества.	0,5	1
	3. Номенклатура потребительских свойств товаров.	1	1
	4. Оценка качества и градации качества товаров.	0,5	1
	5. Дефекты товаров.	0,5	1

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
	Практические занятия: 1. Анализ номенклатуры потребительских свойств и показателей качества товаров	4	2
Тема 6. Количественная характеристика товаров	Содержание учебного материала	2	
	1. Основные понятия: единичные экземпляры, товарная партия, общие количественные характеристики, специфичные количественные характеристики.	1	1
	2. Физические свойства товаров: общие физические свойства, специфические физические свойства товарных партий, специфические физические свойства единичных экземпляров товаров.	1	1
	Практические занятия: 1. Отбор проб 2. Приемка товаров по количеству и качеству	4 2 2	2 2
	Тема 7. Технологический цикл товаров	Содержание учебного материала	2
1. Стадии технологического цикла: предтоварная стадия, товарная стадия, стадия утилизации.		1	1
2. Идентификация и прослеживаемость товаров. Технологическое, информационное, организационное обеспечение.		1	1
Практические занятия: 1. Анализ жизненного цикла товара		2	2
Тема 8. Химический состав и свойства товаров		Содержание учебного материала	4
	1. Классификация химических веществ	1	1
	2. Вода	1	1
	3. Сухие неорганические вещества	1	1
	4. Сухие органические вещества	1	1

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
	Самостоятельная работа обучающихся: Подготовка презентаций по теме	8	1,2
Тема 9. Обеспечение качества и количества товаров	Содержание учебного материала	2	
	1. Формирующие факторы	0,5	1
	2. Сохраняющие факторы. Упаковка товаров. Классификация упаковки, требования к упаковке. Хранение товаров. Условия хранения. Режим хранения. Основопологающие принципы хранения. Методы хранения. Товарная обработка. Потребление. Реализация товаров. Послепродажное обслуживание	1	1
	3. Товарные потери: товарные потери, материальные потери, количественные потери, качественные потери. Порядок списания количественных и качественных потерь.	0,5	1
	Практические занятия: 1. Изучение факторов сохраняющих качество товаров 2. Расчет фактической и начисленной естественной убыли пищевых продуктов	4 2 2	2 2
	Самостоятельная работа обучающихся: 1. Меры по предупреждению и снижению потерь.	6	2,3
Тема 10 Средства товарной информации	Содержание учебного материала	2	
	1. Виды и формы товарной информации. Требования к товарной информации.	1	1
	2. Средства товарной информации. Маркировка. Технические документы.	1	1
	Практические занятия:	2	2

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
	1. Изучение правовой и нормативной базы товарной информации. расшифровка информационных знаков на маркировке		
Консультации		6	
	Всего:	103	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

- 1 - ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
- 2 - репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
- 3 - продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы профессионального модуля требует наличия учебных кабинетов: социально-экономических дисциплин; иностранного языка; математики и статистики; коммерческой деятельности; менеджмента и маркетинга; документационного обеспечения управления; бухгалтерского учета; метрологии и стандартизации; экологических основ природопользования; безопасности жизнедеятельности и охраны труда.

Наличие мастерских:

- Учебный магазин

Мультимедийный комплект (проектор CASIO XJ-V2, экран LUMIEN Eco Picture) – 1 шт., доска подкатная - 1 шт., парта ученическая двойная - 15 шт., стол преподавателя - 1 шт., стулья - 31 шт.

- Учебный склад.

Мультимедийный комплект (проектор CASIO XJ-V2, экран LUMIEN Eco Picture) – 1 шт., доска подкатная - 1 шт., парта ученическая двойная - 15 шт., стол преподавателя - 1 шт., стулья - 31 шт.

Наличие лабораторий:

- Информационных технологий в профессиональной деятельности

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета и технические средства обучения:

Мультимедийный комплект (проектор CASIO XJ-M146, экран LUMIEN Eco Picture) – 1 шт., монитор LG(23)-33шт., кондиционер samsung-1шт., доска на ножке - 1 шт., стол компьютерный ученический - 33 шт., стол преподавателя - 1 шт., стулья - 35 шт.

Лицензированные ПО: Microsoft®WIN VDA PerDevice AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense Academic OLV 1License LevelE AdditionalProduct PerDvc 1Year (Лицензия №V8953642 от 01.11.18 ООО "Акцент" Д№764 от 14.10.19), Microsoft®Office ProPlus Education AllLng License/Software Assurance Pack Academic OLV 1License LevelE Enterprise 1Year (Лицензия №V8953642 от 01.11.18 ООО "Акцент" Д№764 от 14.10.19), Программа "Альт-Инвест Сумм 8" (Лицензия №62192 ООО "Альт-Инвест" Д№6-19-017 от 01.07.19), Программа "Альт-Финансы 3" (Лицензия №62193 ООО "Альт-Инвест" Д№6-19-017 от 01.07.19), Автоматизированная система планирования и анализа эффективности инвестиционных проектов Project Expert for Windows 7.57 Tutorial (для учебных заведений) (Лицензия №22365N от 23.04.19 ООО "Битроникс" Договор №31907624699 от 19.04.19), Rhino 5 для Windows академическая версия (30 рабочих мест) (ООО "Сабит Софт" Д№29/11/16-1 от 05.04.17), MatLAB Concurrent Academic Perpetual R2014b в составе: Matlab, Simulink, Image Processing Toolbox, Symbolic Math Toolbox (Лицензия №980095 от 26.09.14 "ООО ""Битроникс_Владивосток"" Контракт №0320100030814000018_45081 от 09.09.14), Пакет обновления КОМПАС-3D (Лицензия №3сК-19-0005 от 22.01.19 ООО "АСКОН-Сибирь Консалтинг" СЧ №3СК-19-0005 от 16.01.19), Единое информационное пространство ELMA с правами ВУЗ ELMA BPM: Управление бизнес процессами ELMA KPI: Управление показателями (ООО "Элма" Партнерский договор №П-7092018 от 07.09.2018)

- Товароведения и экспертизы продовольственных товаров

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета и технические средства обучения:

Учебные трехместные столы - 6 шт., учебные двухместные столы - 6 шт., стулья - 34 шт., стол и стул для преподавателя по 1 шт., шкафы для хранения учебно-наглядных пособий, методических указаний, нормативно-технической документации, материалов и образцов для лабораторных и практических работ – 6 шт., мультимедийный комплект в

составе: проектор Casio XJ-M146, экран 180*180, доска маркерная - 1 шт. аквадисциллятор PHS AQUA 4, анализатор влажности «ЭВЛАС-2М», ареометр АОН-1, баня комбинированная БКЛ, бутирометр сливок, Весы CAS SCL-150 дискретность 0,005, весы KERN 442-43N 400г/0,1, гигрометр-психометр ВИТ-2, жидкостной микроколоночный хроматограф «Милихром-6», иономер И-500 базовый, испаритель ротационный UL-1100, камера Горяева, каплеуловитель КО-60, лабораторная зерновая мельница ЛЗМ-1, лабораторный холодильник-морозильник Liebherr LCv 4010, магнит подковообразный, мельница лабораторная ЛЗМ, микроскоп «Биомед 2», многоканальный комбинированный прибор АНИОН-7051, набор электродов, насос водоструйный, нитрат-тестер СОЭКС, облучатель бактерицидный ОБН-150, прибор д/определения качества яиц, прибор для определения пористости хлебопродуктов УОП-01, рН-метр карманный Checker 1, рН-метр рН-211, рассев лабораторный У1-ЕРЛ-10-1 для двух сит, рефрактометр ИРФ-454 Б2М, сенсор АСрО2, спектрофотометр ПЭ-5300ВИ, термостатирующая баня LOIP, ультразвуковой анализатор качества молока «Лактан-1-4» модель 220у, устройство для измерения металломагнитной примеси ПИФ-2, холодильник ХШ-1-400, центрифуга СМ-50, цифровой микроскоп USB 500*191316, шейкер S-3.2ОМ орбитальный, амплитуда 20 мм, шкаф вытяжной ЛАБ-1200 ШВ-Н, штатив лабораторный ЛАБ-01 ШЛ, щипцы тигельные, экотестер SOEKS

-Товароведения и экспертизы непродовольственных товаров;

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета и технические средства обучения:

Учебные трехместные столы - 4 шт., учебные двухместные столы - 8 шт. стулья - 30 шт., стол и стул для преподавателя по 1 шт., мультимедийный комплект в составе: проектор Casio XJ-M146, экран 180*180, доска маркерная - 1 шт., шкафы для хранения учебно-методических материалов, нормативно-технической документации, материалов и образцов для лабораторных и практических работ – 5 шт. Весы CAS AP; Весы CAS LP-15; Весы CAS-SW-5 Весы АГ 225DRCE; Вискозиметр ВНЖ-0,3-ХС3; Витрина АКВ-1; Гигрометр-психометр ВИТ-2; ККМ Меркурий 115 К (уч. проц.); Машина разрывная ИР 5074-3; Принтер этикеток Argox OS-203DT; Сканер штрих кода Metrologic 9520 RS; Стол для весов Лаб-600; Фискальный регистратор "Штрих-Мини ФР-К"; Прилавок остекленный *1200

-Технического оснащения торговых организаций.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета и технические средства обучения:

Учебные двойные парты - 13 шт., стулья - 26 шт., стол и стул для преподавателя по 1 шт., проектор FullHD - 1 шт., экран - 1 шт., доска маркерная - 1 шт., шкафы для хранения учебно-наглядных пособий - 2 шт., торговый прилавок для учебно-наглядных пособий - 1 шт., трибуна -1 шт., вешалка - 1 шт.

3.2. Информационное обеспечение обучения (перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы)

Основные источники:

1. Стрижевская, С.Л. Товароведение продовольственных товаров. Практикум : учебное пособие / С. Л. Стрижевская, Е. В. Жвания. — Минск : РИПО, 2019. - 125 с. - ISBN 978-985-503-864-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1055982>.

2. Николаева, М. А. Организация и проведение экспертизы и оценки качества продовольственных товаров: учебник для среднего профессионального образования / М. А. Николаева, Л. В. Карташова - Москва : Норма, ИНФРА-М, 2019. - 320 с.: ил. - (Ab ovo). - ISBN 978-5-91768-939-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1010517>.

3. Замедлина, Е. А. Товароведение и экспертиза товаров: Учебное пособие / Замедлина Е.А. - Москва :ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 156 с.: - (СПО). - ISBN 978-5-9557-0269-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1021058>.

4. Грибанова, И.В. Товароведение : учебное пособие/ И.В. Грибанова, Л.И. Первойкина. - Минск : РИПО, 2019. - 359 с. - ISBN 978-985-503-909-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1056287>.

Дополнительные источники:

1. Памбухчиянц, О. В. Организация торговли : учебник / О. В. Памбухчиянц. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 296 с. - ISBN 978-5-394-02189-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091838>.

2. Памбухчиянц, О. В. Технология розничной торговли : учебник / О. В. Памбухчиянц. - 9-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 288 с. - ISBN 978-5-394-01131-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093707> e.

3. Райкова, Е. Ю. Теоретические основы товароведения и экспертизы : учебник для бакалавров / Е. Ю. Райкова. - 3-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 412 с. - ISBN 978-5-394-03714-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1093719>

Законы и нормативные документы РФ в действующих редакциях

1. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс РФ. Часть 1 от 30.11.1994. № 51-ФЗ [принят ГД ФС РФ 21.10.1994 г.] // Собрание законодательства РФ. 1994. № 32. Ст. 3301.

2. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс РФ. Часть 2 от 26.01.1996. №14-ФЗ [принят ГД ФС РФ 22.12.1995 г.] // Собрание законодательства РФ. 29.01.1996. № 5. Ст.410.

3. Российская Федерация. Законы. О защите прав потребителей: федер. закон: [принят Верховным Советом Российской Федерации 07 февраля 1992 г.] (с дополнениями и изменениями в редакции федеральных законов) № 2300-1–ФЗ. – Новосибирск: Сиб. Унив. Изд- во, 2010. – 32 с.

4. Российская Федерация. Законы. О техническом регулировании: федер. закон: [Принят Государственной Думой 15 декабря 2002 года] (с дополнениями и изменениями в редакции федеральных законов) № 184 –ФЗ от 27.12.2002 г. – М.: Омега-Л. – 66 с.

5. Постановление Правительства РФ Правила продажи товаров по образцам от 21.07. 1997 19.01.1998г. № 918. -14с.

6. Правила продажи отдельных видов товаров. Перечни товаров. - М.: А-Приор, 2009. - 32с.

7. ГОСТ Р 55888-2013 Услуги розничной торговли. Система менеджмента безопасности пищевых продуктов. Рекомендации по применению ГОСТ Р ИСО 22000-2007 для сферы розничной торговли. – М.: Стандартинформ, 2015. – 46 с.

8. ГОСТ Р 51773-2009. Услуги торговли. Классификация предприятий торговли. – М.: Стандартинформ, 2010. – 20 с.

9. ГОСТ Р 51303-2013 Торговля. Термины и определения. – М.: Стандартинформ, 2014. – 40 с.

10. Нормы естественной убыли продовольственных товаров в сфере торговли и общественного питания. - Москва : ИНФРА-М, 2008. - 133 с. - (Торговля и общественное питание. Вып. 1[84]). - ISBN 978-5-16-003343-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/140249>

Интернет-ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система znanium.com

2. «Консультант Плюс» - <http://www.consultant.ru>.
3. Роспотребнадзор - Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://25.rosпотребнадзор.ru/>
4. Союз потребителей России [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://souz-potrebiteley.ru/>
5. <http://www.abc.vvsu.ru>. <http://www.vvsu.ru>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, тестирования, а также выполнения обучающимися индивидуальных заданий, проектов, исследований.

Результаты обучения (освоенные умения, знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p>В результате освоения дисциплины студент должен уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - распознавать классификационные группы товаров; - анализировать стадии и этапы технологического цикла товаров. <p>В результате освоения дисциплины студент должен знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные понятия товароведения; - объекты, субъекты и методы товароведения; - общую классификацию потребительских товаров и продукции производственного назначения, классификацию продовольственных и непродовольственных товаров по однородным группам; - виды, свойства, показатели ассортимента; - основополагающие характеристики товаров; - товароведные характеристики товаров однородных групп (групп продовольственных или непродовольственных товаров): классификацию ассортимента, оценку качества; - количественные характеристики товаров; 	<p>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы.</p> <p>Устный опрос</p> <p>Защита практических работ</p> <p>Создание мультимедийных презентаций.</p> <p>Защита рефератов.</p> <p>Выполнение проверочных работ по темам дисциплины</p> <p>Экзамен по дисциплине – в форме тестирования</p>

<ul style="list-style-type: none">- факторы, обеспечивающие формирование и сохранение товароведных характеристик;- виды потерь, причины возникновения, порядок списания.	
---	--



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»

Контрольно-оценочные средства

для проведения текущего контроля и промежуточной
аттестации по учебной дисциплине
ОП.02. Теоретические основы товароведения

программы подготовки специалистов среднего звена
38.02.05 Товароведение и экспертиза качества
потребительских товаров

Форма обучения очная

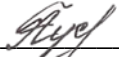
Владивосток 2022

Контрольно-оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине ОП.02. Теоретические основы товароведения разработаны в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров, утвержденного приказом Минобрнауки РФ от 28 июля 2014 г. N 835, примерной образовательной программой, рабочей программой учебной дисциплины.

Разработчик: Худякова Светлана Константиновна, преподаватель АК ВГУЭС

Рассмотрено и одобрено на заседании цикловой методической комиссии

Протокол № 9 от «16» мая 2022 г.

Председатель ЦМК _____  Гусакова А.Д.

1 Общие сведения

Контрольно-оценочные средства (далее – КОС) предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины ОП.02 Теоретические основы товароведения.

КОС включают в себя контрольные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине, которая проводится в форме экзамена (с использованием оценочного средства - *устный опрос в форме ответов на вопросы билетов, устный опрос в форме собеседования, выполнение письменных заданий, тестирование*)

2 Планируемые результаты обучения по дисциплине, обеспечивающие результаты освоения образовательной программы

Код ОК, ПК ¹	Код результата обучения ¹	Наименование результата обучения ¹
ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 5 ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9	31	общую классификацию потребительских товаров и продукции производственного назначения, классификацию продовольственных и непродовольственных товаров по однородным группам
ОК 6 ОК 7 ОК 8 ОК 9	32	основополагающие характеристики товаров;
ОК 8 ОК 9	33	классификацию ассортимента
ПК 1.1 ПК 1.2	34	принципы проведения оценки качества товаров
ПК 1.3 ПК 1.4	35	факторы формирующие и сохраняющие качество товаров
ПК 2.1 ПК 2.2	36	виды потерь, причины их возникновения и порядок списания
ПК 2.3 ПК 3.1	У1	идентифицировать классификационные группы товаров
ПК 3.2 ПК 3.3 ПК 3.4 ПК 3.5	У2	выделять этапы технологического цикла товаров и анализировать их

¹- в соответствии с рабочей программой учебной дисциплины

3 Соответствие оценочных средств контролируемым результатам обучения

3.1 Средства, применяемые для оценки уровня теоретической подготовки

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС ³	
			Текущий контроль ⁴	Промежуточная аттестация ⁴
Тема 1. Введение в товароведение СРС по Теме 1	32	Способность перечислить основополагающие характеристики товаров	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵ Доклады (п.5.3)</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)⁵</i>

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС ³	
			Текущий контроль ⁴	Промежуточная аттестация ⁴
Тема 2. Объекты и субъекты товароведной деятельности	32	Способность определять основополагающие характеристики товаров	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>
Тема 3. Методы товароведения СРС по Теме 3	31	Способность выделить принципы построения общей классификации потребительских товаров и продукции производственного назначения, строить фасетную и иерархическую классификацию продовольственных и непродовольственных товаров по однородным группам	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵ Рефераты (п.5.2)</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)⁵</i>
Тема 4. Ассортимент товаров СРС по Теме 4	33	Способность выделить принципы классификации ассортимента	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵ Рефераты (п.5.2)</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)⁵</i>
Тема 5. Качество товаров	32	Способность определять основополагающие характеристики товаров;	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵ Контрольная работа № 2(п.5.5)</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>
	34	Способность перечислить принципы проведения оценки качества товаров		
Тема 6. Количественная характеристика товаров	32	Способность определять основополагающие характеристики товаров;	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵ Контрольная работа № 2(п.5.5)</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>
Тема 7. Технологический цикл товаров	31	Способность выделить принципы построения общей классификации потребительских товаров и продукции производственного назначения, общую классификацию потребительских товаров и продукции производственного назначения, классификацию продовольственных и непродовольственных товаров по однородным группам	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵ Контрольная работа № 2(п.5.5)</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС ³	
			Текущий контроль ⁴	Промежуточная аттестация ⁴
	32	Способность определять основополагающие характеристики товаров;		
	У2	Способность выделять этапы технологического цикла товаров и анализировать их		
Тема 8. Химический состав и свойства товаров СРС по Теме 8	31	Способность выделить принципы построения общей классификации потребительских товаров и продукции производственного назначения общую классификацию потребительских товаров и продукции производственного назначения, классификацию продовольственных и непродовольственных товаров по однородным группам	Устный опрос (п. 5.1) ⁵ Подготовка мультимедийных презентаций (п.5.4) Контрольная работа № 2 (п.5.5)	Тестовые задания (п. 6.1)
	32	Способность определять основополагающие характеристики товаров;		
Тема 9. Обеспечение качества и количества товаров СРС по Теме 9	35	Способность определять факторы формирующие и сохраняющие качество товаров	Устный опрос (п. 5.1) ⁵ Рефераты (п.5.2) Контрольная работа № 2 (п.5.5)	Тестовые задания (п. 6.1) ⁵
	36	Способность идентифицировать виды потерь, причины их возникновения и порядок списания		
Тема 10 Средства товарной информации	32	Способность перечислить основополагающие характеристики товаров	Устный опрос (п. 5.1) ⁵ Контрольная работа № 2(п.5.5)	Тестовые задания (п. 6.1)

² - для формулировки показателей использовать положения Таксономии Блума.

³ - Однотипные оценочные средства нумеруются, н-р: «Тест №2», «Контрольная работа №4».

⁴ - Примеры всех оценочных средств должны быть представлены в разделах 5,6.

⁵ - В скобках следует указать пункт разделов 5,6, в котором оно представлено.

3.2 Средства, применяемые для оценки уровня практической подготовки

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
Раздел (модуль) 1				
Тема 1. Практическое занятие № 1	32	Способность перечислить основополагающие характеристики товаров	<i>Письменное задание № 1 (п.5.6) Письменный отчет по практической работе</i>	<i>Контрольная работа № 1(п.5.5)</i>
Тема 2. Практическое занятие № 2	32	Способность выявлять основополагающие характеристики товаров	<i>Письменное задание № 2 (п.5.6) Письменный отчет по практической работе</i>	<i>Контрольная работа № 1(п.5.5)</i>
Тема 3. Практическое занятие № 3 Практическое занятие № 4	31	Способность выделить принципы построения общей классификации потребительских товаров и продукции производственного назначения общую классификацию потребительских товаров и продукции производственного назначения, классификацию продовольственных и непродовольственных товаров по однородным группам	<i>Письменное задание № 3 (п.5.6) Письменное задание № 4 (п.5.6) Письменный отчет по практической работе</i>	<i>Контрольная работа № 1(п.5.5)</i>
	32	Способность выявлять основополагающие характеристики товаров		
	У1	Способность идентифицировать классификационные группы товаров		
Тема 4. Практическое занятие № 5	31	Способность выделить принципы построения общей классификации потребительских товаров и продукции производственного назначения общую классификацию потребительских товаров и	<i>Письменное задание № 5 (п.5.6) Письменный отчет по практической работе</i>	<i>Контрольная работа № 1(п.5.5)</i>

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
		продукции производственного назначения, классификацию продовольственных и непродовольственных товаров по однородным группам		
	33	Способность выделить принципы классификации ассортимента		
	У1	Способность идентифицировать классификационные группы товаров		
Тема 5 Практическое занятие № 6 Практическое занятие № 7	32	Способность выявлять основополагающие характеристики товаров	<i>Письменное задание № 6 (п.5.6)</i>	<i>Контрольная работа № 2(п.5.5)</i>
	34	Способность определять принципы проведения оценки качества товаров	<i>Письменное задание № 7 (п.5.6)</i>	
	У1	Способность идентифицировать классификационные группы товаров	<i>Письменный отчет по практической работе</i>	
Тема 6 Практическое занятие № 8 Практическое занятие № 9	32	Способность выявлять основополагающие характеристики товаров	<i>Письменное задание № 8 (п.5.6)</i>	<i>Контрольная работа № 2(п.5.5)</i>
	У1	Способность идентифицировать классификационные группы товаров	<i>Письменное задание № 9 (п.5.6) Письменный отчет по практической работе</i>	
Тема 7 Практическое занятие № 10	31	Способность выделять принципы построения общей классификации потребительских товаров и продукции производственного назначения, классификацию продовольственных и непродовольственных товаров по однородным группам	<i>Письменное задание № 10 (п.5.6) Письменный отчет по практической работе</i>	<i>Контрольная работа № 2(п.5.5)</i>

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
	32	Способность выявлять основополагающие характеристики товаров		
	У2	Способность выделять этапы технологического цикла товаров и анализировать их		
Тема 9 Практическое занятие № 11 Практическое занятие № 12	32	Способность выявлять основополагающие характеристики товаров	<i>Письменное задание № 11 (п.5.6) Письменное задание № 12 (п.5.6) Письменный отчет по практической работе</i>	<i>Контрольная работа № 2(п.5.5)</i>
	35	Способность выявлять факторы формирующие и сохраняющие качество товаров		
	36	Способность выявлять виды потерь, причины их возникновения и порядок списания		
	У2	Способность выделять этапы технологического цикла товаров и анализировать их		
Тема 10 Практическое занятие № 13	32	Способность выявлять основополагающие характеристики товаров	<i>Письменное задание № 13 (п.5.6) Письменный отчет по практической работе</i>	<i>Контрольная работа № 2(п.5.5)</i>
	35	Способность выявлять факторы формирующие и сохраняющие качество товаров		
	У2	Способность выделять этапы технологического цикла товаров и анализировать их		

4 Описание процедуры оценивания

Уровень образовательных достижений обучающихся по дисциплине оценивается по четырёх бальной шкале оценками: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»

Текущая аттестация по дисциплине проводится с целью систематической проверки достижений обучающихся. Объектами оценивания являются: степень усвоения теоретических знаний, уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы, качество выполнения самостоятельной работы, учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине).

При проведении промежуточной аттестации оценивается достижение студентом запланированных по дисциплине результатов обучения, обеспечивающих результаты освоения образовательной программы в целом. *Оценка на экзамене выставляется с учетом оценок, полученных при прохождении текущей аттестации.* (защита практических работ, выполнение контрольных работ).

Критерии оценивания устного ответа

(оценочные средства: *собеседование*)

5 баллов - ответ показывает прочные знания основных понятий, методов и процессов товароведения, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблем изучаемой области.

4 балла - ответ, обнаруживающий прочные знания основных понятий, методов и процессов товароведения, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

3 балла – ответ, свидетельствующий в основном о знании понятий, методов и процессов товароведения, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области.

2 балла – ответ, обнаруживающий незнание понятий, методов и процессов товароведения, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области.

Критерии оценивания письменной работы

(оценочные средства: *письменный отчет по практической работе, доклад выполненный в форме презентации, реферат*).

5 баллов - студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Проблема раскрыта полностью, выводы обоснованы. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, информация нормативно-правового характера. Студент владеет навыком самостоятельной работы по заданной теме; методами и приемами анализа теоретических и практических аспектов товароведения. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет; графически работа оформлена правильно.

4 балла - работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Проблема раскрыта. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы.

3 балла – студент проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы.

2 балла - работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Проблема не раскрыта. Выводы отсутствуют. Допущено

три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Критерии выставления оценки студенту на экзамене

(оценочные средства: *тестовые задания*)

Критерии оценивания тестового задания

Оценка	<i>Отлично</i>	<i>Хорошо</i>	<i>Удовлетворительно</i>	<i>Неудовлетворительно</i>
Количество правильных ответов	91 % и \geq	от 81% до 90,9 %	не менее 70%	менее 70%

Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика уровня освоения дисциплины
«зачтено» / «отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на итоговом уровне: обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
«зачтено» / «хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на среднем уровне: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
«зачтено» / «удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ, при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
«не зачтено» / «неудовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже базового: выявляется полное или практически полное отсутствие знаний значительной части программного материала, студент допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, умения и навыки не сформированы.

5. Примеры оценочных средств для проведения текущей аттестации

5.1 Вопросы для собеседования (устного опроса):

Тема 1. Введение в товароведение

1. Предмет, цели и задачи товароведения.
2. Принципы товароведения.
3. Состояние потребительского рынка России на современном этапе.

Тема 2. Объекты и субъекты товароведной деятельности.

1. Объекты товароведной деятельности. Понятие товара.
2. Основополагающие характеристики товара: ассортиментная, качественная, количественная, стоимостная.
3. Субъекты товароведной деятельности.

Тема 3. Методы товароведения

1. Методы научного познания: эмпирические, аналитические.
2. Методы практической товароведной деятельности: оценки качества, технологические.
3. Классификация как метод товароведения. Правила классификации.
4. Иерархический и фасетный методы классификации, их преимущества и недостатки.
5. Кодирование товаров. Достоинства и недостатки различных методов кодирования.
6. Товароведная классификация товаров. Общая классификация продовольственных товаров. Общая классификация непродовольственных товаров.
7. Единая система классификации и кодирования технико-экономической и социальной информации.
8. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности, продукции и услуг.

Тема 4. Ассортимент товаров

1. Основные понятия: ассортимент, структура ассортимента. Отличительные признаки.
2. Классификация ассортимента: промышленный и торговый; развернутый, укрупненный; сложный и простой и т.п.
3. Свойства и показатели ассортимента: определение, назначение, расчет. Влияние отдельных показателей на результаты коммерческой деятельности.
4. Управление ассортиментом.
5. Формирование ассортимента. Факторы, влияющие на формирование ассортимента. Регулирование этих факторов.

Тема 5. Качество товаров

1. Качество товара, определения.
2. Требования к качеству.
3. Свойства и показатели качества.
4. Характеристика свойств по способу выражения, по методу определения, по стадии определения, по применению для оценки уровня качества.
5. Номенклатура потребительских свойств товаров.
6. Оценка качества и градации качества товаров. Дефекты товаров.
7. Виды нормативных документов, устанавливающих требования к качеству товаров.

Тема 6. Количественная характеристика товаров

1. Основные понятия: единичные экземпляры, товарная партия, общие количественные характеристики, специфические количественные характеристики.
2. Физические свойства товаров: общие физические свойства, специфические физические свойства товарных партий, специфические физические свойства единичных экземпляров товаров.

Тема 7. Технологический цикл товаров

1. Стадии технологического цикла: предтоварная стадия, товарная стадия, стадия утилизации.
2. Контроль качества и количества товарных партий Приемка товаров торговыми организациями.
3. Отбор проб и образцов из товарных партий. Пробы точечные, объединенные, исходные. Идентификация и прослеживаемость товаров.

Тема 8. Химический состав и свойства товаров

1. Классификация химических веществ.
2. Вода.
3. Сухие неорганические вещества.
4. Сухие органические вещества.

Тема 9. Обеспечение качества и количества товаров

1. Формирующие факторы. Сохраняющие факторы.
2. Упаковка товаров. Классификация упаковки, требования к упаковке.
3. Хранение товаров. Условия хранения. Режим хранения. Основополагающие принципы хранения. Методы хранения.
4. Товарная обработка. Потребление. Реализация товаров. Послепродажное обслуживание.
5. Товарные потери: товарные потери, материальные потери, количественные потери, качественные потери. Порядок списания количественных и качественных потерь. Меры по предупреждению и снижению потерь.

Тема 10. Средства товарной информации.

1. Виды и формы товарной информации: основополагающая товарная информация, коммерческая товарная информация, потребительская товарная информация, словесная информация, цифровая информация, изобразительная информация, символическая информация, штриховая информация.
2. Требования к товарной информации.
3. Средства товарной информации.
4. Маркировка. Торговая маркировка. Структура маркировки.

5.2 Темы рефератов

Тема 3. Методы товароведения

1. Методы кодирования при производстве, транспортировании, хранении и реализации товаров однородных и разнородных групп (на примере одной группы или одного вида товара)

Тема 4. Ассортимент товаров

1. Ассортиментная политика: понятие, цели и задачи.
2. Направления развития и совершенствование ассортимента.
3. Виды нормативных и технических документов, регламентирующих ассортимент товаров.

Тема 9. Обеспечение качества и количества товаров

1. Меры по предупреждению и снижению потерь (на примере одной группы или одного вида товара).

5.3 Темы докладов

Тема 1. Введение в товароведение

1. Основоположники товароведения как науки, труды по товароведению.
2. История и направления развития товароведения.
3. Междисциплинарные связи товароведения с другими учебными дисциплинами.

5.4 Темы мультимедийных презентаций

Тема 8. Химический состав и свойства товаров

1. Значение воды в составе товаров.

2. Значение сухих неорганических веществ в составе товаров.
3. Значение минеральных веществ в составе товаров.
4. Значение неорганических кислот, оснований и их солей в составе товаров.
5. Значение неорганических полимеров в составе товаров.
6. Значение неорганических газов в составе товаров.
7. Значение сухих органических веществ в составе товаров.
8. Значение мономеров в составе товаров.
9. Значение моносахаридов в составе товаров.
10. Значение органических кислот в составе товаров.
11. Значение спиртов в составе товаров.
12. Значение витаминов в составе товаров.
13. Значение аминов, амидов в составе товаров.
14. Значение углеводов в составе товаров.
15. Значение олигомеров в составе товаров.
16. Значение олигосахаридов в составе товаров.
17. Значение липидов и липоидов в составе товаров.
18. Значение гликозидов в составе товаров.
19. Значение эфиров в составе товаров.
20. Значение органических полимеров в составе товаров.
21. Значение полисахаридов в составе товаров.
22. Значение пектиновых веществ в составе товаров.
23. Значение лигнина в составе товаров.
24. Значение белков в составе товаров.
25. Значение ферментов в составе товаров.
26. Значение полифенолов в составе товаров.

5.5 Примеры заданий для контрольной работы

Контрольная работа № 1

Вариант 1

1. Чем характеризуется первая ступень развития товароведения – описательная?
2. Какое практическое значение имеет принцип товароведения – безопасность?
3. Укажите ассортиментные характеристики плодоовощных товаров.
4. Перечислите классификационные признаки, указанные в описании товара: Полутораспальный комплект постельного белья. Материал: бязь (100% хлопок). В комплект входят: пододеяльник 215x153 см., простынь 220x145 см., две наволочки 70x70 см.
5. Рассчитайте контрольную цифру кода и сделайте вывод о подлинности штрихового кода: 4 903018 204414
6. В новом универсальном магазине необходимо сформировать рациональный ассортимент непродовольственных товаров с $K_p=16\%$. Базовая широта по каталогу составляет 1000, фактически на момент открытия было заведено 700 наименований товара. $K_u=60\%$; $K_n=15\%$ (определен по нормативным документам). Рассчитать коэффициент полноты и показатель устойчивости ассортимента ($K_{вш}=0,4$; $K_{вп}=0,2$; $K_{ву}=0,3$; $K_{вн}=0,1$)

Вариант 2

1. Чем характеризуется вторая ступень развития товароведения – аналитико-синтетическая?
2. Какое практическое значение имеет принцип товароведения – эффективность?
3. Укажите количественные характеристики мебельных товаров.
4. Перечислите классификационные признаки, указанные в описании товара: Кастрюля. Изготовлена из керамики. Объем изделия - 1,3 л. Желтого цвета.
5. Рассчитайте контрольную цифру кода и сделайте вывод о подлинности штрихового кода: 4 027800 309802
6. Из 55 наименований товаров в магазин поступило 10 новых видов. Рассчитать коэффициент новизны, коэффициенты широты и устойчивости ассортимента, если

максимально возможное количество наименований товаров у данного вида магазина принято 120, а постоянным спросом пользуется 27 наименований продуктов

Вариант 3

1. Чем характеризуется третья ступень развития товароведения – прогностическая?
2. Какое практическое значение имеет принцип товароведения – совместимость?
3. Укажите качественные характеристики кондитерских товаров.
4. Перечислите классификационные признаки, указанные в описании товара:

Настольная лампа Материал: текстиль, металл. Высота: 36 см. Питание: 220 В. Цоколь: E14, максимальная мощность лампочки 40 Вт

5. Рассчитайте контрольную цифру кода и сделайте вывод о подлинности штрихового кода: 3 574660 089356

6. Рассчитать коэффициент широты ассортимента по следующим данным:

В продаже в течение месяца находилось 3 модели женских сапог, 5 моделей мужских ботинок, 6 моделей детских полусапог, 5 видов средств по уходу за обувью и 5 видов носочно-чулочных изделий, тогда как ассортиментный перечень предусматривал 5, 4, 8, 5 и 10 видов товаров соответственно.

Вариант 4

1. Чем характеризуется четвертая ступень развития товароведения – аксиоматическая?
2. Какое практическое значение имеет принцип товароведения – взаимозаменяемость?
3. Укажите ассортиментные характеристики продуктов детского питания
4. Перечислите классификационные признаки, указанные в описании товара:

Набор керамических ножей. В наборе два ножа с пластмассовыми ручками. Длина лезвия 10/15 см., ручки - 10,5/12,5 см.

5. Рассчитайте контрольную цифру кода и сделайте вывод о подлинности штрихового кода: 4 607036 202435

6. В ассортименте магазина в наличии имеется 43 наименований товаров, в т.ч. 8 видов товара однородной группы. 23 видов обладают способностью постоянно удовлетворять устойчивый спрос покупателей. В течение месяца в ассортименте магазина появилось 5 видов новых товаров. Рассчитать коэффициент рациональности и коэффициент новизны ассортимента, если Шб=100; Пб=20; Квш=0,3; Квп=0,2; Кву=0,2; Квн =0,3

Вариант 5

1. Чем характеризуется первая ступень развития товароведения – описательная?
2. Какое практическое значение имеет принцип товароведения – эффективность?
3. Укажите качественные характеристики обувных товаров.
4. Перечислите классификационные признаки, указанные в описании товара:

Двухслойные бумажные гигиенические салфетки, 200 шт. состав: 100% целлюлоза. Размер 210*138 мм

5. Рассчитайте контрольную цифру кода и сделайте вывод о подлинности штрихового кода: 4 607163976568

6. В ассортименте магазина в наличии имеется 35 наименований товаров, в т.ч. 6 видов товара однородной группы. 14 видов обладают способностью постоянно удовлетворять устойчивый спрос покупателей. В течение месяца в ассортименте магазина появилось 7 видов новых товаров. Рассчитать коэффициент рациональности и коэффициент новизны ассортимента, если Шб=100; Пб=20; Квш=0,3; Квп=0,2; Кву=0,2; Квн =0,3

Вариант 6

1. Чем характеризуется четвертая ступень развития товароведения – аксиоматическая?
2. Какое практическое значение имеет принцип товароведения – совместимость?
3. Укажите количественные характеристики швейных товаров.
4. Перечислите классификационные признаки, указанные в описании товара:

Средство для удаления стойких жировых загрязнений Green. Масса нетто: 450 г. ООО «Дальхимпром»

5. Рассчитайте контрольную цифру кода и сделайте вывод о подлинности штрихового кода: 4 607078621425

6. Из 60 наименований товаров в магазин поступило 15 новых видов. Рассчитать коэффициент новизны, коэффициенты широты и устойчивости ассортимента, если максимально возможное количество наименований товаров у данного вида магазина принято 140, а постоянным спросом пользуется 47 наименований продуктов

Контрольная работа № 2

Вариант 1

1. Качество товара, определения. Требования к качеству. Свойства и показатели качества.
2. Отбор проб и образцов из товарных партий. Пробы точечные, объединенные, исходные.
3. Виды и формы товарной информации

Вариант 2

1. Номенклатура потребительских свойств товаров.
2. Физические свойства товаров: общие физические свойства, специфические физические свойства товарных партий.
3. Требования к товарной информации. Средства товарной информации.

Вариант 3

1. Оценка качества и градации качества товаров. Дефекты товаров.
2. Факторы формирующие качество.
3. Стадии технологического цикла: предтоварная стадия, товарная стадия, стадия утилизации.

Вариант 4

1. Основные понятия: единичные экземпляры, товарная партия, общие количественные характеристики, специфичные количественные характеристики
2. Идентификация и прослеживаемость товаров. Технологическое, информационное, организационное обеспечение.
3. Требования к товарной информации. Средства товарной информации.

Вариант 5

1. Свойства и показатели качества. Наименования и значения показателей качества.
2. Физические свойства товаров: общие физические свойства, специфические физические свойства
3. Виды и формы товарной информации

Вариант 6

1. Номенклатура потребительских свойств товаров.
2. Стадии технологического цикла: предтоварная стадия, товарная стадия, стадия утилизации.
3. Требования к товарной информации.

5.6 Задания на практические работы

Практические работы к КОС по Теоретическим основам товароведения

Практическая работа 1

Тема: Ознакомление с ФЗ «О защите прав потребителей»

Цель работы: изучить структуру ФЗ «О защите прав потребителей»; изучить требования к содержанию маркировки товаров, согласно ФЗ «О защите прав потребителей».

Задание 1. Изучить структуру и содержание ФЗ «О защите прав потребителей»

Задание 2. Проанализировать информацию 2-3 носителей маркировки и установить соответствие обязательным требованиям ФЗ «О защите прав потребителей» и действующих стандартов на маркировку одноимённой продукции. Укажите, какие приёмы использованы для обеспечения этих требований. Дайте предложения по способам доведения недостаточной информации. Результаты оформите в виде таблице 1.

Таблица 1 - Анализ информации на маркировке товаров

	Элементы информации
--	---------------------

Наименование товаров	Требования ФЗ	Фактическое соответствие
1	2	3

Примечание: в графах 2 указывается наименование требования, а в графе 3 отмечается знаком (+) соответствие или знаком (-) несоответствие.

Заключение: анализ соответствия или несоответствия, корректирующие мероприятия при несоответствии.

Практическая работа 2

Тема: Основные понятия. основополагающие характеристики товара

Цель работы: ознакомление с основными понятиями, основополагающими характеристиками товара.

Теоретическая часть

Продукция – материальный или нематериальный результат деятельности, предназначенный для удовлетворения реальных и потенциальных потребностей. Две ее особенности: а) должна быть произведена; б) должна удовлетворять чьи-то потребности.

Товароведение – наука и учебная дисциплина об основополагающих характеристиках товаров, определяющих потребительские свойства, и факторах обеспечения этих характеристик.

Предмет товароведения: потребительские стоимости товаров - они делают продукцию товаром, удовлетворяя конкретные потребности человека

Цель товароведения: изучение основополагающих характеристик товара, составляющих его потребительскую стоимость, а также их изменений на всех этапах товародвижения

Объектами товароведной деятельности являются потребительские товары и товары производственного назначения. Товар – объект гражданских прав (работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот. Продовольственные товары – продукты в натуральном или переработанном виде, находящиеся в обороте и употребляемые человеком в пищу (в том числе продукты детского питания, продукты диетического питания), бутилированная питьевая вода, алкогольная продукция, пиво и напитки, изготавливаемые на его основе, безалкогольные напитки, жевательная резинка, пищевые добавки и биологически активные добавки¹.

Непродовольственные товары – продукты производственного процесса, предназначенные для их продажи населению, юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, но не с целью употребления в пищу человеком.

Товар – объект, имеющий четыре основополагающие характеристики: ассортиментная, качественная, количественная, стоимостная.

Основополагающие характеристики товара

Ассортиментная: совокупность отличительных видовых свойств и признаков товаров, определяющих их функциональные или социальные назначения

Количественная: совокупность определенных внутривидовых свойств, выраженных с помощью физических величин и единиц их измерения

Качественная: совокупность внутривидовых потребительских свойств, обладающих способностью удовлетворять разнообразные потребности

Стоимостная: устанавливается за единицу измерения. Эта характеристика скорее экономическая, но она имеет взаимосвязь с тремя предыдущими

Практическая часть

Задание 1. Расставить в соответствии с понятиями их определения.

1. Продукция
2. Товар
3. Товароведение

4. Предмет товароведения
5. Цель товароведения
6. Товаровед
7. Классификация
8. Иерархический метод классификации
9. Фасетный метод
10. Стандарт

А. Материальный или нематериальный результат деятельности, предназначенный для удовлетворения реальных и потенциальных потребностей.

В. Материальная продукция, предназначенная для купли-продажи.

С. Основной объект коммерческой деятельности и особой науки – товароведения.

Д. Наука об основополагающих характеристиках товаров, определяющих их потребительные стоимости, и факторах обеспечения этих характеристик.

Е. Потребительные стоимости товаров, делающие продукцией товаром, удовлетворяя конкретные потребности человека.

Г. Изучение основополагающих характеристик товара, составляющих его потребительную стоимость, а также их изменений на всех этапах товародвижения.

Г. Обеспечивает продвижение товаров от изготовителя к потребителю с учетом всех характеристик товара и запросов потребителей.

Н. Разделение множества объектов на подмножества по сходству или различию в соответствии с принятыми методами.

И. Последовательное разделение множества объектов на подчиненные классификационные группировки.

Ж. Нормативно-технический документ, устанавливающий комплекс норм, правил, требований к объекту стандартизации, утвержденных специальным органом.

К. Параллельное разделение множества объектов на независимые классификационные группировки.

Задание 2 Описать по основополагающим характеристикам предложенные продовольственные товары и заполните таблицу 2.

Таблица 1 – Основополагающие характеристики продовольственных товаров

Товар	Вес	Количество	Стоимость	Срок годности	Состав
Багет пшеничный с кунжутом	0,55 кг	1 шт.	28 руб.	72 часа	Мука пшеничная хлебопекарная высшего сорта, вода питьевая, смесь хлебопекарная (соль, сухая пшеничная клейковина, манная крупа). Пшеничная мука, сухая пшеничная закваска, цельномолотая пшеничная мука
Хлеб «Дарницкий» формовой в упаковке	0,55 кг	1 шт.	25 руб.	72 часа	Мука ржаная хлебопекарная, обдирная, мука пшеничная хлебопекарная 1 сорта, соль поваренная пищевая, дрожжи хлебопекарные прессованные Белки – 12,7 г, жиры 10,7 г, углеводы усвояемые 53,6 г

Сардельки свиные. Мясной продукт категории "Б"	0,85 кг	6 шт. в упаковке	150 руб.	30 сут. при температуре от – 1,5 до 6 С и относительной влажности воздуха не выше 75%	Свинина, шпик, вода, соль поваренная пищевая, сахарпесок, пряности, сыр твердый, чеснок
--	---------	------------------	----------	---	---

Таблица 2 – Таблица для заполнения

Товар	Ассортиментная характеристика	Качественная характеристика	Стоимостная характеристика	Количественная характеристика
Багет пшеничный с кунжутом				
Хлеб «Дарницкий формовой» в упаковке				
Сардельки свиные Мясной продукт категории "Б"				

Задание 3 Описать по основополагающим характеристикам непродуктовые товары и заполнить таблицу 3.

1. Фен PARLUX Alyon Ionic, зеленый, 2250Вт., 2 насадки. Вес 440 гр. Легкий, мощный, тихий. Идеально сбалансированный фен ALYON практически не ощущается в руке. Увеличивает срок службы мотора на 30%, дополнительно защищает мотор от попадания волос. Новый мотор K-ADVANCE PLUS, срок службы 3000 час., мощный и надежный.

2. Кольцо Camélia. Мотив Camélia Précieux. Материалы: белое золото, бриллианты 18 карат.

3. Часы Première Velours. Коллекция: Première. Материалы: желтое золото титан, каучук, корпус из желтого золота 18 карат. Черный лакированный циферблат. Заводная коронка из желтого золота 18 карат, кабашон из оникса. Задняя крышка из титана. Браслет из черного каучука с матовым покрытием, стандартная застежка из желтого золота 18 карат. Высокоточный кварцевый механизм. Размер: 19,7 x 15,2 x 7,5 мм.

Таблица 3 – Основополагающие характеристики непродуктовых товаров

Товар	Ассортиментная характеристика	Качественная характеристика	Стоимостная характеристика	Количественная характеристика

Контрольные вопросы

1. Что такое товароведение?
2. Что относится к объектам и субъектам товароведения?
3. Каковы различия в понятиях «продукция» и «товар»?

4. Назовите основные характеристики товаров.
5. В чем заключается товароведная деятельность?

Практическое занятие 3 **Изучение принципов классификации потребительских товаров.**

Цель работы: изучить основные методы классификации, согласно заданию составить фасетную и иерархическую классификации потребительских товаров.

Студентам выдаются списки товаров.

Теоретическая часть

Классификация представляет собой процесс распределения множества (понятий, свойств, предметов) на категории или ступени (определенные подмножества) в зависимости от общих признаков.

Высшей ступенью классификации является класс.

Класс товаров – это множество товаров, удовлетворяющих обобщенные группы потребностей.

Подкласс – множество товаров, удовлетворяющих группы потребностей, имеющих определенные различия.

Группа товаров – подмножество товаров, удовлетворяющих специфические группы потребностей, что обусловлено особенностями сырья, материалов, конструкций.

Подгруппа – подмножество товаров, имеющих с группой основное назначение, но отличающихся от товаров других подгрупп только им присущими признаками.

Вид товара – совокупность товаров одного вида, отличающихся индивидуальным назначением и идентификационными признаками.

Разновидность товара – совокупность товаров одного вида, отличающихся рядом частных признаков.

Распределение совокупности товаров по категориям происходит в соответствии с **признаками классификации**. Важнейшими общими классификационными признаками товаров являются назначение, исходные материалы (сырьевой состав), способ производства (особенности технологии), область применения, особенности происхождения и др.

В товароведении используют следующие системы классификации: общегосударственная, внешнеэкономическая, торговая и учебная.

Общегосударственная (экономико - статистическая) классификация является наиболее полной. Она разработана для обмена информацией на межотраслевом уровне. Общегосударственная классификация представлена в общероссийском классификаторе продукции (ОКП).

Внешнеэкономическая классификация является основой для регулирования внешнеэкономической деятельности страны. Она разработана на основе Гармонизированной системы описания и кодирования товаров и систематизирует товары, которые являются предметом международной торговли.

Торговая классификация является отраслевой и используется в торговле и основана на распределении товаров на группы в соответствии с различными признаками, причем последовательность использования существенных признаков в разных товарных группах неодинакова. В торговле все товары разделены на две группы: продовольственные и непродовольственные товары.

Учебная классификация служит для изучения потребительских свойств товаров, выявляет общие принципы формирования и сохранения этих свойств, позволяет наиболее полно изучить ассортимент товаров.

Различают два метода классификации: фасетный и иерархический.

Фасетный метод классификации предусматривает параллельное разделение множества объектов по одному признаку на отдельные, независимые друг от друга группы –

фасеты. Каждый из фасетов характеризует одну из особенностей распределяемого множества, например назначение, состав исходного сырья и т.д.



Рисунок 1 - Структурная схема фасетного метода классификации

Иерархический метод классификации характеризуется последовательным делением заданного множества объектов на подчиненные подмножества. Все подмножества образуют единое целое, в котором все части взаимосвязаны и определенным образом соподчинены. Иерархический метод дает возможность группировать объекты по максимальному количеству признаков.

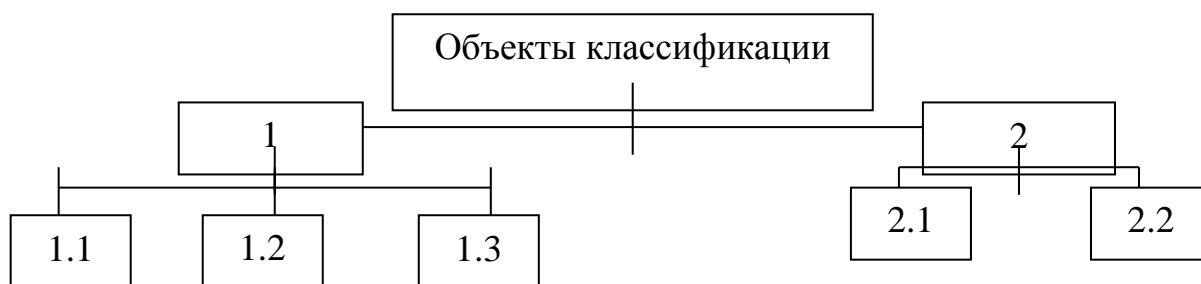


Рисунок 2. Структурная схема иерархического метода классификации

Практическая часть

Задание:

1. Переписать список товаров.
2. Найти обобщающее название товара.
3. Используя список, выписать признаки классификации.
4. Разработать фасетную и иерархическую классификации.
5. На схеме иерархической классификации указать ступени, признаки на этих ступенях и глубину.
6. Проверить каждую классификацию по критериям:
 - 6.1. каждый объект однозначно попадает в строго определенную группировку.
 - 6.2. на каждом уровне должны быть задействованы все объекты.
7. Указать возможность расширения исходного списка товаров.
8. Поменяться списками и дать рецензии.

Практическая работа 4

Тема: Кодирование товаров

Цель работы: ознакомиться с основными методами кодирования; рассмотреть структуру штрихового кода.

Теоретическая часть

Кодирование представляет собой присвоение по определенным правилам условного обозначения (кода) объекту или группе объектов.

Объектом кодирования в товароведении может быть товар, совокупность товаров, совокупность свойств и другие объекты классификации.

Код характеризуется: алфавитом, структурой, числом знаков (длиной), методом кодирования.

Алфавит – это система знаков (символов), составленных в определенном порядке. (цифры, буквы, штрихи и их сочетание). Различают:

Цифровой алфавит кода – алфавит кода, знаками которого являются цифры.

Буквенный алфавит кода – алфавит кода, знаками которого являются буквы алфавитов языков.

Буквенно-цифровой алфавит кода – алфавит кода, знаками которого являются буквы алфавитов естественных языков и цифры.

Штриховый алфавит кода – алфавит кода, знаками которого являются штрихи и пробелы.

Структура – это графическое изображение последовательности расположения знаков кода и соответствующие этим знакам наименования уровней деления.

Основание кода – общее число знаков в алфавите.

Разряд кода – позиция знака в коде.

Длина кода – число знаков в коде без учета пробелов.

Методы кодирования

Регистрационное кодирование:

Порядковый метод - Кодовыми обозначениями служат числа натурального ряда. Обеспечивает полную идентификацию объектов

Серийно-порядковый метод - Кодовыми обозначениями служат числа натурального ряда с присвоением отдельных серий этих чисел объектами кодирования со сходными признаками.

Классификационное кодирование:

Последовательный метод - Используют при иерархической классификации. При этом в кодовом обозначении последовательно указываются признаки, характеризующие объекты кодирования классификации, что обеспечивает их идентификацию.

Параллельный метод - Используется при фасетной классификации. В этом случае структура кодового обозначения определяется фасетной формулой. Метод эффективен при машинной обработке и решении задач, характер которых часто меняется и когда необходимо проанализировать различные множества объектов. Метод обеспечивает возможность независимого изменения и дополнения характеристик объектов.

Штриховое кодирование

Штриховой код (ШК) – знак, предназначенный для автоматизированных идентификации и учета информации о товаре, закодированный в виде цифр и штрихов. В соответствии с требованиями проведения внешнеторговых сделок наличие штрихового кода на упаковке товара является обязательным условием его экспорта. ШК делятся на два вида: европейский - EAN и американский – UPC. Коды EAN подразделяют на три типа: EAN – 8; EAN – 13; ITF – 14.

Таблица 1 - Структура штриховых кодов разных типов

Структура кодов	Порядковые номера кодов		
	Типы штриховых кодов		
	EAN – 8	EAN – 13	ITF – 14
Страна, где находится банк данных о ШК	1,2 (3*)	1,2 (3*)	1,2 (3*)
Организация-изготовитель или продавец	3 – 5 (4 - 5)	3 – 7 (4 - 7)**	3 – 7 (4 - 7)**
Информация о товаре	6 - 7	8 - 12	8
Код упаковки товара	-	-	9 - 13
Контрольная цифра	8	13	14

*Страны, которым предоставлена возможность детализировать код страны на третьем разряде, например страны СНГ – 460 – 469.

**В указанном случае изготовитель может использовать только четыре разряда.

Алфавит штрихового кода EAN-13



Структура кодового слова кода EAN-13

XXX	XXXXX	XXXX	X
Код страны происхождения товара	Код фирмы производителя товара	Код товара (артикул)	Контрольный знак

Алфавит штрихового кода EAN-8



Структура кодового слова кода EAN-8

XX	XXX	XX	X
Код страны происхождения товара	Код фирмы производителя товара	Код товара (артикул)	Контрольный знак

Необходимо помнить, что код страны на ШК может не совпадать со страной происхождения товара, так как изготовитель или продавец имеют право зарегистрироваться не в отечественном банке данных, а в зарубежном.

Каждой стране ассоциации EAN централизованно выдаются диапазоны кодов.

Таблица 2

Список префиксов EAN

Страна	Префикс EAN	Страна	Префикс EAN
США и Канада	00 - 13	Греция	520
Франция	30 - 37	Кипр	529
Болгария	380	Ирландия	539
Словения	383	Бельгия, Люксембург	54
Хорватия	385	Дания	57
Германия	400 – 440	Польша	590
Япония	45 - 49	Румыния	594
Россия	460 – 469	Марокко	611
Тайвань	471	Кения	616
Эстония	474	Сирия	621
Латвия	475	Египет	622
Азербайджан	476	Иран	626
Литва	477	Финляндия	64
Узбекистан	478	Китай	690-693
Шри -Ланка	479	Израиль	729
Беларусь	481	Чили	780
Молдова	484	Италия	80 - 83
Армения	485	Испания	84

Казахстан	487	Северная Корея	867
Гонконг	489	Южная Корея	880
Великобритания	50	Индия	890

Классификаторы

Классификатор – это документ, который содержит систематизированный перечень объектов классификации и классификационных группировок, позволяющий находить место каждому объекту и присваивать ему определенное обозначение (код).

В зависимости от уровня утверждения и сферы применения классификаторы бывают следующих категорий:

- Межгосударственные (МК) – стандартов МК001-96, валют МК003-97, стран мира МК004-97
- Общероссийские (ОК) – продукции ОКП, предприятий и организаций ОКПО, стран мира ОКСМ, единиц измерения ОКЕИ, стандартов ОКС, информации об общероссийских классификаторах
 - Отраслевые
 - Предприятий (объединений, организаций, ассоциаций и т.д.)

Практическая часть

Задание 1. Изучить штриховые коды на учебных образцах двух непродовольственных и двух продовольственных товаров.

Каждой рабочей группе студентов необходимо определить:

- префикс EAN
- вычислить контрольное число штрихового кода продовольственных и непродовольственных товаров.
- определить алфавит, основание и длину кодов товаров.

Результаты оформить в виде таблицы:

Вид товара	Штриховой код	Префикс EAN	Страна происхождения товара	Контрольное число		Алфавит кода	Основание кода	Длина кода
				расчетное	фактическое			

Задание 2. Определить код товаров по ОК 034-2014.

Каждой рабочей группе студентов выдается список товаров. Переписать список в рабочую тетрадь. Определить коды товаров по ОК 034-2014

Практическая работа 5

Тема: Расчет показателей ассортимента

Цель работы: изучить принципы классификации ассортимента товаров; рассчитать показатели ассортимента.

Материалы и пособия: прайс-листы торговых предприятий

Практическая часть

Задание 1. Определение базовых показателей

Для определения базовых показателей необходимо рассчитать широту ассортимента каждого из трех универмагов - для этого необходимо найти сумму количеств моделей при третьей проверке. Значение самого широкого ассортимента берем за базовое (Шб)

Ш1 = Ш2= Ш3=

Вывод: Шб=

Таблица 1 - Расчет показателей ассортимента

Показатель	Характеристика	1 универмаг	2 универмаг	3 универмаг	Выводы
		г	г	г	

Широта ассортимента	$K_{ш} = \frac{Ш_{д}}{Ш_{б}} \times 100\%$				
Полнота А) одежных товаров Б) посуды В) обувных товаров Г) канцелярских товаров	$K_{п} = \frac{П_{д}}{П_{б}} \times 100\%$				
Глубина А) пальто Б) сервиза столового В) комплектов постельного белья Г) часов	$K_{г} = \frac{Г_{лб}}{Г_{лб}} \times 100\%$				
Устойчивость ассортимента	$K_{у} = (P_{\phi 1} + P_{\phi 2} + \dots + P_{\phi n}) / (P_n \times n)$				

Таблица 2 - Расчет структуры ассортимента в натуральном выражении

Группы товаров	1 универмаг		2 универмаг		3 универмаг	
	Количество видов, разновидностей и наименований	Относительные показатели структуры ассортимента в нат. выражении	Количество видов, разновидностей и наименований	Относительные показатели структуры ассортимента в нат. выражении	Количество видов, разновидностей и наименований	Относительные показатели структуры ассортимента в нат. выражении
1.						
2.						
3.						
4.						
...						
Итого		100%		100%		100%

Согласно результатов расчетов показателей структуры ассортимента построить график относительных показателей ассортимента по каждому универмагу

Практическая работа 6

Тема: Изучение номенклатуры потребительских свойств товаров

Цель работы: изучить номенклатуру потребительских свойств товаров, уметь выбрать основные потребительские свойства при определении качества конкретного товара.

Теоретическая часть

Потребительские свойства – это свойства товаров, обуславливающие их пригодность удовлетворять определенные потребности населения и проявляющиеся в процессе эксплуатации или потребления.

Номенклатура потребительских свойств – перечень потребительских свойств, разделенный на взаимосвязанные уровни. Также номенклатура – это совокупность свойств и показателей, обуславливающих удовлетворение реальных или предполагаемых потребностей.

Структура потребительских свойств служит основой для формирования номенклатуры потребительских свойств и показателей качества.

При разработке и выборе номенклатуры потребительских свойств за основу принимают типовую номенклатуру потребительских свойств товаров, представленную в таблице 3.

Функциональные свойства характеризуют основное назначение товаров и определяют его пригодность выполнять свои функции в заданных условиях использования. Функциональные свойства относят к сложным свойствам, которые подразделяются на несколько подгрупп (свойств II уровня). Выполнение основной функции зависит от параметров изделия, вида исходного сырья, качества изготовления.

Надежность – способность изделия выполнять заданные функции в заданных режимах и условиях применения, сохраняя свои эксплуатационные показатели в течение заданного промежутка времени или требуемой наработки на отказ. Нарботка – продолжительность или объем работы изделия, измеряемые в различных единицах (сутках, годах, килограммах и др.)

Долговечность характеризует способность изделия сохранять свою работоспособность до наступления предельного состояния при установленной системе технического обслуживания и ремонта. Показателями долговечности могут служить срок эксплуатации, ресурс и др.

Безотказность – способность изделия сохранять свою работоспособность в течение некоторого времени или некоторой наработки. Показателями безотказности могут служить средняя наработка до первого отказа, интенсивность отказов и др.

Сохраняемость характеризует способность изделия выполнять заданные функции после хранения и транспортирования, способность поддерживать количественные и качественные характеристики без значительных потерь в течение определенного срока.

Ремонтпригодность характеризует способность товаров восстанавливать свои исходные свойства после устранения выявленных дефектов.

Эргономические свойства характеризуют удобство и комфорт эксплуатации изделия на всех этапах функционирования в соответствии с антропометрическими, психологическими и психолого-физиологическими характеристиками потребителя.

Антропометрические свойства характеризуют соответствие размеров и формы изделия размеру и форме тела человека.

Физиологические свойства характеризуют особенности товаров, которые оказывают влияние на жизнедеятельность и особенности функционирования человеческого организма в целом и отдельных его органов.

Гигиенические свойства связаны с влиянием товаров на условия жизнедеятельности человеческого организма (свойства гигроскопичности, проницаемости, загрязняемости и очищаемости изделий).

Психологические свойства характеризуют соответствие изделия навыкам, восприятию, мышлению и памяти человека.

Психофизиологические свойства характеризуют соответствие изделия силовым, слуховым, зрительным, вкусовым, обонятельным возможностям человека.

Эстетические свойства характеризуют способность изделия удовлетворять потребности человека и общества в эстетическом образце. Показателями эстетических свойств могут служить внешний вид, дизайн, мода, целостность композиции, рациональность формы и др.

Информационная выразительность – способность изделия выражать сложившиеся в обществе культурные нормы и эстетические представления.

Целостность композиции характеризует органичную взаимосвязь элементов и формы, единства частей и целого.

Рациональность формы характеризует особенность выразительности формы и конструкции изделия и соответствие их функциональному назначению.

Безопасность – особенность товара, которая обуславливает наименьшее состояние риска, ограниченное допустимыми нормами. Различают электрическую, механическую, химическую, биологическую, физиологическую, акустическую, электромагнитную, радиационную, пожарную и безопасность транспортных средств.

Экологические свойства характеризуют способность товаров влиять на окружающую среду при производстве, хранении, транспортировании, потреблении и утилизации.

Основным методом определения номенклатуры потребительских свойств и показателей качества товаров является **экспертный**.

Практическая часть

Задание 1. Определить номенклатуру потребительских свойств и показателей качества для различных групп товаров.

Используя данные таблиц 1 и 2, выбрать группы потребительских свойств и показателей качества для следующих товаров:

- платье, ткани, холодильник;
- лак, сумка, видеокамера;
- секретер, клей, меховая шкурка;
- туалетное мыло, туфли, сковорода;
- кожа, стиральная машина, синтетическое моющее средство;
- электрические шнуры, уголь, пылесос;
- кровать, видеоманитофон, нефть;
- фен, краска для наружных работ, коньки;
- костюм, сапоги женские зимние, листовое стекло;
- кофеварка, кирпич, одеяло;
- чашка, электропила, стол;
- растворитель, компьютер, ковер.

Таблица 1 - Типовая номенклатура потребительских свойств товаров

Потребительские свойства	
I уровня	II уровня
Функциональные (свойства назначения)	Совершенство выполнения основной функции, универсальность применения Совершенство выполнения вспомогательных функций
Надежность в потреблении	Долговечность Безотказность Сохраняемость Ремонтопригодность
Эргономические	Удобство пользования изделием Антропометрические Физиологические (гигиенические) Психофизиологические Психологические Удобство управления технически сложным изделием
Эстетические	Информационная выразительность Рациональность формы Целостность композиции Совершенство производственного исполнения и стабильность товарного вида

Безопасность	Химическая Биологическая Физиологическая Акустическая Вибрационная Электрическая Радиационная Механическая Пожаробезопасность Безопасность транспортных средств
Экологические	Влияющие на атмосферу, почву, живые организмы, гидросферу

Таблица 2 - Показатели качества продукции

Наименование групп показателей качества продукции	Группа продукции				
	Продукция, расходуемая при использовании			Продукция, расходуемая свой ресурс	
	природное сырье и топливо	материалы и продукты	расходные изделия	неремонтируемые изделия	ремонтируемые изделия
Назначения	+	+	+	+	+
Надежности:					
- безопасности	-	-	-	+	+
- долговечности	-	-	-	+	+
- ремонтпригодности	-	+	+	-	+
- сохраняемости	+	+	+	+	+
Эргономичности	-	+	+	+	+
Экологичности	+	+	+	+	+
Безопасности	+	+	+	+	+
Эстетичности	-	+	+	+	+

Контрольные вопросы

1. Понятие потребительских свойств товаров. Классификация потребительских свойств.
2. Свойства назначения: социальные и функциональные свойства, определение, показатели.
3. Свойства надежности: безопасность, долговечность, ремонтпригодность, сохраняемость. Значение свойств, основная терминология, показатели (отказ, неисправность, вероятность безотказной работы, гарантийный срок, наработка на отказ, срок службы, ресурс).
4. Эргономические свойства, определение, показатели.
5. Эстетические свойства, определение, показатели.
6. Экологические свойства, определение, показатели.

Практическая работа 7 Тема: Оценка качества товаров

Цель работы: изучить методику комплексной оценки качества непродовольственных товаров: выбор номенклатуры показателей качества, определение коэффициентов весомости потребительских товаров методом ранжирования.

Теоретическая часть

Качество – это совокупность потребительских свойств товара, обуславливающих его пригодность удовлетворять текущие и перспективные потребности в соответствии с его назначением.

Требование к качеству – выражение отдельных потребностей или их перевод в набор количественно или качественно установленных требований к характеристикам объекта, чтобы дать возможность их реализации и проверки.

Оценка качества – систематическая проверка насколько объект способен выполнять установленные требования.

Показатель качества – это количественная характеристика одного или нескольких свойств продукции, составляющих ее качество, рассматриваемая применительно к определенным условиям создания и эксплуатации данной продукции. Каждый показатель имеет наименование и значение.

Единичные показатели – показатели, предназначенные для выражения простых свойств товаров. Например, к единичным показателям относится цвет, форма, целостность, кислотность.

Комплексные показатели – показатели, предназначенные для выражения сложных свойств товаров. Так, состояние мякиша хлеба - комплексный показатель, характеризующийся через ряд единичных: цвет, пористость, эластичность и др.

Базовые показатели – показатели, принятые за основу при сравнительной характеристике показателей качества.

Контроль качества представляет собой проверку соответствия показателей качества конкретного товара требованиям установленным стандартами, техническими условиями, а также требованиям, установленным в договоре поставки.

Оценка уровня качества - это совокупность операций, включающая выбор номенклатуры показателей качества оцениваемой продукции, определение этих показателей и сопоставление их с базовыми. Формирование номенклатуры показателей качества продукции производится на основе анализа их потребительских свойств. При этом используют типовую номенклатуру показателей качества.

Практическая часть

Задание 1. Определить коэффициент весомости потребительских свойств товаров экспертным методом (ранжирования).

Для выполнения этого задания студенты делятся на две рабочих группы. Первая группа выполняет задание по определению коэффициентов весомости потребительских свойств товаров в задаче 1, вторая группа - в задаче 2. При этом следует руководствоваться нижеприведенными методическими рекомендациями.

При невозможности или нецелесообразности использования расчетных или приборных методов для оценки качества продукции применяют экспертные методы, основанные на суждениях экспертов о качестве продукции, выраженных в количественной или качественной форме.

Основными задачами экспертной оценки качества продукции являются: построение структурной схемы показателей качества, определение коэффициентов весомости показателей, значений показателей оцениваемой продукции.

Свойства, составляющие качество, неравнозначны. В общей совокупности свойств, составляющих качество, одни свойства более важны, другие менее. Количественная характеристика значимости данного показателя среди других показателей при вычислении комплексного показателя качества продукции называется **коэффициентом весомости** данного показателя качества продукции.

Для расчета коэффициентов весомости используют метод ранжирования.

Метод ранжирования или последовательного сопоставления целесообразно использовать, если число ранжируемых свойств 3 – 4. При этом методе свойства предварительно ранжируют по мере убывания их значимости, то есть ранг 1 присваивается наиболее значимому свойству, ранг 2 следующему по важности, и т. д. Если эксперт считает, что весомость двух или более свойств одинакова, он проставляет им одинаковые ранги.

После ранжирования эксперты определяют коэффициенты весомости. Свойству, получившему ранг 1, присваивается оценка 10. Второе по важности свойство сравнивается с первым и в зависимости от того, насколько оно менее значимо по сравнению с первым, ему присваивается оценка от 10 до 0 с интервалом 0,5. Например, второе по значимости свойство, весомость которого на 25% меньше первого, получает 7,5 балла. Третье по значимости свойство сопоставляют с первым и вторым и проставляют в опросном листе соответствующее число – бальную оценку. Так продолжают до последнего свойства.

Затем все перечисленные числа складывают и определяют коэффициенты весомости каждого свойства путем деления числа, соответствующего значимости данного свойства, на сумму всех чисел. Например, первому по важности свойству было присвоено число 10, сумма чисел по всем свойствам равна 60. Тогда коэффициент весомости первого свойства составит:

$$m_1 = \frac{10}{60} = 0,167$$

Коэффициенты весомости просчитывают по каждому эксперту. Затем составляется сводная матрица коэффициентов весомости (в форме нижеприведенной таблицы), по всем экспертам рассчитываются средние коэффициенты весомости. При достаточной степени согласованности мнений экспертов они принимаются за окончательные.

Таблица 1 – Матрица коэффициентов весомости

Наименование потребительских свойств	Расчетные коэффициенты весомости, проставленные экспертами								Сумма оценок, проставленных всеми экспертами по каждому свойству	Средние коэффициенты весомости свойств, m_i
	1	2	3	4	5	6	...	n		
Сумма коэффициентов весомости	1	1	1	1	1	1	1	1		

Средний коэффициент весомости рассчитывают по формуле:

$$\bar{m}_1 = \frac{\sum_{i=1}^n m_1}{n}, \quad (1)$$

где m_1 – весомость i -го свойства,
 n – число экспериментов.

Задача 1. Определить коэффициенты весомости потребительских свойств женской обуви.

1. Надежности, в том числе:
 - долговечность;
 - ремонтпригодность.
2. Эргономические, в том числе:
 - гигиенические;
 - физиологические (масса, гибкость и т. д.);
 - антропометрические.
3. Эстетические, в том числе:
 - соответствие моде;
 - гармоническая целостность;

- совершенство производственного исполнения.

Задача 2. Определить коэффициенты весомости потребительских свойств тканей для верхней одежды.

1. Эргономические, в том числе:

- удобство пошива;
- удобство потребления (легкость глажения, отстирываемость и т.д.).

2. Эстетические, в том числе:

- художественно-колористическое оформление;
- фактура поверхности.

3. Гигиенические, в том числе:

- теплозащитные свойства;
- проницаемость.

4. Надежности, в том числе:

- сохраняемость формы, растяжение;
- долговечность, прочность.

Для решения задач заполнить сводную таблицу на основании заранее просчитанных коэффициентов весомости каждого свойства.

Если мнения экспертов значительно расходятся, каждого из них знакомят с коэффициентом весомости, установленным другими, затем проводят обсуждение мнений и второй тур установления коэффициентов весомости.

Задание 2. Определить степень согласованности мнений экспертов.

Согласованность мнений экспертов при определении коэффициентов весомости отдельных показателей может проверяться по *коэффициенту вариации*. Каждый студент рассчитывает вариации по одному свойству, используя данные остальных экспертов.

Коэффициент вариации рассчитывается по формуле:

$$V_i = \frac{S_i}{m_i}, \quad (2)$$

где i – номер показателя, равен 1.2.3....;

m_i - среднееарифметическое значение коэффициента весомости i – го показателя;

S_i – среднеквадратичное отклонение коэффициентов весомости i –го показателя:

$$S_i = \sqrt{\frac{\sum (m_i - \bar{m}_i)^2}{n - 1}}, \quad (3)$$

Для расчета необходимо заполнить матрицу, представленную ниже.

Расчет коэффициента вариации весомости:

Наименование свойства

Коэффициент весомости, m_i	Отклонение весомости значения, $m_i - \bar{m}_i$	Отклонение коэффициента от среднего	Квадрат отклонений, $(m_i - \bar{m}_i)^2$
$\sum_{i=1}^m (m_i)$			$\sum_{i=1}^n (m_i - \bar{m}_i)^2$

Оценка согласованности проводится с помощью следующих критериев:

$V \leq 0,10$ - согласованность высокая,

$V = 0,11- 0,15$ - выше средней;

$V = 0,16- 0,25$ - средняя;

$V = 0,26- 0,35$ - ниже средней;

$V > 0,35$ - низкая.

При согласованности ниже средней проводят повторное определение коэффициента весомости данного показателя с обсуждением и обоснованием мнений экспертов. Если согласованность мнений экспертов о весомости отдельных показателей средняя или выше средней, то можно перейти к оценке согласованности мнений группы о весомости всех показателей.

Форма контроля: устная защита отчетов по расчету коэффициентов весомости показателей качества.

Практическая работа 8

Тема: Изучение методики отбора проб для лабораторных исследований

Цель работы: выработать умения в методике отбора проб, определения объединенной пробы, научиться определять градации качества.

Материальное обеспечение: стандарты, таблицы – определители хозяйственно-ботанических сортов картофеля, лука.

Задание 1. Решение задач по отбору проб картофеля свежего продовольственного, реализуемого в розничной торговой сети.

Задание 2. Решение задач по отбору проб лука, реализуемого в розничной торговой сети.

Практическая работа 9

Тема: Организация приемки товаров по количеству и качеству

Цель работы: изучить Инструкции по приемки товаров по количеству и качеству П-6 и П-

7

Практическая часть

Задание: Ответьте на вопросы, если в договоре на поставку товаров указано, что приемка по количеству и качеству соответствует инструкциям П-6, П-7.

1. В адрес магазина поступил контейнер за пломбами изготовителя. При осмотре контейнера установлено, что оттиски пломб не соответствуют товаросопроводительным документам. Опишите действия материально-ответственных лиц при приемке товара?

2. При выгрузке товара из контейнера от органов транспорта установлено, что несколько ящиков имеют механические повреждения, содержимое в них частично отсутствует. Опишите действия материально-ответственных лиц при приемке товара?

3. По истечении установленных сроков приемки по качеству были обнаружены скрытые производственные дефекты трикотажных изделий (малозаметная штопка). Может ли продавец в этом случае предъявить претензии предприятию-изготовителю?

4. В адрес магазина поступил контейнер с обувью. В контейнере 50 транспортных коробок обуви по 10 пар в каждой. При приемке обнаружилось, что 5 коробка подмочена. Действия персонала при приемке товара?

5. В адрес магазина поступил контейнер с одеждой по железной дороге. При осмотре контейнера на станции железной дороги обнаружено расхождение в количестве мест товара. Действия получателя при приемке товара?

6. Во время приемки товара по качеству обнаружилось несоответствие товара по качеству, представитель поставщика для участия в приемке не явился. Опишите дальнейшие действия материально-ответственных лиц при приемке товара?

7. При поступлении товара в магазин, отсутствовали сопроводительные документы. Как должен осуществить приемку товара по количеству и качеству персонал магазина?

8. В магазин поступил товар, количество которого не соответствует накладной. Дальнейшие действия персонала магазина?

9. В адрес Вашей фирмы по железной дороге поступили детские текстильные изделия. Товар упакован в текстильные мешки. При выгрузке из вагона обнаружено, что часть мешков подмочена. Ваши действия при приемке товара по количеству и качеству?

10. В магазин поступила скоропортящаяся продукция. Укажите сроки приемки продукции по количеству и качеству? Кто со стороны получателя имеет право осуществить приемку продукции по количеству?

11. При поступлении трикотажных изделий в магазин централизованно от поставщика установлено, что в двух транспортных местах недостача по 1 штуке изделий. В договоре на поставку изделий реквизит «приемка товаров» отсутствует. Укажите правила приемки товаров по количеству и качеству.

Практическая работа 10

Тема: Анализ жизненного цикла товара

Цель работы: Научиться выбирать товарную марку и определять жизненный цикл товара

Теоретическая часть

1. Жизненный цикл товара

Типичный жизненный цикл товара состоит из нескольких стадий: разработка и внедрение; рост; зрелость; насыщение; упадок.

После того как фирма разработала и создала свой товар, она выводит его на рынок. Принимает все возможные меры, чтобы сформировать спрос на него и пытается завоевать доверие покупателей. На данном этапе фирма несет высокие издержки.

Стадия роста характеризуется восприятием рынком товара, ростом спроса на него, ростом продаж и прибыли.

Стадия зрелости – это достижение фирмой максимального объема продаж и прибыли вследствие того, что товар воспринят покупателями и на него есть спрос; появляются товары-конкуренты.

Насыщение и упадок– это резкое снижение объемов продаж и прибыли, товар снимают с производства и (или) заменяют его более совершенным; уход фирмы с рынка.

Достаточно сложно определить, где кончается одна стадия и начинается другая, поэтому определенную стадию принято различать по ярко-выраженным показателям каждой стадии, т. е. когда, например, увеличивается либо уменьшается объем сбыта, прибыли и т. д.

Жизненный цикл товара представляют в виде классической S-образной кривой. Хотя ради справедливости надо отметить, что не для всех товаров характерны вышеперечисленные стадии. Поэтому маркетинговая служба должна ясно представлять стадии жизненного цикла товара и внимательно следить за изменениями основных показателей фирмы, чтобы правильно определить границы стадий и, соответственно, внести нужные поправки в маркетинговую программу фирмы.

2. Разработка нового товара

Разработка нового товара включает в себя семь этапов:

- 1) генерация идеи;
- 2) оценка продукции;
- 3) проверка концепции;
- 4) экономический анализ;
- 5) разработка продукции;
- 6) пробный маркетинг;
- 7) коммерческая реализация.

На первом этапе фирма ищет возможности создания новой продукции путем поиска новых идей и методов их создания. Источниками новых идей могут быть рынок либо лаборатория. Методы новых идей – мозговая атака, анализ существующих товаров и проведение опросов. После получения результатов, фирма отбирает ту идею о новом товаре, которая ей подходит.

Проверка концентрации заключается в предоставлении потребителю предполагаемого товара с целью изучения его отношения и намерения совершить покупку. Эта проверка в основном проводится с помощью проведения различных видов опросов.

Экономический анализ – это анализ прогнозов спроса, издержек, возможной конкуренции, предполагаемых инвестиций, прибыльности.

На этапе разработки продукции фирма воплощает новую идею о товаре в физическую форму, определяет стратегию маркетинга, разрабатывает упаковку, торговую марку и т. п.

Пробный маркетинг заключается в реализации нового товара потребителю выбранного сегмента рынка и проведении наблюдения за развитием событий.

Коммерческая реализация – это этап внедрения жизненного цикла продукта, включая реализацию маркетингового плана фирмы и полномасштабного производства. Этот этап характеризуется большими затратами и быстротой принятий решений.

3. Маркетинговая стратегия на каждом этапе ЖЦТ (жизненный цикл товара)

Стратегия маркетинга предусматривает, каким должно быть поведение фирмы на рынке, чтобы она смогла достичь своей цели. **Маркетинговая стратегия зависит от стадии жизненного цикла товара и бывает следующих видов:**

1. Стратегия интенсивного маркетинга: на новый товар на рынке фирма сначала устанавливает высокую цену, неся высокие затраты по стимулированию сбыта. **Цель** – получение максимальной прибыли на единицу продукции. **Задача** – сформировать доверие у потребителя к новому товару.

2. Стратегия выборочного проникновения: высокая цена нового товара и низкий уровень затрат на стимулирование сбыта. **Цель** – максимизация прибыли. Условия применения данной стратегии: ограниченная емкость рынка, осведомленность потенциальных покупателей о товаре, отсутствие конкуренции.

3. Стратегия широкого проникновения: низкий уровень цены при больших издержках на стимулировании сбыта. **Цель** – быстрое проникновение на рынок, максимизация доли рынка. **Условия** – большая емкость рынка, плохая осведомленность потенциальных покупателей о товаре, наличие конкуренции.

4. Стратегия пассивного маркетинга: низкие цены на товар при низких затратах на сбыт. **Цель** – быстрое проникновение на рынок и получение высокой прибыли. Основа этой стратегии заключается в зависимости спроса от цены. Данные стратегии характерны для стадии внедрения товара на рынок. На последующих стадиях фирма совершенствует свой товар, играет на повышении качества, старается выйти на новые сегменты, осваивает новые каналы сбыта, усиливает его стимулирование и т. д.

5. Модификация товара – это увеличение объема сбыта при помощи изменения некоторых свойств товара.

Формы: улучшение качества товара, модернизация товара, улучшение оформления товара.

6. Модификация рынка: действия фирмы направлены на привлечение новых покупателей с помощью поиска новых рынков или сегментов; новых способов использования покупателями имеющегося товара; привлечения к покупке товара других групп потребителей.

4. Сущность и значение товарной политики. Формирование товарной политики

Товарная политика – это сложная многоступенчатая деятельность фирмы.

Главным условием выживания и процветания фирмы является выпуск на рынок нового либо модифицированного товара.

Сущность товарной политики заключается в четырех характеристиках товарной номенклатуры (широты, насыщенности, глубины, гармоничности), которые дают фирме шанс выиграть в условиях конкуренции.

Формирование товарной политики:

Товарная политика является составной частью маркетинговой политики предприятия. Она включает в себя исследование рынка, потребителей, конкурентов; разработку программы действия фирмы в области производства; прогнозирование жизненного цикла товара, а также и его анализ.

Таким образом, с помощью данной политики решаются вопросы и задачи создания нового продукта, разрабатывается маркетинг, позволяющий руководству избежать многих ошибок данного этапа, что значительно может повысить эффективность фирмы.

5. Пути повышения конкурентоспособности товара

Пути повышения конкурентоспособности товара выявляются в сравнении своего товара и фирмы с конкурентами. После проведения сравнения руководство принимает решение, по каким показателям следует обходить своих конкурентов, а по каким – быть с ними на одном уровне или даже уступать им в чем-то.

При этом следует искать ответы на такие вопросы, как:

- 1) какие нужды и потребности способен удовлетворить данный товар;
- 2) как выполняет свои функции товар в сравнении с конкурентами;
- 3) как используется товар покупателями;
- 4) как товар отвечает специфическим требованиям рынка;
- 5) нужно ли продать товар в комплексе с другим;
- 6) как определить эффективный метод продаж;
- 7) какие существуют «узкие места» на пути товара к потребителю;
- 8) какие меры нужно предпринять, чтобы ликвидировать задержки, и т. п.

Основные благоприятные пути повышения конкурентоспособности товара: сокращение времени на создание (разработку) и выхода на рынок, сокращение сроков отгрузки, увеличение товарного ассортимента, увеличение скорости услуг, наличие хорошего сервиса, повышение качества, «игра с ценой», повышение уровня персонала и многие другие.

Конкурентная борьба в итоге сводится к тому, что из двух равнозначных товаров выбирают тот, что дешевле, а из двух товаров по одинаковой цене – тот, что качественнее.

6. Понятие и сущность товарного знака. Значение товарного знака

Товарный знак – это марка (или ее часть), защищенная законом, которая дает продавцу исключительное право на использование марочного имени или марочного знака.

Марка – это своеобразный термин, символ, знак либо рисунок, предназначенный для того, чтобы выделить товар из всей товарной массы.

Марка включает в себя:

- 1) марочное имя – это часть марки, представленная в виде букв, слов;
- 2) марочный знак – это символ, рисунок, цвет, знак;
- 3) товарный знак.

Часто потребители на основе своего суждения о товаре фирмы формируют мнение о ее товарном знаке, тем самым создавая ей имидж.

Значение товарного знака

Замечено, что наличие товарного знака способно увеличить цену товара на 10 – 20 %. Однако создание престижного знака по силам достаточно крупным компаниям, которые могут выпускать качественные товары, поставлять их на различные рынки, а также нести значительные издержки при их продвижении.

Успешным считается товарный знак, охотно покупаемый потребителями и торговыми организациями. Он способен увеличить долю рынка для фирмы, путем увеличения объемов продаж.

Практическая часть

Задание 1. Распределите в определенной последовательности следующие этапы процесса разработки товара-новинки (рис. 1).

1. Разработка замысла и его проверка.
2. Испытание в рыночных условиях.
3. Анализ возможностей производства и сбыта.
4. Разработка товара.
5. Формирование идей.
6. Разработка стратегии маркетинга.
7. Развертывание коммерческого производства.
8. Отбор идей.

?	→	?	→	?	→	?	→	?	→	?	→	?	→	?
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

Рис. 1. Этапы процесса разработки товара-новинки

Задание 2. На рис. 1 укажите стадии (фазы) жизненного цикла товара.

1. Стадия подготовки к вводу товара на рынок.
2. Стадия спада.
3. Стадия зрелости.
4. Стадия роста.
5. Стадия насыщения.

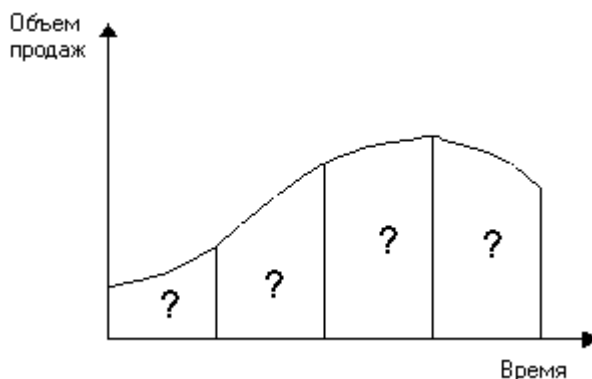


Рис. 2. График зависимости объема продаж от времени

Задание 3. На рис. 2 изображены три уровня товара с соответствующими характеристиками каждого уровня. По имеющимся характеристикам определите название каждого уровня: товар по замыслу; товар с подкреплением; товар в реальном исполнении.

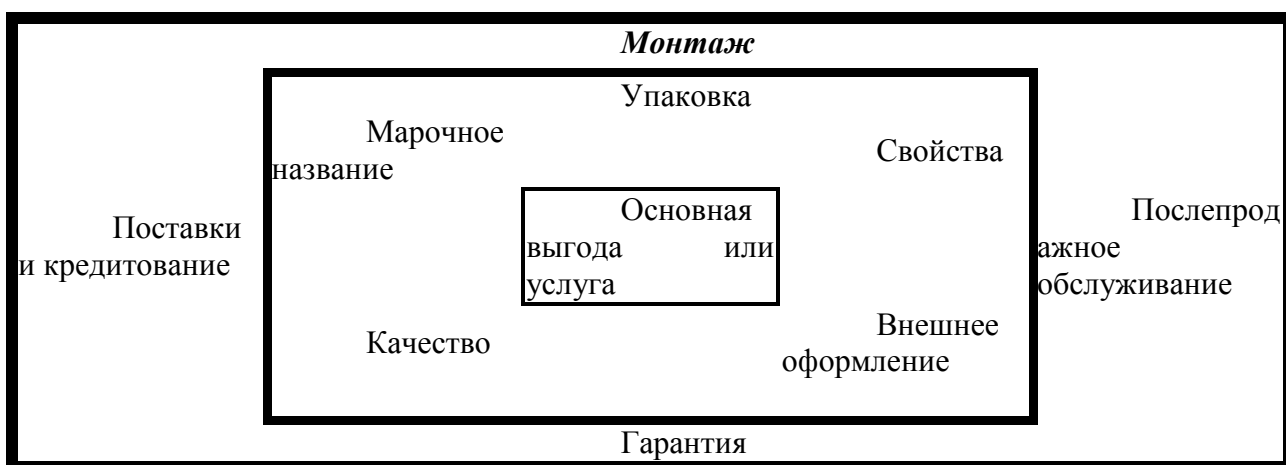


Рис. 3. Характеристика уровня товаров

Задание 4. Заполните блок-схему (рис. 3), используя следующие элементы:

1. Реализация новой ценовой стратегии;
2. Определение спроса;
3. Формирование целей ценообразования;
4. Приспособление установленных цен;
5. Анализ цен и товаров конкурентов, собственных издержек.

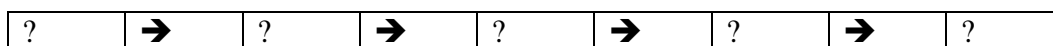


Рис. 3. Схема процесса разработки исходной цели

Задание 5. Предположим, что наряду с наступательной стратегией имеются способное и деятельное руководство, творческий коллектив, ресурсы, удачно избранная исходная идея, хорошо функционирующая инновационная система, благоприятная промышленная и культурная инфраструктуры. Первой стратегической проблемой, с которой сталкивается руководство на практике, является проблема оценки и измерения.

Вопрос: Пусть некий предприниматель твердо установил направления технического развития, подкрепил это решение прогностическими экономическими расчетами,

содержащими элемент интуитивности. Тогда, какой способ развития будет для него наиболее дешевым и быстрым:

- собственная разработка нового товара;
- покупка лицензии;
- ... ?

Задание 6. Изучите типичные заблуждения менеджеров при принятии решения о судьбе новой технологии на его предприятии, характерные сегодня для стран развитого рынка. Можно ли назвать их характерными для России?

Заблуждение 1. При выборе новой технологии исходят из ее привлекательности и грандиозных возможностей, которые она сулит. На самом деле надо исходить из того, насколько она будет удовлетворять требования потребителей.

Заблуждение 2. Считается, что при выборе новой технологии необходимо исходить из анализа теоретической рациональности и целесообразности ее внедрения. На самом деле надо учитывать сильное влияние нынешней практики и прошлого опыта.

Заблуждение 3. Все усовершенствования и нововведения, в конце концов, будут восприняты и переняты. На самом деле надо осознать, что большинство из них не окончится и не должно окончиться успехом.

Заблуждение 4. Технологические усовершенствования обладают самостоятельной ценностью. На самом деле только потребитель определяет их истинную ценность.

Заблуждение 5. Выигрывают принципиально новые технологии. На самом деле новое не всегда значит лучшее.

Заблуждение 6. Перспективы применения новой технологии предопределяют ее успешное внедрение. На самом деле решающим фактором часто является инфраструктура, необходимая для ее внедрения.

Продумайте, имеются ли сегодня в России объективные условия для воспроизведения подобных ошибок.

Задание 7. Практика знает разные пути обеспечения конкурентоспособности фирмы. Среди них:

1. Снижение издержек производства до уровня ниже, чем у конкурентов.
2. Более высокий технический уровень продукции, нежели у конкурентов.
3. Более высокая надежность изделий.
4. Более высокая скорость доставки товара.
5. Более совершенный дизайн товара.
6. Улучшенная упаковка.
7. Повышенная насыщенность рекламы.
8. "Индивидуализация" изделия по требованию заказчика.
9. Более совершенное техническое обслуживание проданного изделия.
10. Длительные сроки гарантии и другие.

Дайте ответы на следующие вопросы:

1. Какие другие пути повышения конкурентоспособности фирмы можно предложить?

2. Какие из упомянутых и предложенных Вами направлений деятельности по повышению конкурентоспособности фирмы являются наиболее действенными?

Задание 8. Чем отличается товар-предмет от товара услуги?

Контрольные вопросы:

1. Перечислите этапы процесса разработки товара-новинки.
2. Назовите стадии жизненного цикла товара.
3. Каковы маркетинговые стратегии на каждом этапе жизненного цикла товара.
4. Перечислите пути повышения конкурентоспособности товара.
5. Чем отличается товар-предмет от товара услуги?

Тема: Изучение факторов, влияющих на сохранение качества товаров

Цель работы: изучить правила упаковки, транспортирования товаров и хранения товаров и их регламентацию в стандартах.

Материальное обеспечение:

1. Нормативные документы по правилам транспортирования и хранения товаров.

Практическая часть

Задание 1. Изучить теоретические сведения.

Факторами, способствующими сохранению качества товаров, являются упаковка, условия хранения, транспортирования, эксплуатации, маркировка товаров.

Упаковка представляет собой средство или комплекс средств, предназначенных для защиты продукции от повреждений и потерь в процессе обращения, а окружающей среды - от загрязнений. Основным элементом упаковки является тара - изделие для размещения продукции. Тара не только защищает продукцию, но служит средством рекламы и информации, повышает культуру обслуживания, обеспечивает потребителю дополнительные удобства в использовании. Аэрозольная упаковка красок, ядохимикатов и др. По назначению тару подразделяют на потребительскую и транспортную, по используемым материалам ее делят на типы: деревянная, металлическая, стеклянная и др., а по форме - на виды ящики, бочки, коробки, пакеты и т.п.

Потребительская тара поступает к покупателю вместе с продукцией. Виды и материалы потребительской тары чрезвычайно разнообразны и зависят от свойств товара. Основными видами потребительской тары являются бутылки, флаконы, банки, тубы, пакеты, коробки.

Транспортная тара предохраняет товар при перевозке и хранении, облегчает механизацию погрузочно-разгрузочных операций. В зависимости от природы и механических свойств товара используют тару жесткую (дощатые и фанерные ящики, фляги, бочки), полужесткую (картонные ящики, ящики из многослойной - бумаги), мягкую упаковочная ткань, полимерная пленка). По характеру использования различают универсальную тару (ящики, коробки) и специализированную (мешки для цемента).

Для закрывания изделий, заполнения промежутков между ними применяют упаковочные материалы - бумагу различных марок, тонковолокнистую древесную стружку, пено- и поропласты, полимерные пленки с воздушными включениями.

Хранение товаров - краткосрочное или долговременное - необходимый элемент торговых процессов. При хранении товары подвергаются действию различных факторов, изменяющие потребительские свойства. Предотвратить потери и ухудшение качества товаров при хранении - ответственная обязанность работников торговли.

При хранении на товары воздействуют следующие факторы: физико-химические - влага, температура, свет, кислород и другие газы воздуха; механические - нагрузки разных видов (сжатие, изгиб, толчки и удары и др.); биологические - микроорганизмы, насекомые, грызуны.

При транспортировании должна обеспечиваться полная сохранность товаров. Вид транспорта зависит от дальности перевозки, особенностей упаковки и свойств товара.

Задание 2. Ознакомиться с содержанием ГОСТ на упаковку, транспортирование и хранение тканей и штучных изделий (ГОСТ 7000-80, ГОСТ 8737-77, ГОСТ 25227-82). По ГОСТ 7000-80 изучить способы внешней упаковки, виды тары и требования к таре и упаковочным материалам. Изучить стандарты на первичную упаковку и маркировку тканей и штучных изделий различного волокнистого состава. Обратит внимание на требования к первичной упаковке, на минимальную длину отреза и допускаемое количество отрезков в куске. Изучить стандарты на хранение и транспортирование тканей и штучных изделий.

Задание 3. Ознакомиться с требованиями к маркировке, складыванию, упаковке, транспортированию и хранению швейных и трикотажных товаров по ГОСТ 10581-82 и 3897-87.

Задание 4. Изучить ГОСТ 7296-81 Обувь, упаковка, маркировка, транспортирование и хранение.

Задание 5. Изучить ГОСТ 13799-81 Продукция плодовая, ягодная, овощная и грибная консервированная. Упаковка, маркировка, транспортирование и хранение. Обратите внимание на различные виды упаковки и требования к ним; виды транспортных средств, используемые для перевозки продукции; условия хранения.

Результаты заданий 2, 3, 4, 5, оформить в таблицу 1.

Прокомментировать результаты и сделать выводы.

Таблица 1 Требования к маркировке, упаковке, транспортированию и хранению

Группа товаров	Номер нормативного документа	Требования к упаковке	Требования к маркировке	Требования к транспортированию	Требования к хранению
Ткани и штучные изделия					
Швейные и трикотажные товары					
Обувь					
Продукция плодовая, ягодная, овощная и грибная консервированная					

Задание 6. Ознакомиться с ГОСТ Р 50419-92 Фрукты и овощи. Физические условия хранения в охлаждаемых складских помещениях. Определение понятий и измерения. Выписать несколько терминов и определений понятий, относящихся к параметрам физических воздействий.

Контрольные вопросы

1. Перечислите факторы, сохраняющие качество товаров.
2. Какие факторы, сохраняющие качество, характерны для непродовольственных товаров?
3. Какие факторы, сохраняющие качество, характерны для продовольственных товаров?
4. Как влияет на сохранение непродовольственных и продовольственных товаров упаковка и хранение?
5. Как влияет транспортировка товаров на сохранение товарного вида?

Практическая работа 12

Тема: Хранение и транспортирование продовольственных товаров. расчет фактической и начисленной естественной убыли пищевых продуктов

Цель работы: закрепление теоретических знаний и приобретение умений расчета естественных потерь продовольственного сырья при хранении, упаковке и транспортировке.

Краткие теоретические сведения

Хранение — этап обращения товара, начиная от выпуска готовой продукции до потребления или утилизации. При хранении продовольственных товаров в их составе и качестве происходят различные изменения, которые можно замедлить, сильно затормозить, но полностью избежать нельзя.

При хранении, транспортировании и реализации возникают количественные потери товаров, которые подразделяют на *нормируемые* и *активируемые*. К нормируемым потерям относят естественную убыль массы и предреализационные отходы, образующиеся при подготовке товаров к продаже (зачистка колбасы, рыбы, сливочного масла; образование крошки при продаже сахара-рафинада, кондитерских изделий и др.)

На различных этапах технологического цикла товародвижения отмечаются разнообразные потери сырья, полуфабрикатов, готовой продукции. Товарные потери - это потери, вызванные частичной либо полной утратой количественных или качественных характеристик товара в натуральном выражении. Товарные потери подразделяются по виду утраченных характеристик товара на две подгруппы - количественные и качественные. Количественные (нормируемые) - это уменьшение массы, длины, объема, и др. количественных характеристик товаров. Потери этой подгруппы вызваны естественными, свойственными конкретному товару процессами, например, усушкой, распылом, улетучиванием, дыханием, боем и т.п. или операциями подготовки товаров к продаже: резкой, рубкой, удалением упаковочных материалов или несъедобных частей продукта. Такие потери возникают в основном у нефасованных, развесных пищевых продуктов, поэтому в ряде нормативных документов их называют нормируемыми. Количественные потери в зависимости от причин возникновения делятся на два вида - естественная убыль и предреализационные потери. На эти количественные потери существуют нормы естественной убыли и нормы предреализационных отходов, нормы разработаны в 1980-1987 гг. Министерством торговли РФ, и доведены до всех торгующих организаций. Установление таких норм является объективной необходимостью.

Естественная убыль — это потери массы товаров, возникающие по естественным причинам. Основными причинами ее являются усушка, распыл (раструска), утечка, раскрошка и др. На размер естественной убыли продуктов влияют физико-химические свойства товаров, сроки и условия хранения, вид упаковки, климатические условия и времена года. К естественной убыли не относятся отходы от зачистки верхнего слоя (штоф) сливочного масла; отходы, образующиеся при подготовке к продаже колбас (бечевка, концы оболочек), битой домашней птицы (бумага).

Потери товаров — лом, бой, возникшие в результате недобросовестного отношения, также не относятся к естественной убыли и списываются за счет виновных лиц. Списание недостачи может производиться только после инвентаризации товаров. Порядок списания недостач, хищений и потерь от порчи ценностей регулируется законодательством и учредительными документами предприятия.

При размещении товаров на хранение следует учитывать требования:

- безопасность, рациональность эксплуатации хранилищ;
- совместимость товаров – правила товарного соседства;
- эффективность работы – обеспечение средствами механизации, отопительными приборами и т.д.

В нормы естественной убыли (НЕУ) в настоящее время включены масса полимерной плёнки, фольги и пергаменты сыров, поступивших в указанной упаковке, а также концы оболочек, шпагат и металлические зажимы на колбасном и копчёном сыре.

На большинстве товаров установлены НЕУ при хранении, транспортировании и реализации, согласно которым осуществляется списание естественной убыли в случае выявления недостатков при инвентаризации.

К товарам, фасуемым в магазине, НЕУ применяются в таком же размере, как и к нефасованным товарам.

В розничной торговой сети на размер естественной убыли влияют физико-химическая природа товара, его обработка, упаковка, зона нахождения розничного предприятия и некоторые другие особенности. Так для свежих плодов и ягод, овощей учитывают время года – зима, осень, весна, лето.

Нормы естественной убыли не применяют к штучным товарам, а также к товарам, поступающим на розничные торговые предприятия в фасованном виде (могут применяться в ограниченных размерах, если повреждена упаковка), к мороженым, глазированным рыбным и нерыбным морепродуктам и солёным, пряным и маринованным в тузлуке, кроме семейства лососевых, продаваемых в нарезку.

При хранении на размер естественной убыли влияют также вид хранилища, зона и срок хранения, способ охлаждения, срок хранения (в таре, без тары) и др.

При транспортировании продовольственных товаров на размер естественной убыли влияют вид транспортных средств, период года (тёплый, холодный), расстояние.

Нормы естественной убыли периодически пересматриваются в связи с применением новых видов тары и упаковочных материалов, прогрессивных способах хранения, транспортирования и организации продажи товаров населению.

Предусмотрены также нормы потерь, связанных с реализацией товаров по методу самообслуживания. Размеры предреализационных потерь определяются дополнительно к нормам естественной убыли продовольственных товаров приказами органов управления торговли.

Естественной убылью называют потери продовольственных товаров, неизбежно возникающие при нормальных условиях транспортирования, хранения и реализации. Существует несколько видов естественной убыли: усушка, раструска и распыл, раскрошка, утечка, розлив, дыхание.

Усушка – самый распространённый вид потерь, возникающий вследствие испарения влаги и улетучивания веществ. Усушке не подвержены продовольственные товары, упакованные в герметичную тару. Значительны потери влаги при хранении свежих плодов и овощей.

Раструска и распыл – потери сыпучих товаров (муки, крупы, сахарного песка и др.) при перевозке, хранении и реализации этих товаров вразвес.

Раскрошка может возникнуть при разрубке мороженого мяса и рыбы. За исключением карамели обсыпанной и сахара-рафинада она относится к естественной убыли.

Утечка, впитывание в тару характерно для жирных товаров, жиров, халвы и других товаров. Возможны потери клеточного сока мороженого мяса и рыбы при размораживании данной продукции.

Розлив – вид естественной убыли жидких товаров, возникающий при перекачке, при отпуске товара покупателям в розлив.

Дыхание – расход питательных веществ, то есть потеря сухого вещества товаров. Товары повреждённые, с заболеваниями дышат интенсивнее, следовательно, увеличиваются потери сухого вещества. Потери при дыхании свежих плодов и овощей зависят также от их вида и сорта, времени года, вида хранилищ и климатической зоны. Так фрукты, ягоды и овощная зелень отличаются большей интенсивностью дыхания, чем овощи.

Материально-техническое обеспечение: инструкционная карта по выполнению практической работы, натуральные образцы продуктов (яблоки, сыр,

молоко, мука) эксикатор, бумажные упаковки, полиэтиленовые пакеты, лопаточка для сыпучих продуктов, мерный цилиндр, калькулятор.

Задание. Ознакомьтесь с техникой определения естественной убыли пищевых продуктов и определите естественную убыль натуральных образцов пищевых продуктов (яблоки, сыр, молоко, мука), произведите расчеты и результаты запишите в таблицу.

Методика выполнения:

1. Техника определения зависит: от объектов исследования, а также от процессов, обуславливающих естественную убыль (ЕУ).

Таблица 1

Объекты исследования	Процессы вызывающие ЕУ	Техника определения ЕУ
Пищевые продукты Свежие плоды и овощи (целиком или частично) Сыр, колбаса, хлеб (кусочки по 20-50 г)	Испарение воды - Дыхание Испарение воды	В начале занятия взвешиваются не менее 3-5 объектов одного наименования товара (например, 3 яблока или кусочек сыра). Взвешенные образцы помещают либо в сухой эксикатор с водопоглотителем (щелочь, хлористый кальций и др.), либо оставляют при комнатной температуре. Через 1 и 2 часа исследуемые объекты вновь взвешивают.
Сыпучие пищевые продукты: мука, крахмал, манная крупа, сахар и др.	Распыл Раструска	Взвесьте в бумажном пакете определенное количество сыпучего продукта (например, 200г). Расфасуйте это количество на 5 бумажных упаковок произвольной массы. Каждую упаковку вновь взвесьте.
Жидкие пищевые продукты: вода молоко, растительное масло и др.	Розлив	В мерный цилиндр или мензурку №1 наливают жидкий объект и измеряют объем (например, 500мл). После этого отмеривают по 100мл жидкости другим цилиндром (№2,3 и т.д.) и каждую отмеренную часть переливают в отдельный стаканчик. После этого все части сливают вместе в цилиндр или мензурку №1. Определяют конечный объем.

1. Произведите расчет естественной убыли каждого пищевого продукта и результаты занесите в таблицу 2.

Расчет естественной убыли производят по формуле:

$$EY = (X_0 - X_k) * 100 / X_0, \%$$

где: X_0 – начальная масса продукта; X_k – конечная масса, т.е. масса продукта после завершения эксперимента.

Таблица 2

Объект исследования	Номер образца	Результаты определения массы образца, г	

		Начальное значение, X ₀	Конечное значение, X _к	Естественная убыль, % начисленная

Составить отчет по работе:

1. Законспектировать технику определения естественной убыли
2. Определить естественную убыль натуральных образцов пищевых продуктов
3. Рассчитать по формуле естественную убыль.
4. Начертить таблицу и записать в нее результаты.

Контрольные вопросы

1. Назовите виды потерь и процессы, их вызывающие.
2. Что такое естественная убыль?
3. Назовите основные меры по предупреждению и снижению потерь.
4. Какие процессы происходят в пищевых продуктах при хранении?
5. Расскажите об условиях и сроках хранения пищевых продуктов.
6. Назовите правила товарного соседства.
7. Назовите основополагающие принципы хранения.

Практическая работа 13

**Тема: Изучение правовой и нормативной базы товарной информации.
расшифровка информационных знаков на маркировке**

Цель работы: изучить нормативную базу товарной информации. расшифровать информационные знаки на маркировке

Задание 1 - Проанализировать маркировку любого продовольственного или непродовольственного товара и выявить основополагающую, коммерческую и потребительскую информацию. Результаты анализа провести в виде табл. 1

Таблица 1 - Установление видов информации

Элементы информации	Виды информации		
	основополагающая	коммерческая	потребительская
Пример: Наименование товара	+	-	-
№ ГОСТа	-	+	-
Способ использования и др.	-	-	+

Заключение: обобщение результатов анализа, выявление доминирующего (преобладающего) вида информации.

Задание 2. Расшифровать условные обозначения – информационные знаки на маркировке продовольственных или непродовольственных товаров. Выявить дублирование информации в виде условных обозначений на штампах, клеймах и текста на маркировке.

Результаты расшифровки записываются в отчет. В заключении анализируется целесообразность дублирования информации.

Задание 3. Выявите на маркировке её составные части: текстовую, изобразительную и информационные знаки. Установите, какие элементы информации присущи каждой части и каково их значение. Результаты приведите в табл. 2

Таблица 2 - Составные части маркировки

Элементы информации, содержащиеся в составных частях маркировки		
текстовой	изобразительной	информационных знаков

--	--	--

Заключение: обобщите результаты анализа данных табл. 2. Установите, какие доминирующую часть информации на маркировке по занимаемой площади и информационной насыщенности.

Задание 4. Установите информационные элементы маркировки, определяющие ассортиментную, качественную и количественную характеристики, в том числе – принадлежность к одной или разным товарным партиям.

Задание выполняется на 2-3 натуральных образцах маркировок с упаковкой и без неё. Результаты оформите в виде табл. 3.

Таблица 3 - Определение товароведных характеристик товаров на их маркировке

Товароведные характеристики	Информационные элементы маркировки
Ассортиментная	
Качественная	
Количественная	
Принадлѣжность к товарной партии	

Заключение должно содержать перечень товароведных характеристик, определяемых с помощью маркировки и определение принадлежности товаров к одной или разным товарным партиям.

6. Примеры оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

6.1 Примеры тестовых заданий

Тема 1. Введение в товароведение

1. Наука об основополагающих характеристиках товаров, определяющих их потребительные стоимости, и факторах обеспечения этих характеристик – это:

- 1) сертификация
- 2) метрология
- 3)* товароведение
- 4) стандартизация

2. Принцип товароведения, заключающийся в достижении наиболее оптимального результата при производстве, упаковке, хранении, реализации и потреблении (эксплуатации) товаров, называется:

- 1) безопасность
- 2)* эффективность
- 3) совместимость
- 4) взаимозаменяемость

3. Принцип товароведения, заключающийся в установлении определенной последовательности однородных, взаимосвязанных товаров, процессов и услуг, называется:

- 1)* систематизация
- 2) эффективность
- 3) совместимость
- 4) взаимозаменяемость

4. Критериями современного состояния потребительского рынка могут служить:

- 1) количество товаров
- 2) производители товаров
- 3)* соотношение спроса и предложения, которое определяет насыщенность рынка товарами, степень удовлетворения спроса
- 4) потребители товаров

5)законодательная база РФ

5. Материальная продукция, предназначенная для купли-продажи – это:

- 1)продукция
- 2)услуга
- 3)процесс
- 4)*товар

6. Укажите, какие из перечисленных объектов являются продукцией:

- 1)*овощи, выращенные на собственном участке
- 2)яблоки, реализуемые на оптовом рынке
- 3)пуловер, связанный мамой и подаренный вам на день рождения
- 4)глиняная ваза, обменянная на нитку бус из поделочного камня

7. Потребительные ценности товаров, а также методы их познания и обеспечения являются:

- 1)теорией товароведения
- 2)критериями товароведения
- 3)целью товароведения
- 4)*предметом товароведения

8. Результат деятельности или процессов – это

- 1)товар
- 2)*продукция
- 3)итог
- 4)объект

9. Свойства товара закладываются на стадии

- 1)поиска и изучения рынка
- 2)*проектирования
- 3)изготовления
- 4)потребления

10. Принципами товароведения являются

- 1)классификация
- 2)*совместимость
- 3)*взаимозаменяемость
- 4)объединение
- 5)анализ

11. Степень развития науки товароведения, характеризуемая накоплением фактов, описанием классификаций, объектов, событий, называется:

- 1)аналитико-синтетическая
- 2)прогностическая
- 3)*феноменологическая (описательная)
- 4)аксиоматическая

12. Степень развития науки товароведения, которая позволяет дать определение природы, свойств объектов, закономерностей явлений и создать возможность для предсказаний возможных исходов, называется:

- 1)прогностическая
- 2)*аналитико-синтетическая
- 3)феноменологическая (описательная)
- 4)аксиоматическая

13. Степень развития науки товароведения, на которой происходит моделирование основных процессов с аналитическим представлением законов и принципов, прогнозированием сроков и конечного результата процессов и явлений:

- 1)*прогностическая
- 2)аналитико-синтетическая
- 3)феноменологическая (описательная)
- 4)аксиоматическая

14. Степень развития науки товароведения, характеризующаяся высокой степенью обобщения явлений с глубоким проникновением в их сущность:
- 1)прогностическая
 - 2)аналитико-синтетическая
 - 3)феноменологическая (описательная)
 - 4) аксиоматическая
15. При появлении денег, меновая стоимость товара в денежном выражении определялась:
- 1)известностью товара
 - 2)необходимостью товара для покупателя
 - 3)внешним видом товара
 - 4)*его полезностью для покупателя
16. Источниками наполнения рынка товарами являются:
- 1)*промышленное производство
 - 2)*сельскохозяйственное производство
 - 3)налоговое законодательство
 - 4)таможенные платежи
17. Производство, не удовлетворяющее полностью спрос приводит к:
- 1)профициту
 - 2)инфляции
 - 3)нестабильности
 - 4)*дефициту
18. В условиях насыщенного рынка, качество товаров:
- 1)изменяется
 - 2)*улучшается
 - 3)ухудшается
 - 4)остается на прежнем уровне
19. Предметом учебной дисциплины товароведение являются:
- 1)товары
 - 2)*потребительные ценности товаров
 - 3)торговые марки
 - 4)товарные отношения
20. Распределите, по возрастающей этапы развития товароведения как науки и их названия
- | | |
|----------|-------------------------------------|
| 1)1 этап | а)прогностический |
| 2)2 этап | б)аналитико-синтетический |
| 3)3 этап | в)феноменологический (описательный) |
| 4)4 этап | г)аксиоматический |
- Ответ: 1-в, 2-б, 3-а, 4-г**
21. Распределите определения в соответствии с принципами товароведения
- 1)принцип, заключающийся в отсутствии недопустимого риска, связанного с возможностью нанесения товаром или услугой или процессом ущерба жизни, здоровью и имуществу людей
 - 2)принцип, заключающийся в достижении наиболее оптимального результата при производстве, упаковке, хранении, реализации и потреблении (эксплуатации) товаров
 - 3)принцип, определяемый пригодностью одного товара, процесса или услуги для совместного использования с другим товаром, не вызывающему нежелательных взаимодействий
 - 4)принцип, определяемый пригодностью одного товара, процесса или услуги для использования вместо другого товара, процесса или услуги в целях выполнения одних тех же требований
- А)совместимость
 Б)безопасность
 В)эффективность
 Г)взаимозаменяемость
- 1Б, 2В, 3А, 4Г**

22. Понятие соотнесите с приведенными примерами

- | | |
|--------------|----------------------------------|
| 1) продукция | А) мука, реализуемая в магазине |
| 2) услуга | Б) выравнивание стен помещения |
| 3) процесс | В) картофель, выращенный на поле |
| 4) товар | Г) транспортирование грузов |

1В, 2Б, 3Г, 4А

23. Наука об основополагающих характеристиках товаров, определяющих их потребительные стоимости, и факторах обеспечения этих характеристик – это

***товароведение**

24. Принцип, заключающийся в установлении определенной последовательности однородных, взаимосвязанных товаров, процессов и услуг – это

***систематизация**

25. Понятие соотнесите с определениями

- | | |
|--------------|--|
| 1) продукция | А) материальная продукция, предназначенная для купли-продажи |
| 2) услуга | Б) результат, по меньшей мере, одного действия, обязательно осуществлённого при взаимодействии поставщика и потребителя, и, как правило, нематериальна |
| 3) процесс | В) материальный или не материальный результат деятельности, предназначенный для удовлетворения реальных или потенциальных потребностей |
| 4) товар | Г) совокупность последовательных действий для достижения какого либо результата |

1В, 2Б, 3Г, 4А

Тема 2. Объекты и субъекты товароведной деятельности

1. Потребительская функция товара заключается в

- 1) *его способности соответствовать запросам потребителей благодаря присущим ему основополагающим характеристикам товара
- 2) способности удовлетворять разные виды и разновидности потребностей
- 3) рассмотрении товара как объекта купли-продажи
- 4) обеспечении прибыли производителю (продавцу)

2. Человек, познающий внешний мир (объект) и воздействующий на него в своей практической деятельности, а также носитель прав и обязанностей, является

- 1) *субъектом товароведения
- 2) объектом товароведения
- 3) объектом классификации
- 4) субъектом классификации

3. Гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести товар (работу, услугу), предоставляемый поставщиком, для личных нужд

- 1) посредник
- 2) клиент
- 3) *потребитель
- 4) заказчик

4. Совокупность отличительных свойств, признаков предмета или явления – это

- 1) марка
- 2) номенклатура
- 3) *характеристика
- 4) особенность

5. Характеристика товара, определяющая совокупность отличительных признаков товаров, их функциональное и (или) социальное назначение

- 1) качественная
- 2) *ассортиментная

- 3)количественная
4)стоимостная
6. Субъекты товароведной деятельности – подразделяются на
1)*две группы
2)три группы
3)семь групп
4)четыре группы
7. Объектами товароведной и коммерческой деятельности являются
1)характеристики товаров
2)свойства товаров
3)*товары
4)продукция
8. Характеристика товара, определяющая совокупность внутривидовых потребительских свойств, обладающих способностью удовлетворять разнообразные потребности, является
1)*качественной
2)ассортиментной
3)количественной
4)стоимостной
9. Характеристика товара, определяющая совокупность определенных внутривидовых свойств, выраженных с помощью физических величин и единиц их измерения
1)качественная
2)ассортиментная
3)*количественная
4)стоимостная
10. Объектом договора купли-продажи является
1)производитель
2)потребитель
3)стоимость партии
4)*товар
11. Предмет, явление, на которое направлена какая либо деятельность – это
***объект**
12. Человек, познающий внешний мир (объект) и воздействующий на него в своей практической деятельности, а также носитель прав и обязанностей – это
***субъект**
13. Соотнесите характеристики
- | | |
|------------------|----------------|
| 1)качественная | А)объем |
| 2)ассортиментная | Б)цена |
| 3)количественная | В)наименование |
| 4)стоимостная | Г)состав |
- 1Г, 2В, 3А, 4Б**
14. Совокупность отличительных свойств, признаков предмета или явления – это
***характеристика**
15. Гражданин, имеющий намерение заказать или приобрести либо заказывающий, приобретающий или использующий товары (работы, услуги) исключительно для личных (бытовых) нужд, не связанных с извлечением прибыли
***потребитель**

Тема 3. Методы товароведения

1. Метод определения значений показателей качества с помощью органов чувств
1)*органолептический
2)измерительный
3)аналитический
4)систематизации

2. Метод обобщения объектов по общим признакам:
 - 1)идентификация
 - 2)*группировка
 - 3)систематизация
 - 4)классификация
3. Объект классификации – это
 - 1)*элемент классифицированного множества
 - 2)свойства или характеристика объекта, по которому производится классификация
 - 3)совокупность классификационных группировок
 - 4)качественное или количественное выражение товара
4. Разделение множества объектов на подмножества по сходству или различию в соответствии с принятыми методами – это
 - 1)нумерация
 - 2)стандартизация
 - 3)*классификация
 - 4)кодирование
5. Количество признаков и ступеней классификации определяет
 - 1)полноту
 - 2)ширину
 - 3)ступень
 - 4)*глубину
6. При каком методе классификации группировки не подчинены друг другу; наблюдается трудность в определении весомости классифицируемых характеристик объекта
 - 1)иерархическом
 - 2)* фасетном
 - 3)комбинированном
7. Система знаков (символов), принятых для образования кода - это
 - 1)структура
 - 2)*алфавит
 - 3)основание
 - 4)разряд
8. Фотоаппарат «Кодак» относится к подклассу непродовольственных товаров
 - 1)галантерейные
 - 2)хозяйственные
 - 3)*культурно-бытовые
 - 4)сложнотехнические
9. Освежитель воздуха «Аiren» относится к группе непродовольственных товаров
 - 1)парфюмерные
 - 2)*бытовые химические
 - 3)стройматериалы
 - 4)нефтепродукты
10. Этап разделения множества на составляющие части по одному из признаков – это
 - 1)*ступень
 - 2)глубина
 - 3)признак
 - 4)метод
11. Для какого метода классификации характерна возможность выделения общности и сходства признаков объектов на одной и разных ступенях
 - 1)*иерархического
 - 2)фасетного
 - 3)комбинированного
12. Кодирование представляет собой

- 1)*присвоение по определенным правилам условного обозначения объекту или группе объектов
 - 2)последовательное разделение множества объектов на подчиненные классификационные группировки
 - 3)упорядочение однородных, взаимосвязанных объектов по общим признакам путём расположения их в определённом порядке
 - 4)определение значений показателей качества продукции
13. Документ, который содержит систематизированный перечень объектов классификации и классификационных группировок, позволяющий находить место каждому объекту и присваивать ему определенное обозначение (код), называется

***классификатор**

14. Показатели качества пищевых продуктов относятся к соответствующим группам

- 1)массовая доля влаги
 - 2)внешний вид
 - 3)консистенция
 - 4)общая кислотность
 - 5)БГКП
- А)органолептический показатель
 В)физико-химический показатель
 С)микробиологический показатель

1В,2А,3А,4В,5С

Тема 4. Ассортимент товаров

1. По местонахождению товаров, ассортимент магазина «Продукты»

- 1)промышленный
- 2)*торговый
- 3)смешанный
- 4)открытый

2. В магазинах торгующих как непродовольственными так и продовольственными товарами представлен ассортимент

- 1)видовой
- 2)марочный
- 3)сопутствующий
- 4)*смешанный

3. Количественное выражение свойств ассортимента

- 1)свойство
- 2)*показатель
- 3)значение
- 4)число

4. Показатель ассортимента, характеризующийся способностью набора товаров удовлетворять спрос на один и те же товары

- 1)широта
- 2)полнота
- 3)глубина
- 4)*устойчивость

5. Состояние набора товаров, характеризующееся высокой устойчивостью и низкой степенью обновления – это

- 1)сокращение
- 2)расширение
- 3)*стабилизация
- 4)обновление
- 5)совершенствование

6. Крем для рук «Бархатные ручки» относится к группе непродовольственных товаров

- 1)парфюмерные
 - 2)бытовые химические
 - 3)смазочные материалы
 - 4)*косметические
7. По местонахождению товаров, ассортимент кондитерского концерна «Бабаевский»
- 1)*промышленный
 - 2)торговый
 - 3)смешанный
 - 4)сложный
8. По широте охвата товара, сложный ассортимент представлен в
- 1)хлебобулочном магазине
 - 2)*универсаме
 - 3)магазине аудио- видеотехники
 - 4)магазине детских товаров
9. Специфическая особенность ассортимента, проявляющаяся при его формировании
- 1)*свойство
 - 2)показатель
 - 3)характеристика
 - 4)значение
10. Показатель ассортимента, характеризующийся количеством видов, наименований и разновидностей товаров однородных и разнородных групп - это
- 1)*широта
 - 2)полнота
 - 3)глубина
 - 4)устойчивость
11. Количественные и качественные изменения набора товаров за счет увеличения показателей широты, полноты, глубины, устойчивости и новизны – это
- 1)сокращение
 - 2)*расширение
 - 3)стабилизация
 - 4)обновление
 - 5)совершенствование
12. Набор товаров, представленный небольшим количеством групп, видов и наименований, которые удовлетворяют ограниченное число потребностей – это ассортимент
- 1)сложный
 - 2)*простой
 - 3)сопутствующий
 - 4)товарный
13. Набор товаров, представленный значительным количеством групп, видов, разновидностей и наименований товаров, которые удовлетворяют разнообразные потребности в товарах это ассортимент
- 1)*сложный
 - 2)простой
 - 3)сопутствующий
 - 4)групповой
14. Набор однородных товаров, объединенных общностью признаков и удовлетворяющих аналогичные потребности – это ассортимент
- 1)сложный
 - 2)простой
 - 3)видовой
 - 4)*групповой
15. Набор товаров различных видов и наименований, удовлетворяющий аналогичные потребности - это ассортимент

1) смешанный

2) простой

3)* видовой

4) групповой

16. Набор товаров одного вида, марочных наименований или относящихся к группе марочных - это ассортимент

1) смешанный

2)* марочный

3) видовой

4) групповой

17. Набор товаров, который включает значительное количество подгрупп, видов, разновидностей, наименований, в том числе марочных, относящихся к группе однородных, но отличающихся индивидуальными признаками - это ассортимент

1)* развернутый

2) марочный

3) видовой

4) групповой

18. Набор товаров, которые выполняют вспомогательные функции и не относятся к основным для данной организации - это ассортимент

1) развернутый

2) марочный

3)* сопутствующий

4) групповой

19. Набор товаров разных групп, видов, наименований, отличающихся большим разнообразием функционального назначения - это ассортимент

1) развернутый

2) марочный

3)* смешанный

4) групповой

20. Набор товаров, наиболее полно удовлетворяющий реально обоснованные потребности, которые обеспечивают максимальное качество жизни при определенном уровне развития науки, техники и технологии – это ассортимент

1)* рациональный

2) оптимальный

3) прогнозируемый

4) реальный

21. Набор товаров, удовлетворяющий реальные потребности с максимально полезным эффектом для потребителя при минимальных затратах на их проектирование, разработку производства и доведения до потребителей - это ассортимент

1) рациональный

2)* оптимальный

3) прогнозируемый

4) реальный

22. Действительный набор товара, имеющийся в конкретной организации изготовителя и продавца - это ассортимент

1) рациональный

2) учебный

3) прогнозируемый

4)* реальный

23. Набор товаров, который должен будет удовлетворять предполагаемые потребности - это ассортимент

1) рациональный

2) учебный

- 3)*прогнозируемый
4) реальный
24. Перечень товаров, систематизированный по определенным научно обоснованным признакам для достижения обучающих целей- это ассортимент
1)рациональный
2)*учебный
3)прогнозируемый
4) реальный
25. Соотношение выделенных по определенному признаку совокупностей товара в общем наборе
1)групповой ассортимент товаров
2)*структура ассортимента товаров
3)номенклатура товаров
4)ассортиментный перечень товаров
26. Документ, содержащий часть торгового ассортимента товаров, который должен быть постоянно в продаже
1)прайс-лист
2)торговый ассортимент товаров
3)лицензия
4)*ассортиментный перечень товаров
27. При выпуске нового товара, в основе будет критерий
1)экологическая безопасность
2)*безопасность потребления;
3)прибыльность
4)безопасность производства
28. Совокупность товаров, их видов и разновидностей, объединенных по одному или нескольким признакам – это
1)*ассортимент
2)номенклатура
3)классификация
4)категория
29. По признаку потребительского назначения можно классифицировать такие товарные группы, как
1)рыба и рыбные продукты
2)*строительные материалы
3)кондитерские изделия
4)*детские товары
30. Перечень однородных и разнородных товаров общего или аналогичного назначения, это
1)ассортимент
2)группа
3)категория
4)*товарная номенклатура
31. Система мер по определению набора товарных групп, наиболее предпочтительных для успешной работы на рынке и обеспечивающих экономическую эффективность деятельности предприятия в целом – это
1)управление ассортиментом
2)товарная политика
3)*ассортиментная политика
4)товарный менеджмент
32. К общим факторам, влияющим на формирование промышленного и торгового ассортимента, относится
1)достижение научно- технического прогресса
2)*рентабельность

- 3)сырьевая база
- 4)материально-техническая база производства
- 33. Ассортиментный минимум — это
 - 1)*перечень товарных позиций, которые должны постоянно присутствовать в магазине в определенный период времени
 - 2)перечень всех товарных позиций, включая и сезонные товары, которые могут временно отсутствовать в магазине
 - 3)общее количество товарных позиций внутри каждой товарной категории в ассортименте
 - 4)количество различных брендов, марок и моделей
- 34. По сырьевому признаку можно классифицировать такие товарные группы, как
 - 1)хозяйственные товары
 - 2)автотранспорт
 - 3)*молоко и молочные продукты
 - 4)*шерстяные ткани
- 35. Ассортимент товаров предназначен для
 - 1)заполнения торгового пространства
 - 2)увеличения прибыли торгового предприятия
 - 3)*удовлетворения потребностей потребителей
 - 4)повышения конкурентоспособности торгового предприятия
- 36. Процесс подбора групп, видов и разновидностей товаров для реализации это
 - 1)*формирование ассортимента
 - 2)классификация
 - 3)выделение критерия
 - 4)градация
- 37. Набор товаров, формируемый по определенным признакам и удовлетворяющий разнообразные, аналогичные и индивидуальные потребности – это
 - *ассортимент

Тема 5. Качество товаров

- 1. Показатели принятые за основу при сравнительной характеристике показателей качества
 - 1)действительные
 - 2)нормируемые
 - 3)определяющие
 - 4)*базовые
- 2. Потребительские свойства, характеризующие способность товаров создавать ощущения удобства, комфортности, наиболее полного удовлетворения потребностей в соответствии с антропометрическими, психологическими и психолого-физиологическими характеристиками потребителя, относятся к группе
 - 1)назначения
 - 2)надежности
 - 3)*эргономических
 - 4)эстетических
 - 5)безопасности
- 3. В зависимости от наличия методов и средств обнаружения дефекты делятся на
 - 1)*две группы
 - 2)три группы
 - 3)четыре группы
 - 4)пять групп
- 4. К единичным показателям относятся
 - 1)пористость
 - 2)устойчивость к действию кислот
 - 3)*форма
 - 4)пищевая ценность

5. Потребительские свойства, характеризующие способность товаров сохранять функциональное назначение в процессе хранения и/или потребления в течении заранее оговоренных сроков, относятся к группе
- 1) назначения
 - 2) *надежности
 - 3) эргономических
 - 4) эстетических
 - 5) безопасности
6. По степени значимости дефекты делятся на
- 1) две группы
 - 2) *три группы
 - 3) четыре группы
 - 4) пять групп
7. Совокупность потребительских свойств товара, обуславливающих его пригодность удовлетворять текущие и перспективные потребности в соответствии с его назначением, называется
- 1) *качество
 - 2) потребность
 - 3) потребление
 - 4) номенклатура
8. Объективная особенность продукции (или товара), проявляющаяся при ее создании, оценке, хранении и потреблении – это
- 1) показатель
 - 2) *свойство
 - 3) характеристика
 - 4) наименование
9. Эргономические свойства и показатели товара характеризуют
- 1) выполнение основной функции
 - 2) способность товаров сохранять функциональное назначение в процессе хранения и/или потребления в течении заранее оговоренных сроков
 - 3) *способность товаров создавать ощущения удобства, комфортности
 - 4) способность товаров не оказывать вредного воздействия на окружающую среду при их эксплуатации или потреблении
10. Категория или разряд, присвоенные объектам, имеющим то же самое функциональное применение, но различные требования к качеству, называется
- 1) классификация
 - 2) кодирование
 - 3) *градация
 - 4) фальсификация
11. Для характеристики туалетного мыла и духов в зависимости от рецептуры, которая обуславливает различные свойства, применяются
- 1) группы сложности
 - 2) *группы качества
 - 3) марки, номера
 - 4) сорта
12. Градацию качества по сортам, применяют для товаров
- 1) *продовольственных
 - 2) сложнотехнических
 - 3) парфюмерно-косметических
 - 4) культурно- бытовых
13. Нужда (чувство нехватки чего-либо, ощущаемое человеком) в чем-либо объективно необходимом для поддержания жизнедеятельности и развития организма, человеческой личности, социальной группы и общества в целом – это

- 1) качество
 - 2) здоровье
 - 3) социальность
 - 4) *потребность
14. Физиологические потребности потребителей
- 1) *еда
 - 2) *жилье
 - 3) образование
 - 4) досуг
15. Потребности в социально-культурных средствах жизни человека
- 1) *образование
 - 2) здоровье
 - 3) *культура
 - 4) предметы роскоши
16. Потребности в средствах деятельности
- 1) *предмет для производства товаров
 - 2) жилье
 - 3) товары
 - 4) культура
17. Потребности в удовлетворении социально-престижных благ- это
- 1) *туристические услуги
 - 2) *предметы роскоши
 - 3) еда
 - 4) образование
18. Свойство – характеризуемое одной особенностью
- 1) *простое
 - 2) сложное
 - 3) обобщенное
 - 4) комплексное
19. Комплекс особенностей, проявляющихся в совокупности – это свойство
- 1) простое
 - 2) *сложное
 - 3) обобщенное
 - 4) комплексное
20. Показатели качества в зависимости от характеризующих свойств делятся на
- 1) *единичные
 - 2) *комплексные
 - 3) базовые
 - 4) определяющие
21. Показатели качества в зависимости от назначения делятся на
- 1) единичные
 - 2) комплексные
 - 3) *базовые
 - 4) *определяющие
22. К предельным значениям показателя относятся
- 1) *минимальное
 - 2) *диапазонное
 - 3) базовое
 - 4) регламентированное
23. Перечень потребительских свойств, разделенный на взаимосвязанные уровни и используемый при различных операциях по оценке качества товаров – это
- 1) список
 - 2) *номенклатура

- 3)реестр
 - 4)структура
 - 24. Показатели качества пищевых продуктов относятся к соответствующим группам
 - 1)массовая доля влаги
 - 2)внешний вид
 - 3)консистенция
 - 4)общая кислотность
 - 5)БГКП
 - А)органолептический показатель
 - В)физико-химический показатель
 - С)микробиологический показатель
- 1В,2А,3А,4В,5С**

Тема 6. Количественная характеристика товаров

- 1. К теплофизическим свойствам товара относятся
 - 1)*температура плавления
 - 2)твердость
 - 3)длина
 - 4)прозрачность
- 2. К общим физическим свойствам товара относятся
 - 1)температура плавления
 - 2)твердость
 - 3)*длина
 - 4)прозрачность
- 3. Нагрузки, действующие на объект мгновенно, толчками, сообщая заметные ускорения частицам тела, называются
 - 1)распределительные
 - 2)статические
 - 3)*динамические
 - 4)периодические
- 4. Деформация, при которой отмечается увеличение поперечных размеров и уменьшение длины тела, называется
 - 1)растяжение
 - 2)*сжатие
 - 3)изгиб
 - 4)сдвиг
- 5. Отдельные товары, которые обладают целостностью и присущими конкретному виду или наименованию потребительскими свойствами, являются
 - 1)*единичными экземплярами
 - 2)партией
 - 3)упаковочными единицами
 - 4)транспортная единица
- 6. К единичным экземплярам относятся
 - 1)пачка лезвий для бритвы
 - 2)*пара обуви
 - 3)ящик шампанского
 - 4)*бутылка вина
 - 5)ящик зубной пасты
- 7. К физико-химическим показателям качества продовольственных товаров относятся
 - 1)*массовая доля жира
 - 2)внешний вид
 - 3)*рН
 - 4)*кислотность

- 5)цвет
8. К органолептическим показателям качества продовольственных товаров относятся
- 1)*внешний вид
 - 2) рН
 - 3)кислотность
 - 4)*консистенция
 - 5)*цвет
9. К физико-химическим показателям качества продовольственных товаров относится показатель
- 1)*массовая доля жира
 - 2)*рН
 - 3)цвет
 - 4)консистенция
110. К органолептическим показателям качества продовольственных товаров относится показатель
- 1)*цвет
 - 2)рН
 - 3)влажность
 - 4)*аромат
11. Отсутствие в продукте не свойственных ему запахов, привкусов, посторонних и вредных веществ характеризует показатель
- 1)*доброкачественность
 - 2)физиологическая ценность
 - 3)биологическая ценность
 - 4)энергетическая ценность
 - 5)усвояемость
12. Показатели качества продуктов питания, характеризующие их внешний вид и цвет, относятся к группе показателей
- 1)физико-химических
 - 2)*органолептических
 - 3)санитарно-гигиенических
 - 4)безопасности
 - 5)биологических
13. Показатель «Массовая доля влаги, %» относится к группе показателей качества продуктов питания
- 1)*физико-химических
 - 2)органолептических
 - 3)санитарно-гигиенических
 - 4)безопасности
 - 5)биологических
14. Распределите физические величины, в соответствии с характеристиками товаров
- | | |
|-------------------------|---------------------|
| 1)площадь | А)размерно-массовые |
| 2)температура плавления | Б)теплофизические |
| 3)электропроводность | В)электрофизические |
| 4)прозрачность | Г)оптические |
| 5)скорость звука | Д)акустические |
- 1А, 2Б, 3В, 4Г, 5Д**
15. Внешнее воздействие, прилагаемое к объекту, называется
*нагрузка

Тема 7. Технологический цикл товаров

1. Определенное минимально допустимое количество упаковочных единиц, составляющих представительную часть товарной партии и отобранных для составления исходной пробы,

предназначенной для оценки (контроля, испытаний) качества по установленным или заранее оговоренным правилам

- 1) проба
- 2)*выборка
- 3)изъятие
- 4)отвес

2. Браковочное число – это

- 1)норматив, который является критерием для приемки партии продукции и равный максимально допускаемому количеству дефектных единиц в выборке.
- 2)*контрольный норматив, являющийся критерием для забраковывания партии и равный минимальному числу единиц товара в выборке
- 3)деятельность по информационному обеспечению установления принадлежности единичных экземпляров товаров или совокупных упаковочных единиц к определенной товарной партии
- 4)предварительное обеспечение за счет разработки и внедрения технологии маркирования единичных экземпляров товаров или упаковочных единиц на предтоварной стадии

3. Минимально допустимая часть товарной партии, отобранная из нее по установленным или заранее оговоренным правилам и предназначенная для оценки качества.

- 1)*проба
- 2)выборка
- 3)количество
- 4)норма

4. Приемочное число представляет собой

- 1)* норматив, который является критерием для приемки партии продукции и равный максимально допускаемому количеству дефектных единиц в выборке.
- 2)контрольный норматив, являющийся критерием для забраковывания партии и равный минимальному числу единиц товара в выборке
- 3)деятельность по информационному обеспечению установления принадлежности единичных экземпляров товаров или совокупных упаковочных единиц к определенной товарной партии
- 4)предварительное обеспечение за счет разработки и внедрения технологии маркирования единичных экземпляров товаров или упаковочных единиц на предтоварной стадии

5. Предтоварная стадия включает

- 1)формирование товарных партий
- 2)хранение и транспортирование
- 3)*проектирование и/или разработку продукции
- 4)*материально-техническое снабжение
- 5)предреализационную товарную обработку

6. Товарная стадия включает

- 1)*реализацию товаров
- 2)*потребление (эксплуатацию)
- 3)приемочный контроль сырья
- 4)окончательный контроль готовой продукции
- 5)повторное использование или уничтожение отходов

7. При иногородней поставке, для скоропортящихся товаров установлены следующие сроки приемки

- 1)не позднее 20 дней
- 2)*не позднее 24 ч после выдачи товаров органом транспорта или поступления в магазин
- 3)не позднее 10 дней
- 4)не позднее 24 часов после ее поступления в магазин

8. По характеру влияния на объект контроль качества делится на

- 1)3 группы
- 2)*2 группы

3)4 группы

9. По полноте охвата контролируемых изделий контроль разделяется на

1)*2 группы

2)3 группы

3)4 группы

4)5 групп

10. Деятельность по информационному обеспечению установления принадлежности единичных экземпляров товаров или совокупных упаковочных единиц к определенной товарной партии - это

1)*партионная идентификация

2)прослеживаемость

3)техническое (технологическое) обеспечение

4)информационное обеспечение

Тема 8. Химический состав и свойства товаров

1. К товарам с высоким содержанием воды (80-99,9%) относятся

1)стекло

2)*огурцы

3) меховые полуфабрикаты

4)*минеральные воды

2. К товарам не содержащим воду относятся

1)*металлы

2)*полимеры

3)макаронные изделия

4)сахар

3. К товарам с высоким содержанием минеральных веществ (90-100%) относятся

1)*изделия из камня

2)*соль

3)овощи

4)мука

4. Придают продуктам сладкий вкус, обладают энергетической ценностью, содержатся в плодах, овощах, вкусовых напитках и кондитерских изделиях

1)*моносахариды

2)органические кислоты

3)спирты

4)витамины

5. Содержатся в плодах, овощах, вкусовых товарах, кисломолочных продуктах, сырах – придают продуктам кислый вкус

1)моносахариды

2)*органические кислоты

3)спирты

4)витамины

6. Органические соединения, содержащие в молекулах одну или несколько гидроксильных групп (ОН) у насыщенных атомов углерода (С) – применяются в производстве вин, водок, коньяка, рома, виски, пива, парфюмерно-косметических товаров, ароматических и красящих веществ

1)моносахариды

2)органические кислоты

3)*спирты

4)витамины

7. Соединения, состоящие только из атомов углерода и водорода – их вводят в состав пластмасс, каучуков, моющих средств, содержатся в эфирных маслах, свежих плодах и овощах

- 1) ферменты
 - 2) полимеры
 - 3) *углеводороды
 - 4) олигомеры
8. К товарам с супервысоким содержанием жиров (97-99,9%) относят
- 1) *растительное масло
 - 2) минеральная вода
 - 3) орехи
 - 4) сметана
9. К товарам не содержащим жиров (0%) относят
- 1) молочные товары
 - 2) *мед
 - 3) *табачные изделия
 - 4) шпик
10. Продукты с высоким содержанием крахмала (50-80%)
- 1) *зерно
 - 2) *макаронные изделия
 - 3) орехи
 - 4) мороженное
11. Продукты с низким содержанием крахмала (0,1-9%)
- 1) *свежие плоды
 - 2) *вареные колбасы
 - 3) мука
 - 4) картофель
12. Товары с высоким содержанием целлюлозы (50-99%)
- 1) *хлопок
 - 2) *лаки
 - 3) зерномучные товары
 - 4) хлеб
13. Товары не содержащие целлюлозы
- 1) древесина
 - 2) *кожа свиная выделанная
 - 3) табачные изделия
 - 4) плодоовощные товары
14. Высокобелковые товары (50-85%)
- 1) *натуральный шелк
 - 2) *сухой белок
 - 3) сыр
 - 4) карамель
15. Товары, не содержащие белки (0% или следы)
- 1) *растительное масло
 - 2) *алкогольная продукция
 - 3) мясо
 - 4) молочные консервы
16. Вещества, обуславливающие биологическую ценность продуктов – это
- 1) макронутриенты
 - 2) жиры
 - 3) витамины и крахмал
 - 4) *белки
 - 5) органические кислоты
17. Вещество, содержащееся в продуктах питания, которое в организме человека не усваивается – это
- 1) кальций

2)*клетчатка

3)лактоза

4)гликоген

5)витамин А

18. Пищевые вещества, обладающие наибольшей энергетической ценностью – это

1)углеводы

2)белки

3)*жиры

4)крахмал

5)глюкоза

19. Отличительным признаком химического состава картофеля является содержание

1)белка

2)витамина С

3)*крахмала

4)танина

5)пектина

20. Плод, содержащий более 30% жира – это

1)хурма

2)*арахис

3)баклажан

4)мандарин

5)гранат

21. В свежих плодах и овощах преобладает

1)углеводы

2)клетчатка

3)крахмал

4)*вода

5)пектин

22. Биополимеры белковой природы, являющиеся катализаторами многих биохимических процессов. Основная функция – ускорение превращений веществ, поступающих, или имеющих, или образующихся при обмене веществ:

***ферменты**

Тема 9. Обеспечение качества и количества товаров

1. К факторам сохраняющим качество относятся

1)сырьё

2)*упаковка

3)технология производства

4)конструкция

5)*хранение

2. К факторам формирующим качество относятся

1)*сырьё

2)упаковка

3)транспортирование

4)*конструкция

5)хранение

3. Совокупность операций, предназначенных для формирования основополагающих товароведных характеристик готовой продукции – это

1)конструкция

2)проектирование

3)разработка

4)*технология

4. Для правильной и рациональной упаковки необходимо иметь точное представление о

- 1)климатических условиях хранения
- 2)количестве единиц товара в партии
- 3)*свойствах товара
- 4)конечном пункте транспортирования партии товара
5. Способность упаковки при использовании и утилизации не наносить существенного вреда окружающей среде, характеризуется требованиями
 - 1)безопасности
 - 2)*экологичности
 - 3)надежности
 - 4)взаимозаменяемости
6. Совокупность климатических и санитарно-гигиенический требований, обеспечивающих сохраняемость товаров при хранении – это
 - 1)условие
 - 2)*режим
 - 3)правила
 - 4)график
7. Требования к климатическому режиму хранения, включают требования к
 - 1)*температуре
 - 2)*относительной влажности
 - 3)чистоте
 - 4)загрязнениям органического происхождения
 - 5)целостности упаковки
8. Операция по разбраковке товарной партии на градации качества и удалению некачественных экземпляров
 - 1)*сортировка
 - 2)калибровка
 - 3)мойка
 - 4)фасовка
9. Потери, обусловленные микробиологическими, биологическими, биохимическими, химическими, физическими и физико-химическими процессами
 - 1)товарные
 - 2)материальные
 - 3)количественные
 - 4)*качественные
10. Количество содержащихся в продукте пищевых веществ (белков, жиров, углеводов) и их соотношение определяет показатель
 - 1)*пищевая ценность
 - 2)физиологическая ценность
 - 3)биологическая ценность
 - 4)энергетическая ценность
 - 5)усвояемость
11. Способность продукта влиять на пищеварительную, нервную, сердечнососудистую системы определяет показатель
 - 1)пищевая ценность
 - 2)*физиологическая ценность
 - 3)биологическая ценность
 - 4)энергетическая ценность
 - 5)усвояемость
12. Показатель, характеризующий качество белковых компонентов, называется
 - 1)пищевая ценность
 - 2)физиологическая ценность
 - 3)*биологическая ценность
 - 4)энергетическая ценность

5) усвояемость

13. Количество энергии, высвобождаемой в организме человека из продуктов питания в процессе пищеварения, при условии её полного усвоения пищевая ценность

1) пищевая ценность

2) физиологическая ценность

3) биологическая ценность

4) *энергетическая ценность

5) усвояемость

14. Факторы, влияющие на активность процессов, происходящих при хранении продовольственных товаров – это

1) *температура хранения

2) *относительная влажность воздуха

3) рН-среды

4) органолептические показатели качества продукции

5) количество единиц продукции в транспортной таре

15. Наименование товара, указанное на упаковке, относится к информации

1) *основополагающей

2) коммерческой

3) потребительской

4) производственной

16. Информация, применяемая для дополнения словесной, в тех случаях, когда требуется количественная характеристика сведений о товаре

1) изобразительная

2) *цифровая

3) символическая

4) словесная

17. При нанесении информации о товаре на языке государства, в котором реализуется данный товар, обеспечиваются требования

1) достоверности

2) *доступности

3) достаточности

4) адекватности

18. Средствами товарной информации являются

1) *маркировка

2) *технические документы

3) ценники

4) аннотация

5) товарные чеки

19. Носителями производственной маркировки могут быть

1) *кольеретки

2) *вкладыши

3) ценники

4) товарные чеки

5) кассовые чеки

20. Носителями торговой маркировки служат

1) бирки и ярлыки

2) контрольные ленты

3) клейма и штампы

4) *товарные чеки

21. Знаки, указывающие на то, что данная продукция, процесс или услуга соответствуют конкретному стандарту или другому нормативному документу

1) товарные и знаки обслуживания

2) наименования мест происхождения товара

- 3)*соответствия или качества
 - 4)размерные
 - 5)эксплуатационные
22. К количественным товарно-сопроводительным документам относятся
- 1)*заборные листы
 - 2)сертификаты соответствия,
 - 3)упаковочные листы
 - 4) качественные удостоверения
 - 5)счет-фактура
23. В структуре маркировки, информационные знаки могут занимать
- 1)100%
 - 2)50-100%
 - 3)0-50%
 - 4)*0-30%
24. Средство или комплекс средств, обеспечивающий защиту товара от повреждений и потерь, а окружающую среду – от загрязнения
- *упаковка**
25. Текст, условные обозначения или рисунок, нанесенные на упаковку или товар, предназначенные для идентификации товара или отдельных его свойств, доведения до потребителя информации об изготовителях, количественных и качественных характеристиках товара – это
- *маркировка**

Тема 10. Средства товарной информации

1. Текст, условные обозначения или рисунок, нанесенные на упаковку или товар, предназначенные для идентификации товара или отдельных его свойств, доведения до потребителя информации об изготовителях, количественных и качественных характеристиках товара – это
- Ответ: маркировка
2. Наименование товара, указанное на упаковке, относится к информации
- 1*)основополагающей
 - 2)коммерческой
 - 3)потребительской
 - 4)производственной
3. Информация, применяемая для дополнения словесной, в тех случаях, когда требуется количественная характеристика сведений о товаре
- 1)изобразительная
 - 2*)цифровая
 - 3)символическая
 - 4)словесная
4. При нанесении информации о товаре на языке государства, в котором реализуется данный товар, обеспечивается требование
- 1)достоверности
 - 2*)доступности
 - 3)достаточности
 - 4)адекватности
5. Средствами товарной информации являются
- 1*)маркировка
 - 2*)технические документы
 - 3)ценники
 - 4)аннотация
 - 5)товарные чеки
6. Носителями производственной маркировки могут быть

1*)кольеретки

2*)вкладыши

3)ценники

4)товарные чеки

5)кассовые чеки

7. Носителями торговой маркировки служат

1)бирки и ярлыки

2)контрольные ленты

3)клейма и штампы

4*)товарные чеки

8. Знаки, указывающие на то, что данная продукция, процесс или услуга соответствуют конкретному стандарту или другому нормативному документу

1)товарные и знаки обслуживания

2) наименования мест происхождения товара

3*)соответствия или качества

4)размерные

5)эксплуатационные

9. К количественным товарно-сопроводительным документам относятся

1*)заборные листы

2)сертификаты соответствия,

3*)упаковочные листы

4) качественные удостоверения

5)счет-фактура

10. В структуре маркировки, информационные знаки могут занимать

1)100%

2)50-100%

3)0-50%

4*)0-30%

Количество заданий на экзамен – 30

Время выполнения – 30 минут