Приложение 1

к рабочей программе дисциплины

«Организация и технология торговли»

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

КАФЕДРА МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА И ТОРГОВЛИ

**Организация и технология торговли**

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся

по направлениюподготовки

38.03.07 Товароведение

Профили: Товароведение и экспертиза товаров в таможенной деятельности

ОПОП прикладного бакалавриата

Владивосток 2019 г.

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Организация и технология торговли» разработан в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение (утв. Приказом Минобрнауки РФ №323 от 30 марта 2015 г.) и Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 г. N 301).

Составитель:

Составитель: Локша А.В., канд. филолог. наук, доцент кафедры международного маркетинга и торговли

Утверждена на заседании кафедры ММТ протокол № 18 от 22.05. 2019 г.

И.о. заведующего кафедрой (разработчика) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Юрченко Н.А.

*подпись фамилия, инициалы*

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_г.

И.о. заведующего кафедрой (разработчика) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Юрченко Н.А.

*подпись фамилия, инициалы*

«\_\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_г.

**1 ПЕРЕЧЕНЬ ФОРМИРУЕМЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | Код компетенции | Формулировка компетенции | Номер  этапа  (1–8) |
| 1 | ОПК-5 | способностью применять знания естественнонаучных дисциплин для организации торгово-технологических процессов и обеспечения качества и безопасности потребительских товаров | 4 |
| 2 | ПК- 3 | умением анализировать рекламации и претензии к качеству товаров, готовить заключения по результатам их рассмотрения | 1 |

**2 ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ**

**КОМПЕТЕНЦИЙ**

**ОПК-5- способностью применять знания естественнонаучных дисциплин для организации торгово-технологических процессов и обеспечения качества и безопасности потребительских товаров**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Планируемые результаты обучения**  (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций) | **Критерии оценивания результатов обучения** | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **Знает:**  основные понятия и методы математических и естественно-научных дисциплин, необходимых для организации торгово-технологических процессов и обеспечения качества и безопасности потребительских товаров | Отсутствие знания: | Фрагментарное знание: | Неполное знание: | В целом сформировавшееся знание: | Сформировавшееся систематическое знание: |
| **Умеет:**  использовать математические и естественно-научные методы для решения проблем товароведной и оценочной деятельности использовать физические, химические, физико-химические и биологические методы как инструмент в профессиональной деятельности | Отсутствие знания: | Фрагментарное знание: | Неполное знание: | В целом сформировавшееся знание: | Сформировавшееся систематическое знание: |
| **Владеет:**  методами и средствами естественнонаучных дисциплин для оценки потребительских свойств товаров | Отсутствие знания: | Фрагментарное знание: | Неполное знание: | В целом сформировавшееся знание: | Сформировавшееся систематическое знание: |
| **Шкала оценивания** (соотношение с традиционными формами аттестации) | 0–8  неудовлетворительно | 9–12  неудовлетворительно | 13–15  удовлетворительно | 16–18  хорошо | 19–20  отлично |

**ПК- 3 - умением анализировать рекламации и претензии к качеству товаров, готовить заключения по результатам их рассмотрения**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Планируемые результаты обучения**  (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций) | **Критерии оценивания результатов обучения** | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| **Знает:**  теоретические основы организации торгово – закупочного процесса в части работы предприятия по рекламациям и претензиям | Отсутствие знания: | Фрагментарное знание: | Неполное знание: | В целом сформировавшееся знание: | Сформировавшееся систематическое знание: |
| **Умеет:**  анализировать торгово-закупочный процесс в части работы предприятия по рекламациям и претензиям; сопоставлять установленные требования к процессу (законодательные и нормативные требования) и выявленные в ходе практики его характеристики | Отсутствие знания: | Фрагментарное знание: | Неполное знание: | В целом сформировавшееся знание: | Сформировавшееся систематическое знание: |
| **Владеет:**  навыками составления заключения по результатам рассмотрения и анализа претензий и рекламаций к качеству | Отсутствие знания: | Фрагментарное знание: | Неполное знание: | В целом сформировавшееся знание: | Сформировавшееся систематическое знание: |
| **Шкала оценивания** (соотношение с традиционными формами аттестации) | 0–8  неудовлетворительно | 9–12  неудовлетворительно | 13–15  удовлетворительно | 16–18  хорошо | 19–20  отлично |

**3 ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | Коды компетенций и планируемые результаты обучения | | Оценочные средства | |
| Наименование | Представление в ФОС |
| 1. | ОПК- 5 | знать | Тест № 1,2,3  Собеседование | Фонд тестовых заданий  Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий |
| уметь | Решение конкретных ситуаций | Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий |
| владеть | Групповая дискуссия | Темы эссе, рефератов  Вопросы для подготовки к зачету |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | Коды компетенций и планируемые результаты обучения | | Оценочные средства | |
| Наименование | Представление в ФОС |
| 1. | ПК - 3 | знать | Тест № ,4,5  Собеседование | Фонд тестовых заданий  Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий |
| уметь | Решение конкретных ситуаций | Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий |
| владеть | Групповая дискуссия | Темы эссе, рефератов  Вопросы для подготовки к зачету |

**4 ОПИСАНИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ**

Промежуточная аттестация по дисциплине «Организация и технология торговли» включает в себя теоретические задания, позволяющие оценить уровень усвоения обучающимися знаний, и практические задания, выявляющие степень форсированности умений и владений (см. раздел 5).

Усвоенные знания и освоенные умения проверяются при помощи электронного тестирования, умения и владения проверяются в ходе решения задач.

Объем и качество освоения обучающимися дисциплины, уровень сформированной дисциплинарных компетенций оцениваются по результатам текущих и промежуточной аттестаций количественной оценкой, выраженной в баллах, максимальная сумма баллов по дисциплине равна 100 баллам.

Сумма баллов, набранных студентом по дисциплине, переводится в оценку в соответствии с таблицей.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Сумма баллов  по дисциплине | Оценка по промежуточной аттестации | Характеристика уровня освоения дисциплины |
| от 91 до 100 | «зачтено» / «отлично» | Студент демонстрирует форсированность дисциплинарных компетенций на итоговом уровне, обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, усвоил основную литературу и знаком с дополнительной литературой, рекомендованной программой, умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности. |
| от 76 до 90 | «зачтено» / «хорошо» | Студент демонстрирует форсированность 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. |
| от 61 до 75 | «зачтено» / «удовлетворительно» | Студент демонстрирует форсированность дисциплинарных компетенций на базовом уровне: в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие отдельных знаний, умений, навыков по некоторым дисциплинарным компетенциям, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации. |
| от 41 до 60 | «не зачтено» / «неудовлетворительно» | Студент демонстрирует форсированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже базового, проявляется недостаточность знаний, умений, навыков. |
| от 0 до 40 | «не зачтено» / «неудовлетворительно» | Проявляется полное или практически полное отсутствие знаний, умений, навыков. |

**5 КОМПЛЕКС ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

**5.1**

**ТЕСТ 1**

**Тема 1. Специализация и типизация магазинов в розничной торговле**

1. Специализация магазина осуществляется по признаку

1)По товарной группе

2)По форме обслуживания

3)По торговой марке

4)Пункт 1 и 2

5)Пункт 1 и 3

2. Торговая стратегия супермаркета

1)Продажа товаров повседневно спроса, низкие цены;

2)Продажа высококачественных товаров по низким ценам;

3)Продажа высококачественных продуктов ,включая свежие продукты и деликатесы, по ценам ориентированным на рыночные

4)Продажа свежих высококачественных продуктов, очень высокие цены

3. Определить, к какому типу магазинов относят следующие стратегии и задачи: широкий ассортимент по различным товарным группам, но не глубокий, цены выше рыночных, обслуживание покупателей небольшого населенного пункта.

1)Дискаунтный магазин

2)Супермаркет

3)Специализированный магазин продуктов питания

4)Близлежащий магазин

4. Найти неверное утверждение:

1)Задачи специализированного магазина продуктов питания- продажа свежих высококачественных продуктов по низким ценам

2)Задача супермаркета- продажа продуктов питания, включая свежие и экзотические продукты, диетическое питание

3)Задачи дискаунтного магазина- продажа товаров повышенного повседневного спроса по невысоким ценам

5. В супермаркете лучше применить метод обслуживания:

1)Продажа с прилавка и открытая выкладка

2)Самообслуживание и открытая выкладка

3Самообслуживание и продажа с прилавка

4)Открытая выкладка

6. Специализация торговой сети позволяет:

1)Рационально формировать ассортимент товаров в пределах определенной группы

2)Повышает уровень обслуживания покупателей, полнее удовлетворять их запросы путем обеспечения широкого ассортимента

3)Формировать ассортимент и выбирать ценовую политику, ориентируясь на определенные целевые группы покупателей

4)Все вышеперечисленное

7. Найти неверное утверждение

1)Супермаркеты чаще располагаются на главных и боковых улицах города, иногда входят в состав торговых центров

2)Специализированные магазины располагаются в густонаселенных районах города, имеют специфическое внешнее оформление и не требуют больших торговых площадей

3)Дискаунтные магазины располагаются в местах с налаженным движением транспорта, преимущественно в центре города, требуют больших затрат

4)Близлежащий магазин обслуживает жителей небольшого населенного пункта

8. Универмаг- это:

1)Комплекс специализированных магазинов с высоким уровнем цен, находящихся в одном здании

2)Универсальный магазин, удовлетворяющий потребности населения в промышленных товарах всех групп, предполагающий широкий спектр дополнительных услуг

4)Магазин, имеющий универсальный ассортимент продовольственных товаров, а также непродовольственных товаров повседневного спроса

9. Метод продажи товаров в универмаге:

1)Самообслуживание

2)Открытая выкладка товаров, консультация продавца

3)Продажа через прилавок

4)Открытая выкладка товаров без консультации продавца и демонстрации товаров

10. Найти неверное утверждение

1)Супермаркет должен иметь хорошие подъездные пути и большую стоянку для автомобилей

2)В супермаркете возможно наличие дополнительных услуг: упаковка и доставка покупок, прием заказов на комплектование корзины продуктов и т.д.

3)Персоналу супермаркета не требуется специальной подготовки

4)Цены в супермаркете выше, чем в дискаунтных магазинах и ориентированны на рыночные

11. Дискаунтный магазин- это:

1)Предприятие розничной торговли, предлагающее продукты питания повседневного спроса (узкий ассортимент, низкие цены)

2)Предприятие розничной торговли, предлагающее продукты питания повседневного спроса (широкий ассортимент, высокие цены)

3)Предприятие оптовой торговли продуктами питания (широкие ассортимент, средние цены)

4)Предприятие, предлагающее промышленные товары повседневного спроса

12. Задачи дискаунтного магазина:

1)Продажа продуктов ежедневного спроса, дающих большой оборот и не требующих специальных условий хранения

2)Продажа продуктов питания, включая свежие продукты и экзотические

3)Продажа свежих высококачественных продуктов (ассортимент не широкий, но глубокий)

4)Продажа продуктов питания широкого ассортимента

13. Ценовая политика супермаркета:

1)Цены значительно выше рыночных

2)Ориентация на рыночные цены

3)Цены ниже рыночных

14.Упор в рекламе специализированного магазина делается на:

1)Низкие цены

2)Широкий ассортимент и умеренные цены

3)Свежие продукты высокого качества

4)Качество обслуживания

15. Персонал супермаркета:

1)Не требует специального образования ( без опыта работы )

2)Без специального образования, но с опытом работы

3)Высококвалифицированный, специально обученный

16. Определите типы магазинов в сфере торговли промышленными товарами:

1)Универмаги, специализированные магазины

2)Специализированные магазины, универмаги, дискаунтные магазины

3)Универмаги, дискаунтные магазины, супермаркеты

4)Универмаги, близлежащие магазины

19. Специфика торговой политики специализированного магазина заключается в следующем:

1)Низкий уровень цен, товары среднего уровня;

2)Высокие цены, качество товаров среднего и высокого уровня

3)Высокий уровень цен, низкое качество товаров

4)Низкий уровень цен, низкое качество товаров

**ТЕСТ 2**

**Тема 2. Организация технологических процессов в магазине**

1. Торгово- технологический процесс представляет собой:

1)Процесс движения товаров от производителя к оптовым торговцам

2)Комплекс взаимосвязанных операций, являющихся завершающей стадией всего товародвижения

3)Перемещение товаров из пунктов производства в районы потребления и продажи

4)Процесс выработки оптимальных вариантов продажи товаров

2. Технологический процесс включает в себя следующие группы операций

1)Управление товарными запасами, транспортировку и приемку товаров

2)Управление товарными запасами, продажу товаров и обслуживание покупателей;

3)Приемку, хранение товаров, продажу товаров и обслуживание покупателей

4)Выработку маркетинговой стратегии торгового предприятия, приемку и хранение товаров

3. Структура ТТП предприятия зависит:

1)От типа магазина

2)От размера помещения магазина

3)От применяемых методов продажи товаров

4)От всех вышеперечисленных факторов

4. Укажите, какие операции относятся к дополнительным услугам

1)Доставка товара на дом, консультация косметолога

2)Предложение товара, расчет с покупателем

3)Хранение товара, перемещение в торговый зал

4)Разгрузка транспорта, доставка товара в зону приемки

5. Какие виды работ не включены в технологический процесс?

1)Приемка, хранение

2)Подготовка к продаже

3)Реклама

4)Обслуживание покупателей

6. Какие этапы включает торгово-технологический процесс?

1)Операции с товарами до предложения покупателям , операции непосредственного обслуживания покупателе, дополнительные услуги

2)Операции с товарами до предложения покупателям, операции непосредственного обслуживания покупателей

3)Операции непосредственного обслуживания покупателей, дополнительные услуги

4)Операции с товарами до предложения покупателям, дополнительные услуги

7.Укажите, какие операции не являются операциями непосредственного обслуживания покупателей:

1)Встреча покупателя

2)Выкладка товара на торговое оборудование

3)Предложение товаров

4)Расчет

8. Приемка товаров должна осуществляться лицами, на которых возложена:

1)Моральная ответственность

2)Административная ответственность

3)Юридическая ответственность

4)Материальная ответственность

9. Приемке и оприходованию подлежат:

1)Любые поступившие на предприятие товары

2)Только те товары, которые имеют сопроводительные документы

3)Только доброкачественные товары, отвечающие требованиям стандартов и технических условий

10. Если при приемке товаров по количеству выявлена недостача, то:

1)Приемку продолжают

2)Приемку приостанавливают, обеспечивая сохранность товаров, принимают меры, чтобы они не были смешаны с другими товарами, составляют акт за подписью принимавших лиц

3)Приемку приостанавливают, обеспечивают сохранность товаров, принимают меры, чтобы они не были смешаны с другими товарами

11. Приемка товаров должна производиться:

1)Любым работником магазина, не занятым работой в момент поступления товара

2)Только товароведом

3)Лицами, на которых возложена материальная ответственность

4)Директором и администратором

12. Рабочий товарный запас находится

1)В торговом зале

2)На складе

3)В пути

13. Операция, которая не относится к операциям по хранению товаров

1)Придание товарного вида

2)Обеспечение сохранности товаров по качеству и количеству

3)Поддержание санитарно- гигиенических условий хранения

4)Наблюдение за состоянием товаров

14. На качество товаров во время хранения оказывает влияние:

1)Влажность и температурный режим

2)Способ укладки и товарное соседство

3)Санитарно- гигиенические условия и способ укладки

4)Все перечисленное

15. Облегчает контроль и учет за хранением товара

1)Соблюдение товарного соседства

2)Поддержание санитарно- гигиенических условий хранения

3)Закрепление постоянного места хранения за одной товарной группой

4)Сортировка товаров по видам

16. Муку нельзя хранить рядом с:

1)Сигаретами

2)Колбасными изделиями

3)Рыбой

4)Всем вышеперечисленным

17. Трикотажные изделия хранят

1)На плечиках;

2)На стеллажах

3)В картонных коробках

18. Проветривание и вентиляция особенно необходима для товаров

1)Ювелирные изделия

2)Овощи и фрукты

3)Художественные изделия

4)Парфюмерия

19. Под естественной убылью товаров в процессе хранения понимается:

1)Усушка, утечка и другая убыль товаров при нормальных условиях хранения и обработки в силу их физико-химических свойств

2)Усушка, утечка товаров при нарушении условий их хранения

3)Потери, возникающие в результате пожара, наводнения и других непредвиденных обстоятельств

20. Дератизация - это:

1)Уничтожение болезнетворных микробов специальными средствами

2)Меры борьбы с грызунами-вредителями, уничтожение крыс и мышей

3)Истребление вредных насекомых

4)Регулярно проводимые влажные уборки всех помещений магазина

21. Дезинсекция- это:

1)Уничтожение болезнетворных микробов специальными средствами

2)Меры борьбы с грызунами-вредителями, уничтожение крыс и мышей

3)Истребление вредных насекомых

4)Регулярно проводимые влажные уборки всех помещений магазина

22. Дератизация и дезинфекция производятся:

1)По мере необходимости

2)Регулярно, в соответствии с установленными нормами и правилами

3)По требованию санэпидемстанции

4)Один раз в год

**ТЕСТ 3**

**Тема 3. Организация розничной продажи и обслуживания покупателей**

1. Основными принципами рационального размещения товаров в торговом зале магазина являются:

1)Обеспечение наиболее благоприятных условий для осмотра и выбора товаров покупателями

2)Создание условий для облегчения и повышения эффективности труда торговых работников в процессе продажи товаров

3)Закрепление за товарами постоянного места и соблюдение товарного соседства

4)Все выше перечисленное

2. Товарно-отраслевой принцип размещения товаров в магазине предполагает:

1)Подборку товаров различных групп, связанных между собой общностью спроса или удовлетворяющих потребности определенной категории покупателей

2)Размещение в отделах, секциях, рабочих местах товаров одной группы

3)Подборку товаров определенной группы от одного производителя

3. Товары, требующие долгого ознакомления, располагают

1)В глубине торгового зала

2)При входе в торговый зал

3)По периметру торгового зала

4. Наиболее удобная зона осмотра товара находится:

1)На уровне глаз (130-160см)

2)Выше уровня глаз (160-180см)

3)Ниже уровня глаз (40-130см)

4)Ниже уровня глаз (до 40см)

5. Неудобная зона отбора товаров находится на уровне:

1)160-180 см.

2)110-160 см.

3)80-110 см.

4)40-80 см.

5)пункт 1 и 4

6)пункт 2 и 3

6. Цель выкладки товара

1)Стимулировать покупателя что- либо купить именно в нашем магазине;

2)Привлечь внимание покупателей

3)Выгодно показать товар

4)Сделать рекламу магазину

7. Что не является названием типа выкладки:

1)Ступенчатая

2)Веерная

3)Контраст

4)Пирамида

8. Укажите неверное утверждение

1)Сопутствующие товары должны быть выставлены в непосредственной близости от основных товаров

2)Товары, требующие длительного ознакомления, располагаются возле входа

3)Товары доставляются в торговый зал до открытия магазина или когда там находится наименьшее количество покупателей

9. Выкладка товаров под названием «Все для отпуска» представляет собой способ выкладки

1)По видам

2)Стилям

3)По цветовой гамме

4)Идейная

**ТЕСТ 4**

**Тема 5. Организация труда на предприятиях розничной торговли**

1. Факторы, влияющие на численность и структуру штата магазина

1)Тип и размер магазина

2)Условия и режим работы

3)Методы продажи

4)Все перечисленное

2. К управленческому персоналу в магазине относятся

1)Директор, администратор, товаровед

2)Продавец, контролер-кассир

3)Грузчик, уборщица, фасовщик

4)Электромонтеры, сантехники

3. Квалификационная форма разделения труда в магазине подразумевает:

1)Разделение персонала в связи с образованием и опытом работы

2)Специализацию работников по продаже отдельных или нескольких групп товаров

3)Обособление отдельных функций и выделение работников для их выполнения

4)Разделение персонала в связи с личными качествами работников

4. Кооперация труда в магазине предполагает

1)Строгое выполнение функций и обязанностей одной должности

2)Совмещение должностей и специальностей

3)Специализацию работников по продаже отдельных или нескольких групп товаров

4. Форма организации труда, при которой работник магазина используется на определенном участке торгово-технологического процесса, и на него возлагается личная ответственность за сохранность товара, называется

1)Управленческая

2)Функциональная

3)Индивидуальная

4)Бригадная

5. Товароведы и заведующие секциями магазина относятся к категории

1)Основной персонал

2)Торгово-оперативный персонал

3)Управленческий персонал

4)Вспомогательный персонал

6. Под бригадной формой организации труда в магазине понимается

1)Наем строительно-ремонтной бригады в магазине

2)Объединение работников в бригады в пределах отдела, секции

3)Руководство коммерческой деятельностью осуществляет определенная бригада

4)Избранная группа людей занимается общим руководством магазина

7. При какой форме разделения труда предполагается обособление отдельных функций и выделение работников для их выполнения?

1)При товарно-отраслевой

2)При обособленной

3)При квалификационной

4)При функциональной

8. Занимается подбором кадров в магазине, руководит планово-экономической деятельностью и обеспечивает охрану труда

1)Администратор

2)Директор

3)Заведующий секцией

9. Работники, занятые обслуживанием покупателей в торговом зале относятся:

1)К вспомогательному персоналу

2)К управленческому персоналу

3)К основному персоналу

4)К второстепенному персоналу

10. Форма разделения труда, которая позволяет работникам магазина специализироваться на продаже отдельных или нескольких товарных групп, называется

1)Квалификационное

2 Специализированное

3)Функциональное

4)Товарно-отраслевое

11. Функциональное разделение труда в магазине предполагает:

1)Распределение обязанностей работников магазина в соответствии с их квалификацией

2)Обособление отдельных функций и выделение работников для их выполнения

3)Работники магазина специализируются на продаже отдельных или нескольких товарных групп

12. Улучшению условий труда работников магазина способствует:

1)Внедрение средств автоматизации и механизации в торговый процесс

2)Соблюдение режима температуры и влажности, санитарно- гигиенических условий

3)Соблюдение техники безопасности, борьба с шумом

4)Все перечисленное

13. Температура воздуха в торговом зале и подсобных помещениях магазина должна быть:

1)Холодный период – 17-22 градуса, теплый период – не более 28 градусов

2)Холодный период – 15-18 градусов, теплый период – не более 20 градусов

3)Холодный период – 15 20 градусов, теплый период- 23 – 24 градуса

4)Холодный период 17- 19 градусов, теплый период – не более 30 градусов

14. Выберите неверное утверждение:

1)Совершенствование организации труда в магазине неразрывно связанно с улучшением условий труда работников, которые в значительной мере определяют их работоспособность и утомляемость

2)На производительность труда работников магазина, качество обслуживания покупателей микроклимат в рабочем коллективе не оказывает никакого влияния

3)Рабочие места контролеров-кассиров должны освещаться в 2,5 раза интенсивнее, чем остальная часть торгового зала

15. Существуют следующие формы организации труда работников магазина:

1)Управленческая, вспомогательная и основная

2)Индивидуальная и управленческая

3)Индивидуальная и бригадная

4)Бригадная и вспомогательная

**ТЕСТ 5**

**Тема 6. Основы проектирования магазинов**

1. Выберите верное утверждение:

1)Покупательские потоки в центре города низкие, так как здесь мало жителей

2)Объемы товарооборота в центральных магазинах незначительные, так как цены очень высокие

3)Высокая арендная плата в центре города приводит к удорожанию товаров

4)Здания в центре города хорошо приспособлены под магазины и не нуждаются в реконструкции

2. В центре города не следует располагать

1)Магазины модной одежды и обуви

2)Ювелирные магазины и художественные салоны

3)Дискаунтные магазины, магазины хозяйственных товаров

4)Магазины сувениров, антиквариата

3. Магазин бытовой техники предпочтительнее открывать

1)В центральной, деловой части города

2)В центре второстепенных районов города

3)В жилом массиве

4)Не имеет значения

4. Выберите неверное утверждение:

1)При образовании группы магазинов, имеющих общую зону тяготения, достигается более большая концентрация покупательских потоков

2)Отдельно стоящий магазин имеет более большую зону тяготения, группа магазинов

3)Групповое размещение магазинов возможно как во второстепенных районах, так и в центре города

5. Зона тяготения- это:

1)Сумма площадей торговых залов и площадей для размещения служб по дополнительному обслуживанию покупателей

2)Территория, с которой рассчитывается привлекать основной контингент покупателей

3)Территория вокруг магазина, на которой расположены другие магазины, торгующие аналогичными товарами

6. Преимущества размещения магазина в центре второстепенного района города?

1)Относительно невысокая арендная плата, близость транспорта

2)Наличие крупных жилых массивов

3)Наличие театров, крупных офисов

4)Пункт 1 и 2

5) Пункт 1 и 3

7. Основные методы выбора месторасположения магазина

1)Оценка по факторам, модель по аналогии, метод магнита

2)Метод магнита, метод полей, метод оценки по факторам

3)Оценка по факторам, модель по аналогии, модель от обратного

4)Метод полей, модель по аналогии, модель от обратного

8. Один из методов выбора месторасположения магазина- модель от обратного- заключается в следующем:

1)Строится магазин с тем же ассортиментом товаров, что и у конкурентов, но устанавливаются более низкие цены

2)Строится магазин с товарами, которых еще нет в данном районе

3)Строится магазин с товарами, аналогичными товарам конкурентов, но более высокого качества, и устанавливаются более высокие цены

9. При выборе месторасположения магазина необходимо учитывать:

1)Наличие конкурирующих магазинов в зоне тяготения

2)Наличие транспортных путей и условий для стоянки

3)Уровень дохода населения

4)Все выше перечисленное

10. В сформировавшейся исторической части города могут располагаться следующие типы магазинов:

1)Дискаунтные магазины, супермаркеты, специализированные магазины

2)Магазин спорттоваров, мебельные магазины, супермаркеты

3)Магазины модной одежды и обуви, ювелирные магазины, магазины сувениров и антиквариатов

4)Универмаги, дискаунтные магазины, специализированные магазины, магазины антиквариата

11. Выберите неверное утверждение:

1)Типы и специализация торговых магазинов, их ассортимент зависят от географического положения в городе

2)Зона тяготения - это часть города, где наибольшая интенсивность покупательских потоков

3) Цепь магазинов имеет более большую зону тяготения, чем отдельно стоящий магазин

12. Прежде чем построить магазин , было изучено наличие других торговых предприятий, проанализированы покупательские потоки, уровень цен, изучены транспортные пути и условия для стоянки. Какой метод выбора месторасположения магазина был применен?

1)Модель от обратного

2)Модель по аналогии

3)Оценка по факторам

**Краткие методические указания**

Тестирование сдается при изучении соответствующих тем в рамках плана дисциплины с целью выявления остаточных знаний с учетом самостоятельной подготовки студентов.

**Критерии оценки**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Баллы\* | Описание |
| 5 | 19–20 | студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа. |
| 4 | 16–18 | если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. |
| 3 | 13–15 | знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. |
| 2 | 9–12 | фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ. |
| 1 | 0–8 | незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе. |

\* Могут быть изменены при условии сохранения пропорций

**5.2 Перечень вопросов для подготовки к зачету**

1. Понятие и сущность процесса товародвижения. Факторы, влияющие на процесс товародвижения.
2. Принципы рационального построения процесса товародвижения.
3. Научно-технический процесс в торговле.
4. Роль и функции оптовой торговли в системе хозяйственных отношений.
5. Типы и виды оптовых предприятий и их роль в процессе товародвижения.
6. Назначение и функции товарных складов, их классификация.
7. Технологические и общетехнические требования к устройству складов.
8. Виды складских помещений и их планировка.
9. Определение потребности в складской площади и емкости складов.
10. Оборудование для хранения товаров
11. Подъемно-транспортное оборудование
12. Весоизмерительное и фасовочное оборудование
13. Складской технологический процесс и принципы его организации
14. Организация и технология операций по поступлению и приемке товаров
15. Технология размещения, укладки и хранения товаров.
16. Организация и технология отпуска товаров со склада
17. Технико-экономические показатели работы складов
18. Организация управления торгово-технологическим процессом на складе.
19. Структура аппарата склада и функции его работников
20. Организация труда складских работников
21. Роль упаковки и тары в торгово-технологическом процессе
22. Классификация и характеристика основных видов тары.
23. Унификация, стандартизация и качество тары
24. Организация тарного хозяйства в торговле
25. Роль транспорта в торговле и характеристик основных транспортных средств
26. Организация перевозок товаров железнодорожным транспортом.
27. Организация перевозок товаров автомобильным транспортом
28. Организация перевозок товаров водным и воздушным транспортом.
29. Сущность и основные требования, предъявляемые к организации товароснабжения
30. Формы товароснабжения и схемы завоза товаров в розничную торговую сеть
31. Организация и технология завоза товаров на розничные торговые предприятия
32. Классификация и функции розничных торговых предприятий
33. Специализация и типизация магазинов
34. Основные принципы размещения розничной торговой сети
35. Основные требования к устройству и планировке магазинов.
36. Состав и взаимосвязь помещений магазина.
37. Устройство и планировка торгового зала и помещений для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже.
38. Санитарно-технические устройства магазина
39. Мебель для торговых залов магазина
40. Торговый инвентарь
41. Торговое холодильное оборудование
42. Торговое измерительное оборудование
43. Контрольно-кассовое оборудование.
44. Выбор торгового оборудования для оснащения магазинов
45. Фирменный стиль и интерьер магазина
46. Рекламно-информационное оформление магазина
47. Содержание торгово-технологического процесса в магазине.
48. Организация и технология операций по поступлению и приемке товаров в магазине
49. Размещение и выкладка товаров в торговом зале
50. Организация и технология хранения и подготовки товаров к продаже
51. Организация и технология розничной продажи товаров
52. Услуги, оказываемые покупателям
53. Внемагазинные формы торгового обслуживания покупателей
54. Защита прав потребителей
55. Организация государственного контроля в торговле
56. Правила продажи отдельных видов товаров
57. Правила продажи алкогольной продукции
58. Правила работы предприятий розничной торговли
59. Правила эксплуатации контрольно-кассовых машин
60. Санитарные правила торговых предприятий
61. Правила продажи гражданам товаров длительного пользования в кредит
62. Правила комиссионной торговли непродовольственными товарами
63. Правила продажи товаров по образцам
64. Организация управления торгово-технологическим процессом в магазине
65. Организация труда работников магазина
66. Режим работы и условия труда в магазине
67. Организация материальной ответственности в магазине
68. Принципы и нормы проектирования предприятий торговли
69. Организация строительного проектирования
70. Особенности типового проектирования предприятий торговли
71. Организация строительства предприятий торговли

72. Реконструкция и ремонт предприятий торговли

**Краткие методические указания**

- текущий контроль, предусматривающий контроль индивидуальных знаний студентов в рамках аудиторных занятий. Видами текущего контроля в рамках дисциплины выступают комплексные задания, включающих ситуационные задания, опросы и дискуссии по основным моментам изучаемой темы. Текущий контроль осуществляется посредством индивидуальных и групповых методов оценки и взаимооценки: рецензирование студентами работ друг друга; оппонирование студентами, проектов, исследовательских работ.

- промежуточный контроль в виде зачета, к которому допускаются студенты, освоившие в полном объеме материал дисциплины и успешно прошедшие текущий контроль.

Критерии оценки

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Баллы\* | Описание |
| 5 | 19–20 | студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа. |
| 4 | 16–18 | если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. |
| 3 | 13–15 | знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. |
| 2 | 9–12 | фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ. |
| 1 | 0–8 | незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе. |

**5.3 Темы эссе (рефератов, докладов, в том числе в форме презентаций)**

**по дисциплине:Организация и технология торговли**

(наименование дисциплины)

1. Универсальные магазины, их роль в обслуживании покупателей.
2. Формат «Магазин у дома».
3. Торговые центры, торговые комплексы, торговые дома, их виды и пути развития.
4. История создания и стратегии крупнейших транснациональных компаний:
5. Wal-Mart Stores, Inc
6. Carrefour
7. IKEA,
8. Marks & Spencer
9. Metro AG,
10. Auchan
11. Привлекательность розничной торговли для инвестиций
12. Этапы и перспективы развития внемагазинной торговли.
13. Форматы магазинов в г. Владивостоке.
14. Проблемы развития и размещения розничной торговли.
15. Современное оборудование магазинов.
16. Управление трудовым процессом в магазине и на складе.
17. Роль тары и упаковку в магазинах самообслуживания.

**Краткие методические указания**

Самостоятельная работа (СРМ) — это учебная и научная работа, которую они совершают без непосредственной помощи и указаний преподавателя, руководствуясь сформировавшимися ранее представлениями о порядке и правильности выполнения работ.

Формы организации работы студентов:

* сравнительный анализ нескольких авторских точек зрения по исследуемому вопросу с целью выполнения предусмотренных дисциплиной практических заданий;
* аналитический обзор по заданной преподавателем тематике или теме, выбранной студентом самостоятельно;

Критерии оценки

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Баллы\* | Описание |
| 5 | 19–20 | студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа. |
| 4 | 16–18 | если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. |
| 3 | 13–15 | знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. |
| 2 | 9–12 | фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ. |
| 1 | 0–8 | незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе. |

**5.4 Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий**

1. Универсальные магазины, их роль в обслуживании покупателей.
2. Формат «Магазин у дома».
3. Торговые центры, торговые комплексы, торговые дома, их виды и пути развития.
4. История создания и стратегии крупнейших транснациональных компаний:
5. Wal-Mart Stores, Inc
6. Carrefour
7. IKEA,
8. Marks & Spencer
9. Metro AG,
10. Auchan
11. Привлекательность розничной торговли для инвестиций
12. Этапы и перспективы развития внемагазинной торговли.
13. Форматы магазинов в г. Владивостоке.
14. Проблемы развития и размещения розничной торговли.
15. Современное оборудование магазинов.
16. Управление трудовым процессом в магазине и на складе.
17. Роль тары и упаковку в магазинах самообслуживания.

**Краткие методические указания**

Исследовательский проект по дисциплине должен оформляться в соответствии со стандартными требованиями вуза в отношении оформления этого вида работ. В его структуре должны быть представлены: аннотация, введение, содержательная часть, заключение и список использованной литературы, на которые в обязательном порядке должны быть приведены ссылки в тексте проекта. Во введении должны быть указаны цель и основные задачи исследования по выбранному направлению исследования. При оценке проекта учитывается степень самостоятельности студента в его подготовке, индивидуальное творчество и оригинальность при разработке избранной темы, уровень защиты выполненного исследования, а также рецензии других студентов на выполненный исследовательский проект.

Критерии оценки творческого задания, выполняемого на практическом занятии:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Минимальный ответ | Изложенный,  раскрытый ответ | Законченный,  полный ответ | Образцовый,  примерный ответ |
| Раскрытие  проблемы | Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы | Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы | Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы | Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы |
| Представление | Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины | Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. использовано 1-2 профессиональных термина | Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов | Представляемая информация не систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов |
| Оформление | Не использованы технологии Power Point. Больше 4 ошибок в представляемой информации | Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации | Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации | Широко использованы технологии (Power Point и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации |
| Ответы | Нет ответов на вопросы | Только ответы на элементарные вопросы | Ответы на вопросы полные и/или частично полные | Ответы на вопросы полные с привидением примеров и/или пояснений |
| Оценка | 0-5 | 6-11 | 12-15 | 15-20 |

Критерии оценки

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Баллы\* | Описание |
| 5 | 19–20 | студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа. |
| 4 | 16–18 | если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. |
| 3 | 13–15 | знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. |
| 2 | 9–12 | фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ. |
| 1 | 0–8 | незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе. |