

**ФОНД
ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ

**ПМ.02 Товароведение и организация экспертизы качества
потребительских товаров**

для специальности
38.02.08 Торговое дело

**Москва
2026**

Фонд оценочных средств разработан на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (далее – ФГОС СПО) по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 19.07.2023 г. N 548 (зарегистрирован Министерством юстиции РФ 22.08.2023 г. N 74906).

Внутренняя экспертиза:

Заведующая УМУ Заметта Д.Н.

ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ПК, ОК	Наименование темы	Наименование оценочного средства	
		Текущий контроль)	Промежуточная аттестация
1	2	3	4
ОК 01- ОК 04; ПК 2.1- 2.5, ЛР 1-21	МДК.02.01. Основы товароведения Раздел 1. Основы товароведения Тема 1.1. Предмет и основные категории товароведения Тема 1.2. Методы товароведения Тема 1.3. Качество товаров и свойства товаров Тема 1.4. Обеспечение качества и количества товаров Тема 1.5. Товарная информация	тестовое задание по теме; устный опрос; практическое занятие – решение ситуационных задач; защита практических работ	Экзамен по междисциплинарному курсу Экзамен по профессиональному модулю Отчет по учебной и производственной практике (по профилю специальности)
	МДК.02.02 Товароведение потребительских товаров Раздел 2. Товароведение потребительских товаров Тема 2.1. Товароведение продовольственных товаров Тема 2.2. Товароведение непродовольственных товаров	тестовое задание по теме; устный опрос; практическое занятие – решение ситуационных задач; защита практических работ	Экзамен по междисциплинарному курсу Экзамен по профессиональному модулю Отчет по учебной и производственной практике (по профилю специальности)
ОК 01- ОК 09, ПК 2.1.- ПК 2.5, ЛР 1-21	МДК 02.03. Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров Раздел 3. Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров Тема 3.1. Оценочная деятельность в товароведении Тема 3.2. Идентификация потребительских товаров Тема 3.3. Методы определения показателей качества товаров	тестовое задание по теме; устный опрос; практическое занятие – решение ситуационных задач;	Экзамен по междисциплинарному курсу Экзамен по профессиональному модулю

	Тема 3.4. Основы экспертизы потребительских товаров	защита практических работ	Отчет по учебной и производственной практике (по профилю специальности)
ОК 01- ОК 09, ПК 2.1.- ПК 2.5, ЛР 1-21	МДК.02.04 Управление ассортиментом товаров Раздел 4. Управление ассортиментом товаров Тема 4.1. Основные понятия в области управления ассортиментом товаров Тема 4.2. Стратегия и ассортиментная политика розничного торгового предприятия Тема 4.4. Основы категорийного менеджмента Тема 4.5. Методология категорийного ассортимента	тестовое задание по теме; устный опрос; практическое занятие – решение ситуационных задач; защита практических работ	Экзамен по междисциплинарному курсу Экзамен по профессиональному модулю Отчет по учебной и производственной практике (по профилю специальности)

Вопросы для подготовки (устный и/или письменный опрос)

МДК.02.01. Основы товароведения

Раздел 1. Основы товароведения

1. Ключевые понятия товароведения: предмет, цели и задачи, принципы товароведения
2. Основопологающие характеристики товаров.
3. Классификация и характеристика методов, применяемых в товароведении.
4. Иерархический и фасетный методы классификации. Преимущества и недостатки.
5. Товароведная классификация товаров
6. Понятие качества. Актуальность проблемы качества товаров.
7. Потребности и требования к качеству товаров. Градации качества.
8. Товарный и природный сортаменты.
9. Основные понятия и классификация потребительских свойств и показателей качества товаров.
10. Номенклатура потребительских свойств товаров
11. Свойства товаров и их природа: физические, химические, биологические и смешанные
12. Факторы, сохраняющие качество товаров: упаковка, хранение, товарная обработка
13. Товарные потери
14. Виды и формы товарной информации. Требования к товарной информации.
15. Средства и носители товарной информации

МДК.02.02 Товароведение потребительских товаров

Раздел 2. Товароведение потребительских товаров

16. Товароведение продовольственных товаров растительного происхождения
17. Товароведение продовольственных товаров животного и смешанного происхождения

18. Товароведение парфюмерно-косметических товаров и ювелирных товаров
19. Товароведение культурно-бытовых и хозяйственных товаров

МДК 02.03. Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров

Раздел 3. Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров

20. Основные понятия оценочной деятельности
21. Контроль качества, оценка качества и оценка уровня качества
22. Основные этапы оценки качества
23. Оценка товаров по количеству и качеству
24. Основы идентификации потребительских товаров
25. Характеристика идентификации товаров, ее видов
26. Особенности идентификации при выявлении фальсифицированных товаров
27. Виды и способы фальсификации товаров
28. Фальсификация продовольственных товаров
29. Фальсификация непродовольственных товаров
30. Объективные методы определения показателей качества. Измерительный метод
31. Основные виды погрешностей
32. Эвристические методы. Органолептический метод
33. Экспертный метод
34. Статистические методы контроля и управления качеством
35. Понятия и виды экспертизы. Товарная экспертиза: цель и задачи
36. Правила проведения товарной экспертизы
37. Структура и порядок заполнения акта экспертизы

МДК.02.04 Управление ассортиментом товаров

Раздел 4. Управление ассортиментом товаров

38. Понятие ассортимента. Классификация, свойства и показатели ассортимента
39. Выявление потребностей в товаре: оценка и прогнозирование конъюнктуры потребительского рынка
40. Анализ ассортиментной политики организации
41. Пути формирования ассортимента.
42. ABC-анализ. Методика стратификации множества элементов
43. XYZ-анализ. Совмещенный ABC- и XYZ-анализ
44. Анализ портфеля товарных марок и методы оптимизации ассортиментного перечня товаров
45. Введение в категорийный менеджмент и его философия
46. Концепция управления категориями товаров (СМ – Category Management)
47. Особенности внедрения и процесс категорийного менеджмента, его основные преимущества и недостатки. Основные этапы перехода на категорийный менеджмент.
48. Специфика процесса управления в категорийном менеджменте.
49. Организационная концепция категорийного менеджмента.
50. Структурирование и выделение категорий в товарном ассортименте.
51. Формирование категорий в ассортименте.
52. Балансировка ассортимента по широте и глубине.
53. Распределение торговых площадей между категориями.
54. Ассортиментная матрица и ее построение.

Критерии оценки:

5 «отлично» -

Студент полно и глубоко овладел материалом по заданной теме, обосновывает свои суждения и даёт правильные ответы на вопросы преподавателя;

4 «хорошо» -

Студент полно и глубоко овладел материалом по заданной теме, но содержание ответов имеют некоторые неточности и требуют уточнения и комментария со стороны преподавателя;

3 «удовлетворительно» -

Студент знает и понимает материал по заданной теме, но изложение неполное, непоследовательное, допускаются неточности в определении понятий, студент не может обосновать свои ответы на уточняющие вопросы преподавателя;

2 «неудовлетворительно» -

Студент допускает ошибки в определении понятий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал. Делает ошибки в ответах на уточняющие вопросы преподавателя.

Темы рефератов/докладов:

1. Фальсификация товаров
2. Специализированные магазины розничной торговой сети
3. Классификация ассортимента продовольственных товаров
4. Основные мероприятия по предупреждению и порчи товаров
5. Сырье для косметических товаров
6. Методы изучения спроса оптовых торговых предприятий
7. Органолептические свойства продуктов.
8. Классификация факторов, влияющих на потери товара
9. Кодирование продукции
10. Идентификация товаров
11. Основные элементы управления ассортиментом товаров.
12. Функции розничной торговой сети.
13. Формы розничной торговли.
14. Претензия на возврат некачественного товара.
15. Уровни торгового ассортимента товаров.

Темы презентаций:

(Возможно групповая работа)

1. Оформление интерьера магазина.
2. Виды торгового оборудования.
3. Классификация основных типов предприятий розничной торговли.
4. Виды ассортимента.
5. Основные показатели ассортимента товаров.
6. Потребительские свойства товара.
7. Управление товарными запасами.
8. Защита прав потребителей.
9. Особенности хранения отдельных групп товаров.
10. Правила проведения товарной экспертизы.

Критерии оценки.

• оценка **отлично** – детерминирующая идея отражает глубокое понимание, содержание доклада соответствует теме; речь грамотна, используется профессиональная лексика; ответы на дополнительные вопросы позволяют судить о наличии уверенных знаний по теме доклада;

- оценка **хорошо** – основная идея содержательна, речь грамотна, используется преимущественно профессиональная лексика; ответы на дополнительные вопросы позволяют судить о наличии знаний по теме доклада;
- оценка **удовлетворительно** – идея ясна, но тема не раскрыта; профессиональная лексика используется эпизодически; ответы на дополнительные вопросы позволяют судить о поверхностных знаниях по теме доклада;
- оценка **неудовлетворительно** – основная идея поверхностна или отсутствует; профессиональная лексика не используется; ответы на дополнительные вопросы не даны.

Тестирование:

1. Классификация-это

- А) параллельное разделение множества объектов на независимые классификационные группировки
- Б) последовательное разделение множества объектов на подчиненные классификационные группировки
- В) систематизированное разделение множества объектов на подмножества в зависимости от их признаков

2. Основными методами классификации являются

- А) иерархический и фасетный
- Б) систематизация и типизация
- В) унификация и селекция

3. Иерархический метод-это

- А) параллельное разделение множества объектов на независимые классификационные группировки
- Б) последовательное разделение множества объектов на подчиненные классификационные группировки
- В) систематизированное разделение множества объектов на подмножества в зависимости от их признаков

4. Фасетный метод-это

- А) параллельное разделение множества объектов на независимые классификационные группировки
- Б) последовательное разделение множества объектов на подчиненные классификационные группировки
- В) систематизированное разделение множества объектов на подмножества в зависимости от их признаков

5. Степень классификации определяется

- А) количеством использованных признаков
- Б) специфическими признаками товаров
- В) этапом разделения множества на подмножества по одному из признаков

6. Целью торговой классификации является

- А) методически правильное изучение потребительских свойств товаров и выявление общих принципов формирования этих свойств
- Б) облегчение изучения широкого ассортимента, правильная организация реализации товаров

В) улучшение организации торговли, совершенствование учета и планирование ассортимента

7.Ассортимент товаров- это

А) набор видов и разновидностей товаров, объединенных по какому-либо признаку
Б) совокупность товаров, выпускаемых определенной отраслью промышленности или предприятием

В) совокупность товаров, находящихся на предприятиях розничной и оптовой торговли

8.Производственный ассортимент-это

А) набор видов или разновидностей товаров, объединенных по какому-либо признаку

Б) совокупность товаров, выпускаемых определенной отраслью промышленности или предприятием

В) совокупность товаров, находящихся на предприятиях розничной или оптовой торговли

9.Торговый ассортимент-это

А) набор видов или разновидностей товаров, объединенных по какому-либо признаку

Б) совокупность товаров, выпускаемых определенной отраслью промышленности или предприятием

В) совокупность товаров, находящихся на предприятиях розничной или оптовой торговли

10.Простой ассортимент-это

А) совокупность товаров, включающая значительное количество групп, видов и разновидностей, которые удовлетворяют разнообразные потребности

Б) совокупность товаров, объединенных по признаку единства производственного происхождения или потребительского назначения

В) совокупность товаров, представленных по ограниченному количеству признаков небольшим количеством групп, видов и наименований, которые удовлетворяют ограниченное число потребностей

11.Сложный ассортимент-это

А) совокупность товаров, включающая значительное количество групп, видов и разновидностей, которые удовлетворяют разнообразные потребности

Б) совокупность товаров, объединенных по признаку единства производственного происхождения или потребительского назначения

В) совокупность товаров, представленных по ограниченному количеству признаков небольшим количеством групп, видов и наименований, которые удовлетворяют ограниченное число потребностей

12.Групповой ассортимент-это

А) совокупность товаров, включающая значительное количество групп, видов и разновидностей, которые удовлетворяют разнообразные потребности

Б) совокупность товаров, объединенных по признаку единства производственного происхождения или потребительского назначения

В) совокупность товаров, представленных по ограниченному количеству признаков небольшим количеством групп, видов и наименований, которые удовлетворяют ограниченное число потребностей

13.Широта ассортимента характеризует

А) количество видов товаров, выпускаемых промышленностью или находящихся в продаже

Б) количество разновидностей товаров определенного назначения

В) отношение числа разновидностей товаров, находящихся в продаже, к числу товаров, предусмотренных стандартами или договорными обязательствами

14.Глубина ассортимента характеризует

А) количество видов товаров, выпускаемых промышленностью или находящихся в продаже

Б) количество разновидностей товаров определенного назначения

В) отношение числа разновидностей товаров, находящихся в продаже, к числу товаров, предусмотренных стандартами или договорными обязательствами

15.Полнота ассортимента характеризует

А) количество видов товаров, выпускаемых промышленностью или находящихся в продаже

Б) количество разновидностей внутри конкретного вида изделий

В) отношение числа разновидностей товаров, находящихся в продаже, к числу товаров, предусмотренных стандартами или договорными обязательствами

16. Продукция материальной и нематериальной деятельности, изготовленная для купли-продажи или обмена и удовлетворяющая какие-либо потребности потребителей

- а. Товар
- б. Продукция
- в. Результат
- г. Ценность

17. Способность товара обмениваться как вещь в определенных пропорциях на другую вещь, выраженная в цене, называется

- а. Стоимость
- б. Потребность
- в. Полезность
- Г. Обмен

18. Цель товароведения:

- а. Изучение потребительских свойств товаров, а также всех тех изменений, которые происходят в товаре на всех этапах товародвижения
- б. Изучение товаров, реализации товаров в процессе товародвижения, переход товаров из сферы обращения в сферу потребления
- в. Изучение товаров, обращения товаров, условий рыночной экономики, ценных бумаг и др.

19. основополагающие характеристики товаров

- а. Ассортиментная, количественная, качественная, стоимостная
- б. Количественная, качественная, социальная, ценностная

в. Ассортиментная, потребительская, качественная, стоимостная

20. Субъектами товароведной деятельности являются

- а. Потребительские товары, услуги, продукты интеллектуальной ценности
- б. Потребители товаров, товароведы
- в. Потребительские товары, товары производственного назначения

21. По ширине охвата ассортимент бывает

- а. Рациональный, оптимальный
- б. Реальный, прогнозируемый
- в. Видовой, марочный
- г. Простой, сложный

22. Набор товаров, объединенных по какому-либо одному или совокупности признаков для удовлетворения разнообразных потребностей.

- а. Ассортимент товаров
- б. Номенклатура товаров
- в. Классификация товаров
- г. Нет правильного ответа

23. Количественное и качественное выражение свойств ассортимента, при этом измерению подлежит количество групп, подгрупп, видов и наименований товаров.

- а. Свойство ассортимента
- б. Показатель ассортимента
- в. Качество ассортимента
- г. Количество ассортимента

24. Перечень товаров, которые должны обязательно присутствовать в продаже торгового предприятия

- а. Ассортиментный перечень
- б. Классификатор товаров
- в. Канал распределения товаров

25. Качество - это

- а. Совокупность свойств товара, обуславливающих его способность удовлетворять определенные потребности в соответствии с его назначением
- б. Объективные особенности, проявляющиеся в сфере товарного обращения, потребления или эксплуатации
- в. Определяющий фактор формирования ассортимента, зависит от платежеспособности потребителей

26. Потребительские свойства товаров –

- а. Назначение, экологические, эргономические, эстетические, надежность, безопасность
- б. Теплоемкость, теплопроводность, температура, длина, плотность
- в. Социальные, общественные, индивидуальные, групповые, международные
- г. Долговечность, безотказность, сохраняемость, ремонтпригодность

27. Товар с выявленными устранимыми или неустранимыми несоответствиями по одному или комплексу показателей

- а. Дефект
- б. Брак
- в. Несоответствие

г. Неликвид

д. Отходы

28. Хранение товаров в пути

а. Транспортирование

б. Утилизация

в. Консервирование

г. Складирование

29. Любое название, знак, символ, рисунок, или их комбинация, используемые для обозначения товаров фирмы и отделяющие их от товаров конкурентов

а. Товарный знак

б. Знак соответствия

в. Штриховое кодирование

г. Знак обслуживания

30. Кодирование-это

А) образование и присвоение условного обозначения классификационной группировке или объекту классификации

Б) условное обозначение состава и последовательности расположения знаков

В) систематизация объектов путем их идентификации и ранжирования

31. Назовите классификацию ассортимента потребительских товаров?

а) ряды;

б) сорта;

в) группы; подгруппы, виды, разновидности.

г) типы

д) классы.

32. Процесс, при котором устанавливаются характерные особенности того или иного товара, называется

а) однородной группой товаров

б) маркировкой

в) установлением его подлинности

33. Подтверждения соответствия продукции проводится с целью:

а) удостоверения соответствия продукции, процессов производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, работ, услуг или иных объектов техническим регламентам, стандартам, условиям договоров;

б) содействия приобретателям в компетентном выборе продукции, работ, услуг; повышения конкурентоспособности продукции работ, услуг на рынке;

в) создания условий для обеспечения перемещения товаров по территории РФ, для осуществления международного экономического, научно – технического сотрудничества

г) все ответы верны

34. Для чего предназначена контрольная цифра штрих кода?

а) страна происхождения товара

б) определяет законность производства того или иного товара

в) все вышеперечисленное

35. По сортам молоко делится:

а) натуральное коровье – сырье

б) питьевое

в) пастеризованное

г) топленое

36. Основными физико-химическими показателями кисломолочных напитков являются:

а) массовая доля жира и белка

б) кислотность

- в) плотность
- г) температура замерзания

37. Подтверждением соответствия продукции установленным требованиям являются:

- а) Сертификат соответствия
- б) Знак качества
- в) Торговая марка

38. Управление качеством может осуществляться через:

- а) стимулирование, контроль готовой продукции, качество изготовления
- б) формирование, сохранение и маркировка
- в) формирование, стимулирование и сохранение

Критерии оценки:

- 5 «отлично» – задание выполнено на 81%-100%;
- 4 «хорошо» – задание выполнено на 61%-80%;
- 3 «удовлетворительно» – задание выполнено на 41%-60%;
- 2 «неудовлетворительно» - задание выполнено на 40% и менее

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

Задача №1

Рассчитайте коэффициент полноты ассортимента по следующим данным:

- а) в магазине реализовано 10 моделей телевизоров при плане (согласно договору поставки) - 20,
- б) в продаже было 7 разновидностей настольных игр, тогда как прайс-лист предлагает 15;
- в) в продаже в течение месяца находилось 3 модели женских сапог, тогда как ассортиментный перечень предусматривал 5 моделей.

Результаты представьте в таблице:

Вид товара	Фактическая полнота	Базовая полнота	Коэффициент полноты
<i>телевизоры</i>			
<i>настольные игры</i>			
<i>обувь</i>			

Задача 2

Из 55 наименований продуктов в магазин поступило 10 новых видов. Рассчитать степень обновления, коэффициент широты ассортимента, если максимально возможное количество наименований товаров у данного вида магазина принято 120. Оформить таблицу:

Расчет показателей широты и новизны ассортимента

Широта базовая Шб	Широта действ. Шд	Коэффициент широты Кш	Количество новых товаров	Коэффициент новизны Кн

	55			
--	----	--	--	--

Задача № 3

Рассчитайте коэффициенты устойчивости ассортимента моющих средств в торговом предприятии. Результаты оформите в виде таблицы:

Расчет коэффициента устойчивости

Наименование товара	Действительная широта, Шд	Торговые марки, пользующиеся спросом	Коэффициент устойчивости, Ку
<i>СМС для ручной стирки</i>	5	3	
<i>СМС автомат</i>	10	7	
<i>Хозяйственное мыло</i>	2	1	
<i>Кондиционер для белья</i>	3	2	
Итого			

Полученные результаты прокомментируйте. Дайте предложения по совершенствованию ассортимента моющих средств в магазине.

Задача № 4

На тему «Классификация ассортимента»

1. Нарисуйте схемы фасетной и иерархической классификации, используя примерную схему.
2. Укажите на схеме ступени, признаки на этих ступенях и глубины классификации при иерархическом методе.

Задача № 5

На тему «Качество товаров и свойства товаров»

1. Исследование номенклатуры потребительских свойств продовольственных товаров и показателей качества товаров
2. Исследование номенклатуры потребительских свойств непродовольственных товаров»
3. Определение градации качества продовольственных товаров.

Критерии оценки:

- 5 «отлично»** - работа выполнена полностью и правильно, даны ответы на все вопросы;
- 4 «хорошо»** - работа выполнена правильно с учетом 2-3 несущественных ошибок, даны ответы на все вопросы;
- 3 «удовлетворительно»** - работа выполнена правильно на 50% или допущена существенная ошибка, даны ответы не на все вопросы;

2 «неудовлетворительно» - допущены две (и более) существенные ошибки в ходе работы, которые учащийся не может исправить даже по требованию, не даны ответы на вопросы.