

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

**«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ ИМПЕРАТОРА ПЕТРА I»**

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой


Дерканосова Н.М.

«30» августа 2017 г.

**Фонд оценочных средств
по дисциплине Б1.В.08 «Товарный менеджмент»**
для направления 38.03.07 Товароведение профиль «Товароведение и экспертиза в сфере
производства и обращения сельскохозяйственного сырья и продовольственных товаров» –
прикладной бакалавриат

квалификация (степень) выпускника _бакалавр__

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Индекс	Формулировка	Разделы дисциплины			
		1	2	3	4
ПК-4	Системным представлением об основных организационных и управленческих функциях, связанных с закупкой, поставкой, транспортированием, хранением, приемкой и реализацией товаров	+	-	-	+
ПК-5	Способностью применять принципы товарного менеджмента и маркетинга при закупке, продвижении и реализации сырья и товаров с учетом их потребительских свойств	-	+	+	-
ПК-6	Навыками управления основными характеристиками товаров (количественными, качественными, ассортиментными и стоимостными) на всех этапах жизненного цикла с целью оптимизации ассортимента, сокращения товарных потерь и сверхнормативных товарных запасов	+	+	+	-
ПК-7	Умением анализировать спрос и разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента	-	+	-	+

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

2.1 Шкала академических оценок освоения дисциплины

Виды оценок	Оценки	
Академическая оценка по 2-х балльной шкале (зачет)	не зачтено	зачтено

2.2 Текущий контроль

Код	Планируемые результаты	Раздел дисциплины	Содержание требования в разрезе разделов дисциплины	Технология формирования	Форма оценочного средства (контроля)	№Задания		
						Пороговый уровень (удовл.)	Повышенный уровень (хорошо)	Высокий уровень (отлично)
ПК-4	Знать основные методы и принципы торгово-закупочной деятельности	4	<i>Сформированы знания и понимание об основах работы с поставщиками, товарно-сопроводительной документацией, видах договорах, принципах предъявления рекламаций</i>	<i>Лабораторные работы, самостоятельная работа, реферат</i>	<i>Устный опрос, тестирование</i>	<i>Задания из разделов 3.1 Тесты из задания 3.3. Реферат из задания 3.3</i>	<i>Задания из разделов 3.1- Тесты из задания 3.3 Реферат из задания 3.3</i>	<i>Задания из разделов 3.1 Тесты из задания 3.2 Реферат из задания 3.3</i>
ПК-5	Знать основные принципы маркетинга при закупке и продвижении товаров	1,4	<i>Сформированы знания и понимание основополагающих характеристик товара, позволяющих определить степень удовлетворения потребностей покупателей, способы продвижения товара на рынке</i>	<i>Лабораторные работы, самостоятельная работа</i>	<i>Устный опрос, тестирование</i>	<i>Задания из разделов 3.1 Тесты из задания 3.2</i>	<i>Задания из разделов 3.1- Тесты из задания 3.2</i>	<i>Задания из разделов 3.1- Тесты из задания 3.2</i>

ПК-6	Знать основные характеристики товара на всех этапах жизненного цикла, виды потерь, методы и способы их устранения	1-3	<i>Сформированы знания и понимание качественных и количественных характеристик товаров и их изменения в процессе жизненного цикла товаров.</i>	<i>Лабораторные работы, самостоятельная работа, реферат</i>	<i>Устный опрос, тестирование</i>	<i>Задания из разделов 3.1 Тесты из- задания 3.2. Реферат из задания 3.3</i>	<i>Задания из разделов 3.1- Тесты из- задания 3.2 Реферат из задания 3.4</i>	<i>Задания из разделов 3.1- Тесты из- задания 3.2 Реферат из задания 3.3</i>
ПК-7	Знать методы оценки потребительского спроса, способы его стимулирования	1-4	<i>Сформированы знания и понимание современных методов изучения потребительского спроса, методов оценки основополагающих характеристик товаров, потребительских предпочтений</i>	<i>Лабораторные работы, самостоятельная работа, реферат</i>	<i>Устный опрос, тестирование</i>	<i>Задания из разделов 3.1 Тесты из- задания 3.2. Реферат из задания 3.3</i>	<i>Задания из разделов 3.1- Тесты из- задания 3.2 Реферат из задания 3.4</i>	<i>Задания из разделов 3.1- Тесты из- задания 3.2 Реферат из задания 3.3</i>

2.3 Промежуточная аттестация

Код	Планируемые результаты	Технология формирования	Форма оценочного средства (контроля)	№Задания		
				Пороговый уровень (удовл.)	Повышенный уровень (хорошо)	Высокий уровень (отлично)
ПК-4	<p>Знать: основы работы с поставщиками и покупателями</p> <p>Уметь: выявлять потребительские предпочтения и потенциальный круг потребителей, налаживать работу с поставщиками и анализировать рекламации по качеству товаров</p> <p>Иметь навыки и /или опыт деятельности: владения современными методами исследования основополагающих характеристик товаров, показателей ассортимента торгового предприятия, положениями о работе с поставщиками.</p> <p>Знать: факторы, формирующие и сохраняющие основополагающие характеристики товаров</p> <p>Уметь: формировать ассортимент товаров; выделять товарные категории; применять на практике стратегические и тактические методы исследования ассортимента.</p> <p>Иметь навыки и /или опыт деятельности: формировать ассортимент товаров; выделять товарные категории; применять на практике стратегические и тактические методы исследования</p>	<p><i>Лабораторные работы, самостоятельная Работа, реферат</i></p>	Зачет	<p><i>Задания из разделов 3.1</i></p> <p><i>Тесты из-задания 3.3.</i></p> <p><i>Реферат из задания 3.3</i></p>	<p><i>Задания из разделов 3.1-</i></p> <p><i>Тесты из-задания 3.3</i></p> <p><i>Реферат из задания 3.3</i></p>	<p><i>Задания из разделов 3.1</i></p> <p><i>Тесты из-задания 3.2</i></p> <p><i>Реферат из задания 3.3</i></p>
		<p><i>Лабораторные работы, самостоятельная Работа, реферат</i></p>	Зачет	<p><i>Задания из разделов 3.1</i></p> <p><i>Тесты из-задания 3.3.</i></p> <p><i>Реферат из задания 3.3</i></p>	<p><i>Задания из разделов 3.1-</i></p> <p><i>Тесты из-задания 3.3</i></p> <p><i>Реферат из задания 3.3</i></p>	<p><i>Задания из разделов 3.1</i></p> <p><i>Тесты из-задания 3.2</i></p> <p><i>Реферат из задания 3.3</i></p>
		<p><i>Лабораторные работы, самостоятельная Работа, реферат</i></p>	Лабораторные работы, самостоятельная работа	<p><i>Задания из разделов 3.1</i></p> <p><i>Тесты из-задания 3.3.</i></p> <p><i>Реферат из задания 3.3</i></p>	<p><i>Задания из разделов 3.1-</i></p> <p><i>Тесты из-задания 3.3</i></p> <p><i>Реферат из задания 3.3</i></p>	<p><i>Задания из разделов 3.1</i></p> <p><i>Тесты из-задания 3.2</i></p> <p><i>Реферат из задания 3.3</i></p>

	<p>ассортимента.</p> <p>Знать: теоретические аспекты управления ассортиментом и товарными запасами в торговле с позиции товарного и категорийного менеджмента.</p> <p>Уметь: теоретические аспекты управления ассортиментом и товарными запасами в торговле с позиции товарного и категорийного менеджмента.</p> <p>Иметь навыки и /или опыт деятельности: методами управления ассортиментом товаров, оптимизации торгового ассортимента; навыками работы с различными товарными категориями; методикой анализа товарных групп и формирования товарных запасов торгового предприятия.</p>					
ПК-5	<p>Знать факторы формирования спроса и методы стимулирования сбыта товаров.</p> <p>Уметь: проводить анализ потребительского спроса и ассортиментной политики торгового предприятия.</p> <p>Иметь навыки и /или опыт деятельности: проводить анализ потребительского спроса и ассортиментной</p>	Лабораторные работы, самостоятельная работа	Зачет	Задания из разделов 3.1- Тесты из- задания 3.2	Задания из разделов 3.1- Тесты из- задания 3.2	Задания из разделов 3.1- Тесты из- задания 3.2
	<p>политики торгового предприятия.</p> <p>Иметь навыки и /или опыт деятельности: проводить анализ потребительского спроса и ассортиментной</p>	Лабораторные работы, самостоятельная работа	Зачет	Задания из разделов 3.1- Тесты из- задания 3.2	Задания из разделов 3.1- Тесты из- задания 3.2	Задания из разделов 3.1- Тесты из- задания 3.2
	<p>политики торгового предприятия.</p> <p>Знать: основы работы с поставщиками и покупателями</p> <p>Уметь: выявлять потребительские</p>	Лабораторные работы, самостоятельная	Лабораторные работы, самостоятельная	Задания из разделов 3.1- Тесты из-	Задания из разделов 3.1- Тесты из-	Задания из разделов 3.1- Тесты из-

	<p>предпочтения и потенциальный круг потребителей, налаживать работу с поставщиками и анализировать рекламации по качеству товаров</p> <p>Иметь навыки и /или опыт деятельности: владения современными методами исследования основополагающих характеристик товаров, показателей ассортимента торгового предприятия, положениями о работе с поставщиками.</p> <p>Знать: факторы, формирующие и сохраняющие основополагающие характеристики товаров</p> <p>Уметь: формировать ассортимент товаров; выделять товарные категории; применять на практике стратегические и тактические методы исследования ассортимента.</p> <p>Иметь навыки и /или опыт деятельности: формировать ассортимент товаров; выделять товарные категории; применять на практике стратегические и тактические методы исследования ассортимента.</p>	<i>ная работа</i>	<i>работа</i>	<i>задания 3.2</i>	<i>задания 3.2</i>	<i>задания 3.2</i>
ПК-6	<p>Знать: теоретические аспекты управления ассортиментом и товарными запасами в торговле с позиции товарного и категорийного менеджмента.</p> <p>Уметь: теоретические аспекты управления ассортиментом и</p>	<i>Лабораторные работы, самостоятельная работа, реферат</i>	<i>Зачет</i>	<i>Задания из разделов 3.1 Тесты из-задания 3.3. Реферат из задания 3.3</i>	<i>Задания из разделов 3.1-3.3 Тесты из-задания 3.3 Реферат из задания 3.3</i>	<i>Задания из разделов 3.1 Тесты из-задания 3.2 Реферат из задания 3.3</i>

	<p>товарными запасами в торговле с позиции товарного и категорийного менеджмента.</p> <p>Иметь навыки и /или опыт деятельности: методами управления ассортиментом товаров, оптимизации торгового ассортимента; навыками работы с различными товарными категориями; методикой анализа товарных групп и формирования товарных запасов торгового предприятия.</p> <p>Знать: основы работы с поставщиками и покупателями</p> <p>Уметь: выявлять потребительские предпочтения и потенциальный круг потребителей, налаживать работу с поставщиками и анализировать рекламации по качеству товаров</p> <p>Иметь навыки и /или опыт деятельности: владения современными методами исследования основополагающих характеристик товаров, показателей ассортимента торгового предприятия, положениями о работе с поставщиками.</p>	<p><i>Лабораторные работы, самостоятельная Работа, реферат</i></p>	<p><i>Зачет</i></p>	<p><i>Задания из разделов 3.1</i> <i>Тесты из- задания 3.3.</i> <i>Реферат из задания 3.3</i></p>	<p><i>Задания из разделов 3.1-</i> <i>Тесты из- задания 3.3</i> <i>Реферат из задания 3.3</i></p>	<p><i>Задания из разделов 3.1</i> <i>Тесты из- задания 3.2</i> <i>Реферат из задания 3.3</i></p>
	<p>Знать: основы работы с поставщиками и покупателями</p> <p>Уметь: выявлять потребительские предпочтения и потенциальный круг потребителей, налаживать работу с поставщиками и анализировать рекламации по качеству товаров</p> <p>Иметь навыки и /или опыт деятельности: владения современными методами исследования основополагающих характеристик товаров, показателей ассортимента торгового предприятия, положениями о работе с поставщиками.</p>	<p><i>Лабораторные работы, самостоятельная Работа, реферат</i></p>	<p><i>Лабораторные работы, самостоятельная работа</i></p>	<p><i>Задания из разделов 3.1</i> <i>Тесты из- задания 3.3.</i> <i>Реферат из задания 3.3</i></p>	<p><i>Задания из разделов 3.1-</i> <i>Тесты из- задания 3.3</i> <i>Реферат из задания 3.3</i></p>	<p><i>Задания из разделов 3.1</i> <i>Тесты из- задания 3.2</i> <i>Реферат из задания 3.3</i></p>
ПК-7	<p>Знать: факторы, формирующие и сохраняющие основополагающие характеристики товаров</p> <p>Уметь: формировать ассортимент товаров; выделять товарные категории; применять на практике стратегические и тактические методы исследования ассортимента.</p>	<p><i>Лабораторные работы, самостоятельная Работа, реферат</i></p>	<p><i>Зачет</i></p>	<p><i>Задания из разделов 3.1</i> <i>Тесты из- задания 3.3.</i> <i>Реферат из задания 3.3</i></p>	<p><i>Задания из разделов 3.1-</i> <i>Тесты из- задания 3.3</i> <i>Реферат из задания 3.3</i></p>	<p><i>Задания из разделов 3.1</i> <i>Тесты из- задания 3.2</i> <i>Реферат из задания 3.3</i></p>
		<p><i>Лабораторные</i></p>	<p><i>Лабораторные</i></p>	<p><i>Задания из</i></p>	<p><i>Задания из</i></p>	<p><i>Задания из</i></p>

	Иметь навыки и /или опыт деятельности: формировать ассортимент товаров; выделять товарные категории; применять на практике стратегические и тактические методы исследования ассортимента.	работы, самостоятельная работа, реферат	работы, самостоятельная работа	разделов 3.1 Тесты из-задания 3.3. Реферат из задания 3.3	разделов 3.1-3.3 Тесты из-задания 3.3 Реферат из задания 3.3	разделов 3.1 Тесты из-задания 3.2 Реферат из задания 3.3
		Лабораторные работы, самостоятельная работа, реферат	Зачет	Задания из разделов 3.1 Тесты из-задания 3.3. Реферат из задания 3.3	Задания из разделов 3.1-3.3 Тесты из-задания 3.3 Реферат из задания 3.3	Задания из разделов 3.1 Тесты из-задания 3.2 Реферат из задания 3.3

2.4 Критерии оценки на экзамене

Не предусмотрен

2.5 Критерии оценки устного опроса

Ступени уровней освоения компетенций	Критерии
Высокий	выставляется обучающемуся, если он четко выражает свою точку зрения по рассматриваемым вопросам, приводя соответствующие примеры
Продвинутый	выставляется обучающемуся, если он допускает отдельные погрешности в ответе
Пороговый	выставляется обучающемуся, если он обнаруживает пробелы в знаниях основного учебно-программного материала
Компетенция не освоена	выставляется обучающемуся, если он обнаруживает существенные пробелы в знаниях основных положений учебной дисциплины, неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи из числа предусмотренных рабочей программой учебной дисциплины

2.6 Критерии оценки тестов

Ступени уровней освоения компетенций	Отличительные признаки	Показатель оценки сформированной компетенции
Пороговый	<i>Обучающийся воспроизводит термины, основные понятия, способен узнавать языковые явления.</i>	<i>Не менее 55 % баллов за задания теста.</i>
Продвинутый	<i>Обучающийся выявляет взаимосвязи, классифицирует, упорядочивает, интерпретирует, применяет на практике пройденный материал.</i>	<i>Не менее 75 % баллов за задания теста.</i>
Высокий	<i>Обучающийся анализирует, оценивает, прогнозирует, конструирует.</i>	<i>Не менее 90 % баллов за задания теста.</i>
Компетенция не сформирована		<i>Менее 55 % баллов за задания теста.</i>

2.7 Допуск к сдаче зачета

1.Посещение занятий. Допускается не более 30 % пропусков по уважительной причине при условии выполнения пропущенного раздела кейса

2. Выполнение домашних заданий.

3. Активное участие в работе на занятиях.

2.8 Критерии оценки защиты ситуационного задания

Ступени уровней освоения компетенций	Критерии
Высокий	выставляется обучающемуся, если он четко дает обоснование актуальности выполненного проекта, представляет его характеристики и отличительные особенности по сравнению с аналогами, описывает роль и место проекта в менеджменте организации
Продвинутый	выставляется обучающемуся, если он дает обоснование актуальности выполненного проекта, представляет его характеристики, описывает роль и место проекта в менеджменте
Пороговый	выставляется обучающемуся, если он представляет основные характеристики проекта и его область применения в менеджменте организации
Компетенция не освоена	выставляется обучающемуся, если он обнаруживает существенные пробелы в знаниях основных положений учебной дисциплины, неумение с помощью преподавателя получить правильное решение конкретной практической задачи кейса

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

3.1 Вопросы к зачету

1. Жизненный цикл товара (ЖЦТ): понятие, стадии, этапы.
2. Методы товарного менеджмента.
3. Классификация и кодирование как методы товарного менеджмента.
4. Понятие и классификация потребностей, факторы, влияющие на формирование потребностей, средства и способы формирования новых потребностей.
5. Прогнозирование спроса.
6. Ассортимент товаров как сложная система и объект управления.
7. Управление ассортиментом.
8. Ассортиментная политика торгового предприятия.
9. Качество: определение, свойства и показатели.
10. Оценка качества товара: методы определения показателей качества и контроль качества.
11. Несоответствия и дефекты товаров: понятия, классификация.
12. Требования к отбору проб и выборки. Правила и методы отбора проб.
13. Правила приемки партии товаров по количеству

-
14. Товарные запасы: понятие, оборачиваемость, определение уровня страхового запаса.
 15. Методы оценки товарных запасов. Дефицит и излишки товара.
 16. Размещение товаров в системе складов. Повышение эффективности использования складских помещений.
 17. Факторы, формирующие качество и количество продукции (товаров).
 18. Факторы, сохраняющие качество и количество товаров.
 19. Товарные потери: понятие, виды, причины возникновения.
 20. Управление поставщиками с целью повышения эффективности закупочной деятельности; методы выбора и оценки поставщиков.
 21. Классификация предприятий-поставщиков и их основная характеристика. Стратегия закупки товара.
 22. Значение экспертизы в системе товарного менеджмента.
 23. Методы экспертизы товаров.
 24. Виды экспертизы товара.
 25. Товарная категория как элемент товарного менеджмента.
 26. Особенности внедрения категорийного менеджмента.
 27. Определение категорийного менеджмента и его использование в управлении ассортиментом.
 28. Товарная категория – определение. Классификация ролей товарных категорий.
 29. Структурирование ассортимента. Товарный классификатор и ассортиментная матрица – структура и правила построения. Свойства ассортимента.
 20. Балансировка ассортимента по ширине (определение роли категорий) и глубине (определение вклада товара внутри категории).
 30. Категорийный мерчендайзинг и стимулирование продаж.
 31. Товарные запасы, оборачиваемость.
 32. Товарные запасы, оптимальный страховой запас.
 33. Методы оценки товарных запасов.
 34. Товарные потери – виды, причины возникновения, методы оценки и предупреждения, технология списания.
 35. Дефицит и излишки товара.
 36. Методы анализа эффективности ассортиментной политики.
 37. Тактические методы анализа ассортимента.
 38. Стратегические методы анализа ассортимента.
 39. Цена товара – функции, виды, структура.

3.2 Тестовые задания

1. Теоретические основы товарного менеджмента

1. Суть управления качеством заключается.
-а) в контроле качества готовой продукции

+b) в контроле сырья, материалов, технологических процессов и т.д. для выбраковки негодной продукции на каждой фазе производства

-с) в предупреждении дефектов и сбоев

2. Понятие качества для производителя и потребителя является.

-а) противоположными

+b) взаимосвязанными

-с) конкретными для каждого субъекта отношений

3. Квалиметрия – это.

-а) наука о способах управления качеством

-b) наука о способах контроля качества

+с) наука о способах количественной оценки качества

4. Эффективность деятельности по управлению качеством обусловлена тем, что она.

+а) должна осуществляться в ходе предпроизводственных и производственных работ

-b) должна осуществляться после того, как продукция произведена

-с) осуществляется в ходе проектирования и внедрения производства

5. Политика в области качества заключается в том, что касается.

+а) деятельности всего высшего руководства предприятия

-b) деятельности соответствующих контролирующих органов

-с) качества предлагаемых изделий или услуг

+d) деятельности каждого работника

6. Кружки качества – это.

+а) группы рабочих, которые изучают различные методы и приема контроля качества

-b) бригады контролеров на предприятии, изучающие причины брака

-с) группы из лиц руководства предприятия, ответственных за качество продукции

7. Верно ли утверждение, что основой общего менеджмента и менеджмента качества является система Ф.У. Тейлора?

+а) да

-b) нет

8. Управление качеством на предприятии должно реализовать.

-а) индивидуальный подход

+b) системный подход

-с) блочный подход к конкретным подразделениям предприятия

9. Верно ли утверждение, что целью методов статистического контроля является исключение случайных изменений качества продукции?

+а) да

-b) нет

10. Верно ли утверждение, что выборочный приемочный контроль имеет такой недостаток, что требует большого объема выборки?

-а) да

+b) нет

11. Правомерно ли утверждение, что достоинством выборочного приемочного контроля является необходимость отдельного плана контроля на каждую контролируемую характеристику?

-а) да

+b) нет

12. Контрольные карты используются для.

-а) изучения хода технологического процесса

-b) выявления случайных причин нарушения технологического процесса

+с) выявления определенных причин нарушения технологического процесса
13. Назначение регрессионного анализа в управлении качеством заключается в.

+а) выявлении главных факторов, влияющих на качество

-b) отражении причин проблем, возникающих в ходе производства

-с) увязке показателей производственного качества с показателем, характеризующим потребительское качество

14. Верно ли утверждение, что наибольшее распространение имеют несплошные методы контроля?

+а) да

-b) нет

15. Наиболее эффективны несплошные методы контроля, базирующиеся на.

-а) теории сплошного метода наблюдения

+b) теории выборочного метода наблюдения

-с) теории случайного метода наблюдения

16. Верно ли утверждение, что требования технических условий могут быть ниже, чем в ГОСТах?

-а) да

+b) нет

17. Система управления качеством продукции базируется на.

-а) отдельных стандартах

-b) группе определенных стандартов

+с) комплексной стандартизации.

18. Лучшее использование ресурсов, сокращение потерь от брака, переделок рекламаций; рост доходов от реализации продукции; ускорение реализации продукции, увеличение фондов экономического стимулирования и развития – это эффект от повышения качества продукции.

-а) для потребителя продукции;

+b) для изготовителя продукции;

-с) для общества в целом;

-d) для продавца продукции.

19. Что является ядром концепции обеспечения качества продукции на третьем этапе (этапе «постоянного повышения качества продукции») становления современной философии качества?

+а) концепция «Ноль дефектов»;

-b) увеличение выхода годной продукции в технологическом процессе;

-с) удовлетворение потребностей потребителя;

-d) недопущение бракованной продукции потребителю.

20. Контроль бывает сплошной и выборочный в зависимости от.

-а) применяемых средств контроля;

-b) полноты охвата контролем по времени;

-с) этапов процесса производства; +d) объема контролируемой продукции.

21. На какой стадии жизненного цикла продукции устанавливается необходимый уровень ее качества?

-а) на стадии изготовления или производства продукции;

-b) на стадии обращения и реализации продукции;

+с) на стадии исследования и проектирования;

-d) на стадии эксплуатации (потребления) продукции.

2. В системе управления качеством характеристику объекта управления ограничивают, как правило, тремя уровнями. Какими уровнями ограничивается объект управления в системе государственного управления качеством продукции?

+а) уровнем общественного хозяйства, отрасли, объединения;

-b) уровнем отрасли, объединения, предприятия;

- с) уровнем объединения, предприятия, цеха;
- d) уровнем общественного хозяйства, объединения, цеха.

23. Из каких разделов состоит программа менеджмента качества Э.Деминга? -а) «Планирование качества», «Цепная реакция по Демингу», «Принцип постоянного улучшения (цикл Деминга)»;

+b) «14 пунктов», «Семь смертельных болезней», «Трудности и фальшстарты», «Цепная реакция по Демингу», «Принцип постоянного улучшения (цикл Деминга)»;

-с) «Обеспечение качества», «Планирование качества», «Семь смертельных болезней», «Принцип постоянного улучшения (цикл Деминга)»;

-d) «14 пунктов», «Семь смертельных болезней», «Обеспечение качества», «Планирование качества», «Трудности и фальшстарты».

24. Статистические методы управления качеством продукции включают статистический анализ, статистическое регулирование технологического процесса и статистический контроль. Какой метод относится к статистическому анализу?

-а) корректирование параметров процесса по результатам выборочного контроля параметров изготавливаемой продукции для обеспечения требуемого уровня ее качества и предупреждение брака;

-b) контроль продукции, в ходе которого определяют числовые значения одного или нескольких параметров, а последующее решение о контролируемой продукции принимают в зависимости от этих значений;

-с) контроль по качественному признаку, в ходе которого проверенную продукцию относят к годной или бракованной, а последующее решение о контролируемой совокупности принимают в зависимости от числа бракованных единиц;

+d) исследование условий и факторов, влияющих на качество продукции (анализ видов и причин брака)

2 Ассортиментная политика торгового предприятия

1 Ассортимент товаров – это.

+а) набор товаров, формируемый по определенным признакам и удовлетворяющий разнообразные, аналогичные и индивидуальные потребности;

-b) перечень однородных товаров;

-с) перечень товаров, предназначенных для обязательной сертификации.

2. Товарная номенклатура – это.

-а) набор товаров, формируемый организацией торговли;

+b) перечень однородных и разнородных товаров общего или аналогичного назначения;

-с) перечень товаров, предназначенных для сертификации.

3. Ассортимент товаров предназначен для.

+а) удовлетворения потребностей потребителей;

-b) регламентирования определенной профессиональной деятельности; -с) разработки стандартов.

4. Товарная номенклатура предназначена для.

+а) регламентирования определенной профессиональной деятельности или иной сферы применения;

-b) удовлетворения потребностей потребителей;

-с) градации качества товаров одного вида и наименования.

5. Ассортимент товаров классифицируют по.

+а) местонахождению, по широте охвата товаров;

+b) степени удовлетворения потребителей, по характеру потребностей; -с) способности перечня товаров удовлетворять спрос на одни и те же товары.

-
6. По местонахождению товаров различают ассортимент.
- a) простой, сложный;
 - b) реальный, прогнозируемый;
 - +c) промышленный, торговый.
7. По широте охвата товаров различают ассортимент.
- +a) простой, сложный, групповой;
 - +b) развернутый, сопутствующий, смешанный;
 - c) промышленный, торговый, учетный.
8. По степени удовлетворения потребителей различают ассортимент.
- a) реальный, прогнозируемый;
 - +b) рациональный, оптимальный;
 - c) видовой, марочный.
9. По характеру потребностей различают ассортимент.
- +a) реальный, прогнозируемый, учетный;
 - b) простой, сложный, групповой;
 - c) промышленный, торговый, смешанный.
10. Промышленный ассортимент – это.
- +a) набор товаров, выпускаемый изготовителем исходя из его производственных возможностей;
 - b) набор товаров, формируемый на предприятии торговли;
 - c) набор товаров, предоставленный небольшим количеством групп товаров.
11. Торговый ассортимент – это.
- a) набор товаров, предоставленный значительным количеством групп, видов, разновидностей и наименований товаров;
 - +b) набор товаров, формируемый организацией торговли или общественного питания с учетом ее специализации, потребительского спроса и материально-технической базы;
 - c) набор товаров, предоставленный небольшим количеством групп, видов, разновидностей и наименований товаров.
12. Простой ассортимент – это.
- +a) набор товаров, предоставленный небольшим количеством групп, видов и наименований, которые удовлетворяют ограниченное число потребностей;
 - b) набор товаров, удовлетворяющий реальные потребности с максимально полезным эффектом для потребителя при минимальных затратах на их проектирование, разработку производства и доведение до потребителей;
 - c) набор товаров, которые выполняют вспомогательные функции и не относятся к основным для данной организации.
13. Сложный ассортимент – это.
- a) набор товаров, формируемый организацией торговли с учетом ее специализации, потребительского спроса, материально-технической базы;
 - +b) набор товаров, предоставленный значительным количеством групп, видов, разновидностей и наименований товаров, которые удовлетворяют разнообразные потребности в товарах;
 - c) набор товаров, который выполняет значительное количество подгрупп, видов, разновидностей и наименований.
14. Групповой ассортимент – это.
- +a) набор однородных товаров, объединенных общностью признаков и удовлетворяющих аналогичные потребности;
 - b) набор товаров, наиболее полно удовлетворяющий реально обоснованные потребности, которые обеспечивают максимальное качество жизни;
 - c) набор товаров, который выполняет значительное количество подгрупп, видов, разновидностей и наименований.

15. Развернутый ассортимент – это.

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

+b) набор товаров, который выполняет значительное количество подгрупп, видов, разновидностей и наименований, в том числе марочных, относящихся к группе однородных, но отличающихся индивидуальными признаками;

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

16. Сопутствующий ассортимент – это.

+а) набор товаров, который выполняет вспомогательные функции и не относится к основным для данной организации;

-b) набор товаров различных видов и наименований, удовлетворяющих аналогичные потребности;

-с) набор однородных товаров, объединенных общностью признаков. 17. Смешанный ассортимент – это.

-а) набор товаров представленный значительным количеством групп, видов, разновидностей и наименований товаров;

-b) набор товаров выпускаемых производителем исходя из его производственных возможностей;

+с) набор товаров разных групп, видов, наименований, отличающихся большим разнообразием функционального назначения. 18. Рациональный ассортимент – это

+а) набор товаров, наиболее полно удовлетворяющий реально обоснованные потребности, которые обеспечивают максимальное качество жизни при определенном уровне развития науки, техники и технологии;

-b) набор товаров удовлетворяющий реальные потребности с максимально полезным эффектом для потребителя при минимальных затратах на их проектирование, разработку, производство и доведение до потребителей;

-с) действительный набор товаров имеющийся в конкретной организации изготовителя или продавца.

19. Оптимальный ассортимент – это

-а) набор товаров разных групп, видов, наименований, отличающихся большим разнообразием.

+b) набор товаров удовлетворяющий реальные потребности с максимально полезным эффектом для потребителя при минимальных затратах на их проектирование, разработку, производство и доведение до потребителей;

-с) набор товаров представленный значительным количеством групп, видов, разновидностей и наименований товаров, которые удовлетворяют разнообразные потребности.

20. Реальный ассортимент – это

+а) действительный набор товаров, имеющийся в конкретной организации;

-b) набор товаров, который должен будет удовлетворять предполагаемые потребности;

-с) набор товаров, объединенный общностью признаков и удовлетворяющий потребности.

21. Свойство ассортимента – это

+а) специфическая особенность ассортимента, проявляющаяся при его формировании;

-b) количественное выражение ассортимента;

-с) измерение количества видов и наименований товаров.

22. Показатель ассортимента – это

+а) количественное выражение свойств ассортимента, при этом измерению подлежит количество видов и наименований товаров;

-b) специфическая особенность ассортимента, проявляющаяся при его формировании;

23. Назовите свойства ассортимента.

+a) широта, полнота, устойчивость;

-b) новизна, структура, рациональность; -c) безопасность, системность, новизна.

24. Факторы, формирующие ассортимент.

+a) общие и специфичные;

-b) общие и частные;

-c) формирующие и сохраняющие.

25. Кодирование- это.

+a) образование и присвоение кода классификационной группировке и/или объекту классификации;

-b) параллельное разделение множества объектов на независимые классификационные группировки;

-c) упорядочение однородных, взаимосвязанных объектов по общим признакам путем расположения их в определенном порядке.

26. Целью кодирования является.

-a) систематизация объектов путем их идентификации;

+b) ранжирование и присвоение условного обозначения (код -a);

-c) упорядочение однородных, взаимосвязанных объектов по общим признакам путем расположения их в определенном порядке.

27. Правила кодирования.

+a) код должен иметь определенную структуру построения;

+b) код может быть выражен с помощью различных, заранее обусловленных знаков;

-c) код улучшает товарный вид;

+d) код должен способствовать упорядочению объектов.

28. Структура кода – это.

-a) обозначение кода;

+b) условное обозначение состава и последовательности расположения знаков в нем; -c) установление оптимального числа признаков, ступеней, глубины классификации.

29. Структура кода состоит из следующих элементов.

-a) алфавита, основания, длины, ширины;

-b) алфавита, основания, разряда, ширины;

+c) алфавита, основания, разряда, длины.

30. Различают следующие алфавиты кода.

+a) буквенный, штриховой;

+b) цифровой, буквенно-цифровой;

-c) изобразительный, словесный;

31. Основанием кода называется.

-a) позиция знака в коде;

-b) условное обозначение в структуре кода;

+c) число знаков в алфавите кода.

32. Контрольное число вводится.

-a) во избежание ошибок при считывании кодов;

-b) для проверки замены кода;

+c) для выявления общих свойств товаров.

33. Назовите методы кодирования.

+a) порядковый, серийно-порядковый;

+b) последовательный, параллельный;

-c) иерархический, фасетный.

34. Назовите достоинства порядкового метода кодирования.

-
- +a) простота присвоения кодов;
 - +b) экономичность использования 9999 кодов, принятых в классификаторах;
 - c) гибкость кода облегчает введения необходимых изменений.
35. Назовите недостатки порядкового метода кодирования.
- +a) отсутствие дополнительной информации об объектах;
 - b) недостаточная связь между отдельными группировками;
 - +c) невозможность выделения общности и разницы между объектами.
36. Назовите достоинства серийно- порядкового метода кодирования. +a) упорядочение объектов по сериям, в результате чего появляется дополнительная информация;
- b) простота присвоения кодов; -
 - c) хорошая приспособленность для машинной обработки.
37. Назовите недостатки серийно-порядкового метода кодирования.
- a) недостаточная связь между отдельными группировками;
 - b) сложность изменения в коде с целью введения новых признаков;
 - +c) требуется дополнительное распределение множества по объектам, по определенным признакам.
38. Назовите достоинства последовательного метода кодирования.
- +a) при малой значимости кода большая информационная емкость;
 - b) простота присвоения кодов; -c) упорядочение объектов по сериям.
39. Назовите недостатки последовательного метода кодирования.
- +a) жесткость кода из-за строгого фиксирования последовательно кодируемых признаков;
 - +b) сложность изменения в коде с целью введения новых признаков;
 - c) отсутствие дополнительной информации об объектах.
40. Назовите достоинства у параллельного метода кодирования.
- +a) хорошая приспособленность для машинной обработки;
 - +b) гибкость кода облегчает введение необходимых изменений в фасете; -c) простота присвоения кодов.
41. Назовите недостатки параллельного метода кодирования.
- a) отсутствие дополнительной информации об объектах;
 - b) сложность изменения в коде с целью введения новых признаков;
 - +c) недостаточная связь между отдельными группировками.
42. Товар имеет следующий штрих-код 4040300319033. Что означает последняя цифра 3.
- a) страну происхождения;
 - b) фирму изготовителя товара;
 - c) код товара;
 - +d) контрольную цифру.
43. Назовите категории классификаторов.
- +a) общероссийские, отраслевые и предприятий;
 - b) общегосударственные, отраслевые, стандартные;
 - c) общероссийские, научные, ученые.
44. ... товаров – набор товаров, формируемый по определенным признакам и удовлетворяющий разнообразные, аналогичные или индивидуальные потребности
- a) перечень
 - b) номенклатура
 - +c) ассортимент
 - d) список
45. Группа ассортимента по местонахождению товаров
- a) групповой
 - b) развернутый
 - c) сложный

-
- +d) торговый
46. Виды ассортимента по степени удовлетворения потребностей
- a) промышленный
 - b) простой
 - +c) оптимальный
 - d) развернутый
47. Подгруппа ассортимента по широте охвата товаров
- a) реальный
 - +b) развернутый
 - c) прогнозируемый
 - d) оптимальный
48. Разновидность ассортимента по характеру потребностей
- +a) реальный
 - b) торговый
 - c) простой
 - d) промышленный
49. Ассортимент, наиболее полно соответствующий потребностям населения, называют ...
- a) оптимальным
 - +b) рациональным
 - c) широким
 - d) глубоким
50. если ассортимент содержит небольшое количество групп товаров то это ассортимент
- a) простой
 - b) смешанный
 - c) сложный
51. Способность ассортимента товаров удовлетворять изменившиеся потребности за счет новых товаров
- +a) новизна
 - b) широта
 - c) полнота
 - d) структура
52. ... ассортимента – способность набора товаров удовлетворять спрос на одни и те же товары
- a) новизна
 - b) глубина
 - +c) устойчивость
 - d) широта

4. Товарные запасы

1. Ассортимент товаров, вырабатываемый либо отдельной отраслью промышленности, либо отдельным промышленным предприятием, — это _____ ассортимент товаров.

промышленный

2. В любой момент учета уровень запаса: текущий

3 В сфере обмена к средствам не относят: материалы

-
- 4 Влияние на процесс материалопотребления оказывают:
длительность производственного цикла, определяющую величину незавершенного производства
- 5 Вложение свободных средств в производственные запасы является:
способом избежания падения покупательной способности денег
- 6 Возможность системы быстро реагировать на требования рынка в целом и индивидуальные потребности отдельных предприятий-партнеров — это:
оперативность
- 7 Главная цель образования товарных запасов в оптовой торговле заключается в:
обслуживании потребителей
- 8 Главной задачей планирования запасов на предприятии является:
определение оптимального соотношения между величиной производственных запасов и издержками на их создание и хранение
- 9 Главной целью бухгалтерского учета производственных запасов является:
выявление фактических затрат
- 10 Главной целью реализации логистической системы управления запасами является(-ются):
учет текущего уровня запаса на складах различных уровней
- 11 Главной целью управления запасами является:
удерживать на минимальном уровне ежегодную общую сумму затрат на обеспечение запасов
- 12 Динамичный процесс, требующий постоянного расширения и обновления ассортимента, — это:
спрос
- 13 Для выполнения производственной программы организации определяют:
потребность в материальных ресурсах
- 14 Для легкой и пищевой отраслях, в себестоимости готовой продукции материально-производственные затраты составляют _____ всех затрат на производство.
90%
- 15 Для того, чтобы избежать неуверенности, связанной с гарантированностью подвоза, производства и вывоза продукции создается запас
безопасности
- 16 Запас _____ — это уровень запаса в любой момент учета.
текущий
- 17 Запас, предназначенный для непрерывного снабжения потребителя в случае непредвиденных обстоятельств, — это:
гарантийный

18 Запасы, находящиеся на предприятиях всех отраслей сферы материального производства, — это _____ запасы.
производственные

19 Запасы, предназначенные для непрерывного обеспечения материалами или товарами производственного процесса — это запасы ...
Страховые

20 Затраты на хранение запасов включают:
расходы на операции грузопереработки

21 Значение сезонных запасов устанавливается по:
фактическим условиям поступления и потребности материалов

22 Имущество в виде горючего вещества, являющегося источником получения энергии, — это:
топливо

23 Имущество, не прошедшее всех стадий обработки, фаз, переделов, предусмотренных технологическими процессами, — это:
незавершенное производство

24 Имущество, предназначенное для ремонта основных средств, — это:
запасные части

Имущество, являющееся конечным результатом производственного цикла и законченное обработкой (комплектацией), — это:
готовая продукция

25 Информацию, которая содержится в номенклатурах-ценниках, можно отнести к:
условно-постоянной

26 К бухгалтерскому учету по фактической себестоимости принимаются запасы:
Материально-производственные

27 К методам, которые предполагают использование опыта специалиста и которые изучают отчетность за предыдущий период относятся:
Эвристические

28 К негативной стороне запасов относится:
замораживание финансовых ресурсов и объемы товарно-материальных ценностей

29 К продукции обрабатывающей промышленности относятся:
материалы

30 Классифицируют материалы по свойствам
техническим

31 Логистический подход к управлению товарно-материальными запасами предусматривает:
отказ от функционально-ориентированной концепции

32 Материально-производственные запасы являются:

основной частью оборотных активов организации

33 Материально-производственными запасами являются активы предназначенные для продажи, включая готовую продукцию и товары

34 Находящиеся на складах различного типа и уровня запасы продукции — это запас ...
складской

35 Необходимый для правильной организации учета материалов перечень материалов, в котором указаны учетные цены, — это:
номенклатура-ценник

36 Обеспечивать потребность на время предполагаемой задержки поставки позволяет запас

Гарантийный

37 Образуется _____ запас, чтобы избежать предсказуемых колебаний в поставках, производстве или вывозе.

Предупредительный

38 Объективная необходимость образования запасов связана с:
характером процессов производства и воспроизводства

39 Обычно кодирование номенклатуры-ценника осуществляют по:
смешанной порядково-серийной системе, используя восьмизначные коды

40 Организуется по _____ производственный процесс.
поточному принципу

41 Основная часть производственных и товарных запасов — это запасы ...
текущие

42 Особенностью системы управления материальными ресурсами является:
отсутствие в ней иерархии управления

43 Оценка производственных запасов при отпуске в производство и ином их выбытии может производиться:
по себестоимости первых по времени приобретений запасов (способ ФИФО)

44 По промышленности в себестоимости готовой продукции материально-производственные затраты составляют _____ всех затрат на производство.
70-80%

45 Под товарными ресурсами понимается:
совокупность товаров, поступающих из всех источников

46 Под устойчивостью (стабильностью) ассортимента понимается:
отношение имеющихся в продаже товаров к обязательному их перечню в количественном выражении

47 Политика накопления материальных запасов ведет к:
значительному оттоку денежных средств предприятия из оборота

48 Полнота ассортимента показывает:
какую часть фактически имеющиеся в наличии разновидности товара составляют от предусмотренных соответствующими прейскурантами, спецификациями

49 Положительная роль запасов заключается в:
обеспечении непрерывности процесса производства и сбыта

50 Практика управления запасами состоит в:
изменении условий или разработке мероприятий с целью уменьшения общей ежегодной суммы затрат на обеспечение запасов

51 Предназначенное для продажи или перепродажи без дополнительной обработки имущество, приобретенное или полученное от организаций — это:
товары

52 При закупке фирмами больших количеств продукции и отправки их большими экономическими партиями происходит:
уменьшение затрат на транспортировку

53 Применяемая в планировании, контроле, учете и отчетности группировка материалов по их видам — это:
классификация материалов

54 Применяемые западными производителями логистические технологии в области управления запасами, направлены на:
минимизацию материальных запасов

55 Продукция сельского хозяйства и добывающей промышленности — это:
сырье

56 Рассчитывается по формуле _____ оптимальный размер заказа по критерию минимизации совокупных затрат на хранение запаса и посторенние заказа.
Вильсона

57 Рассчитывается технологический запас на основе
нормативов времени для осуществления подготовительных операций

58 Система «максимум-минимум» ориентирована на:
затраты и учет запасов и издержки

59 Ситуация, когда отсутствуют запасы, может привести к:
ухудшению имиджа производителя товара

60 Создается _____ запас с целью бесперебойного обеспечения производства необходимыми материальными ресурсами в период между двумя очередными поставками.
Текущий

61 Способ учета товарно-материальных запасов по цене каждой поступившей единицы товара — это метод ...
оценки материальных ресурсов по себестоимости каждой единицы

62 Стабильность ассортимента определяют с помощью коэффициентов устойчивости ассортимента

63 Страховые платежи зависят от:
степени защищенности от повреждений

64 Структура ассортимента показывает:
долю отдельных товарных групп, видов, разновидностей товара в их общей сумме

65 Ступенью для разработки системы управления запасами должно стать:
проектирование системы контроля уровня запасов

66 Тип товарно-материальных ценностей, используемых для ремонта и замены износившихся деталей машин и оборудования, — это:
запасные части
Тип управленческой и производственной деятельности, объектом которого является создание и хранение запасов, — это:
управление запасами

67 Товарные и длительно производственные запасы — это:
неликвидные

68 Торговый ассортимент состоит из:
продовольственных и непродовольственных товаров

69 Удовлетворение индивидуальных и общественных потребностей (рынка) в материальных ресурсах на общественно необходимом уровне при наименьших затратах — это:
реализация на практике приоритета потребителя

70 Управление производственными запасами должно начинаться на стадии планирования потребности в материальных ресурсах

71 Уровень запасов, при котором выдается очередной заказ на пополнение запасов, — это:
пороговый

72 Фактической себестоимостью производственных запасов, приобретенных за плату, признается сумма фактических затрат организации на их приобретение, за исключением налога на добавленную стоимость и иных возмещаемых налогов

73 Формирование запасов продукции приводит к:
значительной экономии на затратах

3 Товарный менеджмент и экспертиза качества

1. Основные объекты товарной экспертизы.

-а) товарно-сопроводительные документы

+b) потребительские товары, сырье, материала, полуфабрикаты, документы, технологические процессы по производству, хранению, транспортированию, подготовке к

реализации, услуги по упаковыванию, маркированию, послепродажному обслуживанию, определение стоимости товаров, правила эксплуатации или использования потребителем

-с) ГОСТ Р; ОСТ; ТУ; СТП

2. В задачи товароведной экспертизы входит.

+а) оценка всех основополагающих характеристик товара. ассортиментная качественная, количественная и стоимостная

-b) взвешивание всей партии товара

-с) проведение микробиологических исследований

3. Назовите основные цели товарной экспертизы.

+а) проведение количественных и порядковых оценок основополагающих характеристик товара, а также процессов, которые влияют на них

-b) нормативно-техническое обеспечение контроля, сертификации и оценки качества продукции -с) обеспечение качества продукции в соответствии с уровнем развития науки, техники и технологии

4. При проведении товарной экспертизы необходимо соблюдать принципы. +а) объективности, независимости, компетентности

+b) системного подхода, эффективности безопасности товаров

-с) целесообразности, оптимальности требований, эффективности

5. В зависимости от характера и оснований для проведения экспертизы потребительских товаров товарная экспертиза подразделяется на следующие виды.

+а) первичная, дополнительная, повторная

+b) контрольная, комплексная

-с) сплошная, выборочная

6. При выявлении неполной или недостоверной информации от объекта товарной экспертизы, а также при необходимости экспертной оценки по дополнительным показателям проводят.

+а) дополнительную товарную экспертизу

-b) повторную товарную экспертизу

-с) контрольную товарную экспертизу

7. При несогласии сторон с результатами товарной экспертизы, при выявлении дополнительной информации проводят.

+а) повторную товарную экспертизу

-b) контрольную товарную экспертизу

-с) дополнительную товарную экспертизу

8. При выявлении необъективности экспертов, недостоверности, сомнительности результатов товарной экспертизы проводят.

-a) повторную товарную экспертизу

+b) контрольную товарную экспертизу

-с) комплексную товарную экспертизу.

9. При необходимости комплексной оценки товаров с привлечением экспертов из смежных областей знаний проводят.

+а) комплексную товарную экспертизу

-b) контрольную товарную экспертизу

-с) дополнительную товарную экспертизу

10. Назовите основные группы средств товарной экспертизы.

+а) средства информации о товарах

+b) материально-технические средства

-с) торговое оборудование

11. Какие виды маркировки представляют наибольший интерес для экспертизы.

+а) производственная, торговая

-b) специальная, универсальная

-с) коммерческая, специальная

-
12. Назовите наиболее важные документы, используемые при экспертной оценке.
- a) нормативные, стандартные
 - +b) нормативные, технические, технологические
 - c) нормативные, правила торговли
13. Какие виды и разновидности литературы использует эксперт при проведении экспертной оценки.
- +a) учебную, научную, справочную
 - b) учебную, популярную, справочную
 - c) учебную, специальную, популярную
14. Что относится к материально-технической базе товарной экспертизы.
- +a) средства измерения
 - +b) средства обнаружения, оргтехника
 - c) торговая мебель
15. Экспертная оценка, осуществляемая, специально проверенными экспертами называется.
- +a) дегустацией
 - b) сертификацией
 - c) идентификацией
16. Назовите виды товароведной экспертизы.
- +a) количественная, качественная
 - +b) ассортиментная, документальная, комплексная
 - c) экологическая, ветеринарная
17. Количественная экспертиза проводится при.
- +a) невозможности применения измерительных методов
 - +b) при необходимости подтверждения достоверности результатов измерений независимой стороной
 - c) идентификации товаров
18. В зависимости от назначения качественная экспертиза подразделяется на.
- +a) приемочную экспертизу по качеству, экспертизу по комплектности
 - +b) экспертиза новых товаров, дегустацию пищевых продуктов и экспертизу по договорам
 - c) санитарно-гигиеническую и ветеринарно-санитарную
19. Какова необходимость проведения ветеринарно-санитарной экспертизы.
- a) выявление антропогенного влияния на окружающую среду
 - +b) обеспечение безопасности потребителей путем предотвращения инфицирования их болезнями, общими для человека и животных
 - c) обеспечение безопасности товаров для жизни, здоровья и имущества потребителей
20. Экспертной оценке могут подвергаться.
- +a) единичные экземпляры, упаковочные единицы товаров
 - +b) товарные партии
 - c) средняя проба

4Товарные запасы

Примеры задач типовых задач:

Задание № 1.Разработка торговых марок и знаков согласно ситуации.

*Ситуация № 1.*ОАО выпускает широкий ассортимент молочной продукции в различной упаковке. Для обеспечения узнаваемости своей продукции на рынке руководство приняло решение о разработке товарной марки. Предложите эскиз товарной марки.

Задание № 2. Концепция бизнеса сети «Пятерочка» отражена в ее

названии. Это пять «базовых выгод», которые магазины сети намерены предоставить покупателям:

- поддержание низких цен;
- удобное расположение универсамов;
- оптимальный ассортимент товаров;
- гарантии качества продукции;
- качественное и профессиональное обслуживание покупателей.

Проанализируйте, насколько стратегический набор «базовых выгод» соответствует восприятию покупателей.

Задание №3. Разработайте варианты упаковок для следующих товаров (определите форму упаковки, материал, из которого она будет выполнена, его фактуру и цвет, функциональные приспособления для удобства пользования товаром, содержание маркировки товара и ее расположение на упаковке):

- а) туалетная вода для молодых и уверенных в себе женщин;
- б) ювелирные украшения для мужчин;
- в) шоколадное драже (монетки) для детей (взрослы);
- г) детский конструктор;
- д) набор ниток для вышивания.

Какие характеристики упаковки помогают решать поставленные перед ней задачи?

3.3 Реферат, эссе

Темы рефератов раздел 1

1. Принципы построения и основные классификационные группировки Общероссийского классификатора продукции.
2. Принципы построения и особенности группировки товаров в Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности.
3. Закон возрастания уровня человеческих потребностей.
4. Структура социальных потребностей.
5. Комплексный характер принятия решений потребителем. Анатомия процесса принятия решения.

Темы рефератов раздел 2:

1. Влияние перечня социально-значимых товаров на формирование ассортимента.
2. Стратегия и тактика управления ассортиментом. Задачи управления ассортиментом.
3. Анализ эффективности ассортиментной политики торгового предприятия.

Темы рефератов раздел 3:

1. Правила и порядок приемки партии продовольственных товаров по качеству (вид товара – по выбору студента).
2. Правила и порядок приемки партии непродовольственных товаров по качеству (вид товара – по выбору студента).
3. Модели национальных премий по качеству.

4. Идентификация товаров: виды, показатели, средства и методы, результаты.
5. Принципы и правила размещения товаров на хранение.
6. Условия хранения продовольственных и непродовольственных товаров (вид товара – по выбору студента).
7. Методы хранения продовольственных и непродовольственных товаров (вид товара – по выбору студента).
8. Достоинства и недостатки различных методов хранения.
9. Скоропортящиеся товары и товары длительного пользования.
10. Методы предпродажной товарной обработки.
11. Товарные потери: количественные и качественные. Меры по сокращению товарных потерь.
12. Модель оптимального размера заказа (модель Уилсона)
13. Издержки хранения запасов.

Темы рефератов раздел 4:

1. Бонусная политика сетевых магазинов.
2. Проведение тендеров на поставку товаров.
3. Особые условия договора поставки товаров.
4. Стратегия и тактика ведения переговоров с предприятиями-поставщиками.
5. Формирование стандартов требований к поставщикам
6. Мониторинг контрактно-ценовых условий, как важнейший элемент информационного обеспечения работы с поставщиками.
7. Правила и порядок проведения экспертизы качества товаров по внешнему виду (вид товара – по выбору студента).
8. Правила и порядок проведения экспертизы физико-механических и химических показателей качества товаров (вид товара – по выбору студента).

4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

4.1 Положение о формах, периодичности и порядке проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся: Положение о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся П ВГАУ 1.1.01 – 2017

4.2 Методические указания по проведению текущего контроля

1.	Сроки проведения текущего контроля	<i>На лабораторных работах</i>
2.	Место и время проведения	<i>В учебной аудитории в течение</i>

	текущего контроля	<i>лабораторного работы</i>
3.	Требования к техническому оснащению аудитории	<i>в соответствии с ОП и рабочей программой</i>
4.	Ф.И.О. преподавателя (ей), проводящих процедуру контроля	<i>Василенко О.А.</i>
5.	Вид и форма заданий	<i>Собеседование</i>
6.	Время для выполнения заданий	<i>в течение работы</i>
7.	Возможность использования дополнительных материалов.	<i>Обучающийся может пользоваться дополнительными материалами</i>
8.	Ф.И.О. преподавателя (ей), обрабатывающих результаты	<i>Василенко О.А.</i>
9.	Методы оценки результатов	<i>Экспертный</i>
10.	Предъявление результатов	<i>Оценка выставляется в журнал/доводится до сведения обучающихся в течение работы</i>
11.	Апелляция результатов	<i>В порядке, установленном нормативными документами, регулируемыми образовательный процесс в Воронежском ГАУ</i>