



ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
УПРАВЛЕНИЕ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ И ПОВЫШЕНИЯ
КВАЛИФИКАЦИИ

Кафедра «Экономика»

Практикум
по дисциплине

«Теоретические основы товароведения»

Автор

Коваленкова О.Г.

Ростов-на-Дону, 2017

Аннотация

Практикум предназначен для студентов очной формы обучения по направлению 38.03.06 «Торговое дело»

Автор



К.э.н, доцент кафедры
«Экономика» Коваленкова О.Г.



Оглавление

Введение	4
Темы вопросов и заданий к практическим и семинарским занятиям.	5
1.1. Предмет, цели, задачи, принципы товароведения. История и направления развития.	5
1.2 Объекты и субъекты товароведной деятельности	5
1.3 Методы товароведения. Классификация и кодирование потребительских товаров.	13
1.4 Ассортимент товаров, его виды, показатели, основы формирования и управления.	18
2.1 Потребительские свойства товаров и показатели качества, номенклатура потребительских свойств.	26
2.2 Оценка качества товаров	29
2.3 Количественная характеристика и контроль	30
качества товаров	30
2.4 Физико-химические свойства товаров	30
3. Факторы, обеспечивающие формирование и сохранение качества товаров	32
4. Виды и средства информации о товаре	33
Методические указания по самостоятельной работе	35
Тестовые задания	45
Тестовые задания к теме 1	45
Учебно-методические материалы и программно-информационное обеспечение	66

ВВЕДЕНИЕ

Курс «Теоретические основы товароведения» является составной частью системы экономических дисциплин в процессе подготовки экономистов по направлению «Торговое дело».

Данное учебное издание, содержит практические задания и упражнения, способствующие усвоению пройденного теоретического материала. На практические занятия по курсу Теоретические основы товароведения от студентов требуется вести специальные тетради по практическим занятиям, в которых должны быть представлены краткие ответы на теоретические вопросы по темам занятий и нормативной литературе (самостоятельная подготовка), а также задачи и упражнения, которые решаются в аудитории. По теоретическим вопросам, с целью охвата более широкого учебного материала и углубления знаний студентов, практикуется проведение коллоквиумов с заслушиванием докладов по подготовленным дома рефератам, контрольным работам по темам занятий и обсуждение их. Активными формами самостоятельной работы студентов являются участие их в научно - исследовательской работе кафедры, в работе студенческих кружков и конференций.

ТЕМЫ ВОПРОСОВ И ЗАДАНИЙ К ПРАКТИЧЕСКИМ И СЕМИНАРСКИМ ЗАНЯТИЯМ.

1.1. Предмет, цели, задачи, принципы товароведения. История и направления развития.

Задание 1.

Цель семинарского занятия: изучение студентами основных понятий, принципов товароведения, исторических предпосылок развития науки, современных актуальных проблем.

Вопросы для обсуждения (доклады, рефераты):

1. Потребительная стоимость товаров как предмет исследования товароведения
2. Цели и задачи товароведения.
3. Принципы товароведения.
4. История возникновения и развития товароведения.
5. Актуальные проблемы товароведения на современном этапе.
6. Межпредметные связи товароведения с другими учебными дисциплинами: предшествующими, сопутствующими и последующими.
7. Возникновение и развитие товароведения в России.

Контрольные вопросы:

1. Дайте определение понятию «товароведение».
2. Назовите основные понятия товароведения.
3. Какие принципы товароведения вы знаете?
4. Какие основные этапы в развитии товароведения?
5. Какова связь дисциплины товароведение с другими научными дисциплинами?

1.2 Объекты и субъекты товароведной деятельности

Задание 2

Цель семинарского занятия: изучение студентами товара как объекта товароведной деятельности, роли товароведов, как субъектов товароведной деятельности, критериев современного состояния потребительского рынка.

Вопросы для обсуждения (доклады, рефераты):

1. Источники насыщения рынка, их состояние.
2. Законодательная и нормативная база товарного обеспечения рынка.

3. Перспективы развития потребительского рынка: меры по государственному регулированию производства и реализации товаров, прогнозы развития.

4. Роль товароведов в развитии потребительского рынка. Должностная инструкция товароведа.

5. Товароведная деятельность как составная часть коммерческой деятельности

6. Товары как объекты товароведной и коммерческой деятельности.

7. Ассортиментная, качественная, количественная и стоимостная характеристика товара. Их взаимосвязь друг с другом

8. Субъекты товароведной деятельности – товароведы, технологи, маркетологи и потребители.

Контрольные вопросы:

1. Что является объектом товароведной деятельности?
2. Назовите основные характеристики товаров.
3. Что включает ассортиментная характеристика товаров?
4. Объясните, чем отличается качественная характеристика товаров от ассортиментной.
5. Чему способствует количественная характеристика товаров?
6. Дайте определение следующим понятиям: субъект, товаровед, потребитель.
7. Что должен знать товаровед в области товароведения?

Задание 3. Тестовое задание

Выполняется письменно тестовое задание по предложенным вопросам из пройденных тем учебной программы с возможными вариантами ответов. Необходимо указать правильные ответы.

Задание 4.

Изучение и применение основных положений Закона РФ «О защите прав потребителей»

Цель работы: формирование знаний в области защиты прав потребителей и осознанного применения Закона РФ «О защите прав потребителей», прививание навыков к самостоятельному оперативному использованию норм, регулирующих отношения между производителями, продавцами и потребителями в условиях цивилизованного рынка.

Подготовка студента к занятию: подготовить таблицы по заданиям 4.1-4.4 с кратко сформулированными вопросами.

Средства обучения:

- Закон РФ «О защите прав потребителей»

- Перечень товаров длительного пользования, на которые не распространяются требования покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара

- Перечень непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату и обмену на аналогичный товар других размеров, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации.

- Перечень товаров, которые по истечении срока годности считаются непригодными для использования по назначению.

- Перечень технически сложных товаров, в отношении которых требования потребителя об их замене подлежат удовлетворению в случае обнаружения в товарах существенных недостатков.

Специалисты в области торгового дела должны хорошо знать законы и нормативные акты, связанные с защитой прав потребителей, уметь ими пользоваться при защите прав как потребителя, так и продавца.

Задание 4а.

Общие положения Закона РФ «О защите прав потребителей»

Изучите главу 1 закона (статьи 1-17), обратите внимание на требования к качеству товара (работы, услуги); понятия срока годности, срока службы, гарантийного срока; требования к информации об изготовителе (исполнителе, продавце), о товарах (работах, услугах); имущественную собственность продавца (изготовителя, исполнителя).

Изученный материал в виде ответов на вопросы оформите в таблице 1.1

Таблица 1.1.

Основные положения ФЗ «О защите прав потребителей»

№ вопроса	Вопрос	Ответ	Обоснование

Содержание задания

1. Перечислите правовые акты, регулирующие отношения в области прав потребителей.

2. В каких случаях отношения в области защиты прав потребителей регулируются международными договорами?

3. Как определяются требования к качеству товаров?

4. Дайте определение следующим понятиям: срок службы, срок годности, гарантийный срок.

5. Каким образом изготовитель обеспечивает возможность использования товара в течение его срока службы?

6. Что понимают под безопасностью товара (работы, услуги)?

7. Назовите срок, в течение которого изготовитель обязан обеспечить безопасность товара (работы).

8. Дайте понятие информации: необходимый и достоверный.

9. Какие сведения должны быть указаны на вывеске розничного торгового предприятия?

10. Обязательные требования к информации об индивидуальном предпринимателе.

11. Требования к информации о продуктах питания.

12. Порядок определения режима работы продавца (исполнителя).

13. Возможные последствия ненадлежащей информации о товаре (работе, услуге).

14. Права потребителя в случае представления ему ненадлежащей (недостоверной, недостаточно полной) информации.

15. Ответственность продавца (изготовителя, исполнителя) за нарушение прав потребителей.

16. В каких случаях продавец (изготовитель, исполнитель) освобождается от ответственности за неисполнение обязательств?

17. Права потребителя в случае, если продавец (изготовитель, исполнитель) не удовлетворит его требования в добровольном порядке.

18. Порядок возмещения вреда, причиненного жизни, здоровью или имуществу потребителя.

19. Кто, кроме потребителя, может требовать возмещения вреда, причиненного вследствие недостатков товара (работы, услуги)?

20. В каких случаях изготовитель (продавец, исполнитель) освобождается от ответственности за вред, причиненный вследствие недостатков товара (работы, услуги)?

Решите ситуацию.

Покупательница М.И. Иванова купила в магазине дрожжи германского производства. Придя домой, не обнаружила аннотации на русском языке. Иванова вернулась в магазин и потребовала русский текст к дрожжам. Продавец сказала, что аннотаций на русском языке у нее уже нет: «Были – все раздала».

Объясните права М.И. Ивановой, обязанности и ответственность продавца в данной ситуации.

Задание 46.

Защита прав потребителей при продаже товаров потребителям

Изучите главу 2 Закона РФ «О защите прав потребителей» (статьи 18-26). Ответы на вопросы оформите, продолжая таблицу 1.1.

Содержание задания

1. Какие права имеет потребитель, если ему продан товар с недостатком?

2. Каковы особенности удовлетворения требований потребителя в отношении технически сложных товаров?

3. Укажите порядок предъявления и удовлетворения требований потребителя по товарам, приобретенным с недостатками.

4. Каков порядок исчисления гарантийного срока товара, а также срока его службы?

5. Укажите особенности исчисления этих сроков для сезонных товаров.

6. Какой установлен порядок доставки товаров, подлежащих замене или возврату?

7. Какие установлены сроки предъявления покупателями требований по поводу недостатков, обнаруженных в купленных товарах?

8. Какие установлены сроки устранения недостатков, обнаруженных в купленных товарах?

9. Назовите сроки обмена товаров, купленных с недостатками.

10. Укажите размер неустойки за невыполнение требований покупателей.

11. Как производятся расчеты с потребителем в случае приобретения им товаров с недостатками?

12. Охарактеризуйте права потребителя в случае приобретения им товара надлежащего качества.

13. Охарактеризуйте порядок расчетов с покупателем, в случае приобретения им товара надлежащего качества, но не подошедшего по фасону, размеру, расцветке и т.д.

14. Особенности расчетов с покупателями в случае расторжения договора купли –продажи, если товар был продан в кредит.

15. Кем утверждаются правила отдельных видов договоров купли-продажи товаров?

Решите ситуацию:

10 августа покупательница А.А. Петрова купила в магазине шоколадные конфеты «Ассорти». Через день А.А. Петрова пришла в магазин и попросила обменять «Ассорти» на «Родные просторы». Однако заведующая секцией отказалась удовлетворить требования покупательницы.

Права ли заведующая секцией? Дайте обоснование ответа.

Задание 4 в. Защита прав потребителей при выполнении работ или оказании услуг

Изучите главу 3 Закона РФ «О защите прав потребителей» (статьи 27-39). Ответы на вопросы оформите, продолжая таблицу 1.1.

Содержание задания

1. Каким требованиям должно соответствовать качество выполненной работы?

2. Права потребителя, если исполнитель не приступил своевременно к выполнению работы.

3. Ответственность исполнителя в случае нарушения сроков начала и выполнения работы или оказания услуги.

4. Права потребителя, если выполненная работа или оказанная услуга имеют ненадлежащее качество.

5. Права потребителя, если исполнитель нарушает сроки устранения недостатков выполненной работы или оказанной услуги.

6. Ответственность исполнителя в случае полной или частичной утраты (повреждения) материала (вещи), принятого от потребителя.

7. В каких случаях исполнитель освобождается от ответственности за полную или частичную утрату (повреждение) материала (вещи), принятого от потребителя?

8. Охарактеризуйте порядок расчетов за выполненную работу (оказанную услугу).

Решите ситуацию:

Потребитель Михайлов заключил со строительной фирмой договор на строительство дома. После того, как 50% работы было выполнено, Михайлов решил достроить дом своими силами. Претензий к качеству работы, выполненной строителями, у потребителя не было. Имеет ли потребитель Михайлов право на расторжение договора? Определите меру его ответственности в данной ситуации.

Задание 4г.

Государственная и общественная защита прав потребителей
Изучите главу 4 Закона РФ «О защите прав потребителей» (статьи 40-46). Ответы на вопросы оформите, продолжая таблицу 1.1.

Содержание задания

1. Какие предписания может направлять изготовителю (исполнителю, продавцу) орган государственного надзора?
2. Каково содержание исков, которые в интересах потребителей может направлять в суд орган государственного надзора?
3. Назовите орган, осуществляющий контроль за качеством и безопасностью товаров (работ, услуг)
4. В чью пользу направляются суммы штрафов, взыскиваемых с изготовителя (исполнителя, продавца)?
5. Права органов местного самоуправления продажи товаров (выполнения работ, оказания услуг), не сопровождающихся достоверной информацией или с просроченными сроками годности.
6. Назовите, какие вы знаете общественные объединения потребителей?

Решите ситуацию:

Покупатель Васильев приобрел в магазине «Продукты» йогурт, который оказался с просроченным сроком годности. На следующий день Васильев обратился в медицинское учреждение, где ему был поставлен диагноз: «отравление йогуртом». Через неделю Васильев обратился в магазин с требованием оплатить ему все расходы, связанные с лечением. Директор магазина в просьбе Васильева отказал. Каковы дальнейшие действия потребителя в данной ситуации?

Задание 4д.

Применение Закона РФ «О защите прав потребителей» (решение ситуационных задач)

Сделайте анализ каждой ситуации (или выданной преподавателем) и примите обоснованные конкретные решения по защите прав потребителей и ответственности продавцов (производителей, исполнителей).

Данное задание может быть выдано в качестве контрольной работы.

Ситуация 1

Покупатель Сидоров 20 апреля купил в магазине «Продукты» кофе натуральный молотый производства Бразилии. 21 апреля покупатель обнаружил, что на упаковке отсутствует информация по приготовлению напитка на русском языке. Охарактеризуйте действия покупателя и продавца в данной ситуации.

Ситуация 2

Охарактеризуйте правила обмена изделий из золота. В каких случаях осуществляется обмен? Порядок обмена.

Ситуация 3

Покупатель приобрел в магазине французский коньяк. При употреблении коньяк оказался недоброкачественным. Покупатель обратился к директору магазина с просьбой заменить коньяк на армянский. Работники магазина удовлетворили претензию покупателя только через 34 дня. Как следует поступать в этой ситуации покупателю?

Ситуация 4

Покупательница купила 25 января оливковое масло в стеклянной бутылке по цене 450 рублей, а 1 февраля принесла его в магазин с просьбой вернуть его стоимость, т.к. масло оказалось фальсифицированным, о чем свидетельствует акт проведенный независимой экспертизы. Цена масла на момент возврата составила 480 руб. Возможно ли удовлетворить просьбу покупательницы? Если да, то какую сумму она должна получить?

Ситуация 5

Покупатель на следующий день после покупки коробки шоколадных конфет обратился в магазин с требованием расторжения договора купли-продажи, поскольку приобретенные конфеты оказались с просроченным сроком годности. Администрация магазина отказала покупателю в удовлетворении его требований, т.к. он не предъявил кассового чека. Кто прав в данной ситуации? Обоснуйте.

Контрольные вопросы

1. Чем была вызвана необходимость разработки и принятия Федерального закона «О защите прав потребителей» и какие проблемы он призван решать?
2. Какова структура ФЗ?
3. Кто такой «потребитель»? Охарактеризуйте понятие этого термина с позиций отечественной и зарубежной практики.
4. Какие организации осуществляют контроль защиты прав потребителей? Их права и обязанности.

5. Какие товары надлежащего качества не подлежат возврату или обмену?

1.3 Методы товароведения. Классификация и кодирование потребительских товаров.

Задание 5.

Изучение методов классификации и кодирования потребительских товаров

Цель работы: распознавание разновидностей методов классификации: иерархического и фасетного, установление их достоинств и недостатков; изучение структуры Общероссийского классификатора продукции (ОКП), классификатора «Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности России» (ТН ВЭД РФ) и принципов классификации и кодирования товаров.

Подготовка студента к занятию: изучение темы «Классификация и кодирование товаров» по рекомендуемым учебникам и конспекту лекций.

Средства обучения: стандарты на продукцию, в которых есть раздел «Классификация ассортимента» или «Ассортимент»; ОКП; ТН ВЭД РФ.

Содержание задания

1. Изучите указанные разделы двух стандартов на продукцию. Укажите объекты классификации и классификационные признаки, положенные в основу деления множества (товара определенного вида или однородной группы товаров) на подмножества (разновидности, наименования и т.п.)

1а. Определить наименование и содержание признака классификации для перечисленных ниже наборов классификационных группировок.

- 1) Пальто, сапоги, ботинки, тетрадь, пылесос.
- 2) естественные, искусственные, синтетические.
- 3) металлические, деревянные, стеклянные, пластмассовые.
- 4) шерсть, хлопок, лен, шелк.
- 5) стаканы машинного и ручного производства.
- 6) одежда зимняя, летняя, демисезонная.
- 7) обувь мужская, женская, детская.
- 8) ведра стальные, эмалированные, горячеоцинкованные, с диффузионным цинковым покрытием.
- 9) посуда стеклянная, выдувная, прессованная, прессо-выдувная.

Результаты работы оформите в таблицу 1.2

Таблица 1.2

Результаты работы

Наименование признака	Содержание признака	Классификационная группировка
Исходные материалы		
Назначение		
Способ производства		
Отделка		
Пол и возраст		
Сезон		
Вид		
Низшие признаки		
Конструкция		
Модель		
Фасон		
Марка		
Размер		
Цвет		

1. Составить схему классификации группы «Обувь» иерархическим методом. Примерная схема классификации иерархическим методом показана на рисунке 1.1

Данные для выполнения задания 2:

- 1) обувь модельная, массового производства.
- 2) обувь повседневная, производственная, спортивная.
- 3) обувь мужская, женская, детская.
- 4) обувь механического, ручного производства.
- 5) обувь резиновая, кожаная, валяная.
- 6) ботинки, полуботинки, туфли.

При выполнении данного задания следует:

- определить наименование признака классификации,
- расположите признаки в соответствии с их значимостью,
- составить графическую схему.

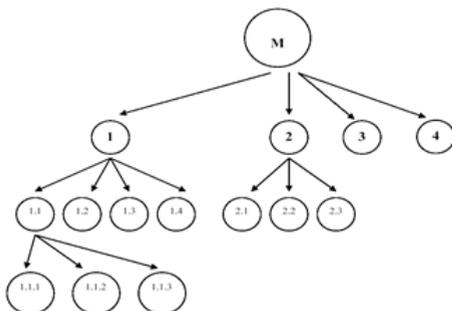


Рисунок 1.1 - Схема классификации иерархическим методом

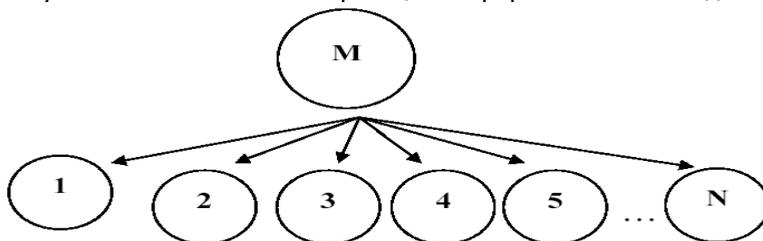


Рисунок 1.2 Схема классификации фасетным методом

4. Составьте самостоятельно две схемы классификации иерархическим методом (не менее 3 ступеней) и фасетным методом (не менее 3 независимых группировок). Объектами могут быть товары, окружающие предметы, люди, явления, процессы, документы и другие объекты.

5. Установите преимущества и недостатки иерархического метода классификации конкретных множеств товаров. Результаты оформите в виде таблицы 1.3

Таблица 1.3

 Достоинства и недостатки метода классификации
конкретного товара

Метод классификации	Достоинства	Недостатки
Иерархический		

Задание 6 (Домашнее задание):

1) Ознакомьтесь с Общероссийским классификатором продукции ОКП, изучите его структуру. На примере одной группы товаров определите иерархический и/или фасетный методы классификации.

1.1 Изучить назначение и порядок образования кода по ОКП.

При выполнении данного задания следует:

- определить какие признаки положены в основу формирования классовых группировок по ОКП,

Расшифровать коды: 885457; 917410; 561891.

1.2 Закодировать следующие виды товаров:

- ткани готовые хлопчатобумажные бязевой группы пестротканые;

- ткани льняные мешочные

- плюш одежный из искусственных нитей.

Описать последовательность классификации данных товаров.

1.3 Определить код разделов:

- обувь;- мед;- изделия из керамики

2) Изучите структуру товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности. На примере одной группы товаров расшифруйте коды товаров. Сравните классификацию и группировку товаров в ОКП и ТН ВЭД.

2.1.Выписать из ТН ВЭД номера и наименования разделов следующих товаров:

- древесина и изделия из древесины;

- продукты животного происхождения;

- продукты растительного происхождения;

- изделия текстильной и легкой промышленности.

Результаты работы оформите в таблицу 1.4.

Таблица 1.4

Результаты работы

Товар	Наименование раздела	Номер раздела и номер группы	Признаки деления на группы

2.2. Проанализировать признаки, положенные в основу классификации этих товарных групп в ТН ВЭД.

2.3. Произвести кодирование следующих видов товаров по ТН ВЭД:

- мороженное с содержанием молочного жира более 7%;
- картофель мороженный;
- шерсть мытая негармонизируемая, полугрубая кроссберная, 46 – 48 качества
- свитер трикотажный мужской, с содержанием шерсти 70 % и массой 650 гр.;
- выделанные шкурки голубого песка.

Результаты работы оформите в таблицу 1.5.

Таблица 1.5

Результаты работы

Товар	Код
-------	-----

Вопросы (доклады, рефераты) для обсуждения

1. Значение классификации в учебной, производственной и торговой практике.
2. Практическое использование иерархического и фасетного методов классификации
3. Особенности построения классификации различных групп товаров (продовольственных, непродовольственных)
4. Условное обозначение классификационных группировок

Контрольные вопросы

1. Как классифицируются методы товароведения?
2. Дайте характеристику методам научного познания.
3. Что такое идентификация, группировка, классификация?
4. Какие методы классификации вы знаете?
5. Сущность и особенность иерархического метода классификации. Преимущества и недостатки.
6. Применение фасетного метода классификации, его преимущества и недостатки.
7. Кодирование товаров и методы кодирования.
8. Классификаторы, их структура и категории.
9. Какова основная цель кодирования товаров?
10. Какие правила кодирования вы знаете?
11. Дайте характеристику основным методам кодирования.
12. Как классифицируются товары в товароведении?

Задание 7. Тестовое задание

Выполняется письменно тестовое задание по предложенным вопросам темы 1.3 с возможными вариантами ответов. Необходимо указать правильные ответы.

1.4 Ассортимент товаров, его виды, показатели, основы формирования и управления.

Цель работы: закрепление теоретических знаний в области ассортимента, формирование умений сбора информации об ассортименте торговых фирм, расчета ассортиментных показателей, их сравнительного анализа и оценки для установления оптимальности ассортиментной политики в конкретных фирмах.

Подготовка студента к занятию. Изучение теории по прилагаемому списку литературы, а также по конспекту лекции.

Объект исследования: ассортимента товаров однородной группы (или групп) товаров в трех торговых фирмах (специализированном магазине, магазине смешанного профиля и в торговом павильоне или палатке).

Работа выполняется поэтапно в соответствии с заданиями.

Задание 8 Сбор информации об ассортименте

Собрать информацию об ассортименте о ценах на товары однородной группы или подгруппы отечественного и импортного производства в трех торговых предприятиях и оформить ее в таблице 3. Информация собирается 2 раза с интервалом 5-10 дней (сроки определяет студент). Данные заносятся в таблицу 1.6

Таблица 1.6.- Перечень и цены _____
(название однородной группы товаров)

Перечень товаров однородной группы (Шб)	Наименования торговых фирм (1,2,3) и сроки обследования					
	1		2		3	
	Исходные данные	Через ___ дней	Исходные данные	Через ___ дней	Исходные данные	Через ___ дней
Отечественные товары						
Импортные товары						

Примечания:

1. Перечень товаров включает все наименования товаров, в т.ч. вид, подвид, а также вид упаковки и расфасовку. В графах, отражающих наименование конкретной фирмы, в строке с наименованием товара ставится цена на товар, имеющийся в продаже, или знак (+) – наличие в продаже, а знак (-) – в продаже отсутствует.

2. Данные о ценах необходимы для расчета структуры ассортимента.

3. Задание можно выполнить и по рекламным газетам, журналам.

Задание 9. Расчет показателей ассортимента

Товарный ассортимент характеризуется различными параметрами и соответствующими им показателями. Основными параметрами, по которым осуществляется анализ и оценка товарного ассортимента магазина, являются.

1. Широта ассортимента - количественный состав набора товаров выделенного по определенному признаку и представленного в пиле классификационной группировки.

2. Полнота ассортимента (глубина ассортимента) - количественный состав набора товаров, выделенных по комплексу частных признаков.

3. Структура ассортимента - процентное соотношение совокупностей товара в наборе, выделенных по определенному признаку.

4. Устойчивость ассортимента - степень колебания численности набора товаров.

5. Обновляемость ассортимента - интенсивность пополнения набора новыми товарами и изъятия из него устаревших товаров.

Формулы расчета показателей ассортимента

Рассчитать широту, полноту, устойчивость, новизну и рациональность ассортимента используя следующие формулы:

$$K_{\text{ш}} = \frac{Ш_{\text{д}}}{Ш_{\text{б}}} \cdot 100\%, \text{ где}$$

$K_{\text{ш}}$ - коэффициент широты, %;

$Ш_{\text{д}}$ - действительная (фактическая) широта наименований товаров разнородных и однородных групп;

$Ш_{\text{б}}$ - базовая широта.

В качестве базовой широты могут быть приняты:

1) максимальное количество наименований товаров исследуемой группы, обнаруженное во всех обследованных торговых точках;

2) количество наименований товаров, регламентированное действующими стандартами (для отечественных товаров);

3) количество наименований товаров исследуемой группы, предлагаемой на рынке (информацию можно получить из рекламных изданий).

$$K_{\text{п}} = \frac{П_{\text{д}}}{П_{\text{б}}} \cdot 100\%, \text{ где}$$

$K_{\text{п}}$ - коэффициент полноты, %;

P_d - действительная (фактическая) полнота или количество товаров однородной подгруппы;

P_b – базовая полнота (определяемая аналогично базовой широте, но для конкретных подгрупп)

$$K_y = U / Ш_d \cdot 100\%, \text{ где}$$

K_y – коэффициент устойчивости, %;

U – количество товаров однородной группы, пользующихся устойчивым спросом (условно за критерий устойчивости следует считать наличие товара в продаже при начальном и конечном обследовании).

$$K_n = H / Ш_d \cdot 100\%, \text{ где}$$

K_n – коэффициент новизны, %;

H – количество новых товаров, появившихся, по мнению исследователя, новыми.

$$K_p = K_{ш} \cdot K_{вш} + K_n \cdot K_{вп} + K_y \cdot K_{vy} + K_n \cdot K_{vn} / 4, \text{ где}$$

K_p – коэффициент рациональности;

$K_{вш}$ – коэффициент весомости широты;

$K_{вп}$ – коэффициент весомости полноты;

K_{vy} – коэффициент весомости устойчивости;

K_{vn} – коэффициент весомости новизны.

Коэффициенты весомости определяются эмпирическим путем для каждой группы товаров. Для целей учебного занятия могут быть приняты определенные значения данных коэффициентов, указанных в условиях заданий.

При проведении более детальных обследований следует определять коэффициенты весомости методом социологических опросов.

Задание 9.1.

Рассчитать коэффициент широты ассортимента определенного вида товара.

Задание 9.1а.

В магазинах реализовывались стационарные телевизоры цветного и черно белого изображения с размером экрана 61, 51, 40 см. Классификация выпускаемых в стране телевизоров приведена ниже:

Таблица 1.7

Классификация телевизоров по характеру изображения, конструкции, размеру экрана

№пп	Вид товара	Признаки	Группировки
1.	телевизоры	характер изображения	черно-белый, цветной
2.	телевизоры	конструкция	стационарный, переносной
3.	телевизоры	размер экрана	67, 61, 50\51, 40\42, 31\32, 23\26, 16

Каков показатель широты по каждому из признаков. Работу оформить в форме таблицы:

Таблица 1.8

Широта ассортимента телевизоров

Фактическая широта по признакам (число вариантов)			Базовая широта по признакам			Коэффициент широты по признакам		
характер изображения (признак №1)	конструкция (признак №2)	размер экрана (признак №3)	№1	№2	№3	№1	№2	№3

Задание 9.1 б. Сопоставить широту ассортимента швейных изделий в трех магазинах, рассчитав коэффициент широты ($K_{ш}$). Базовая широта ($Ш_б$) взята по ассортиментному перечню, фактическая широта ($Ш_ф$) представлена в таблице

Таблица 1.9.

Показатели широты ассортимента магазинов

№ пп	Виды изделий	Широта	Широта ассортимента							
			Базовая		Магазин 1		Магазин 2		Магазин 3	
			$Ш_б$	$Ш_ф$	$K_{ш}$	$Ш_ф$	$K_{ш}$	$Ш_ф$	$K_{ш}$	
1	костюмы мужские	модель (фасон)	15	14		9		6		
		размер	17	6		6		5		
2	Брюки мужские	Волокнистый состав	3	3		3		3		
		модель	15	8		8		7		
		размер	7	4		4		4		

Задание 9.1в.

В двух специализированных магазинах "Сыры" и в трех смешанных магазинах в продаже были сыры следующих наименований

Теоретические основы товароведения

Торговый ассортимент сыров

№ магазина	Тип магазина	Наименование сыров
№ 1	Специализированный	Швейцарский, Голландский, Костромской, Литовский, Российский, Чеддер, Пикантный, Ярославский
№2	Специализированный	Алтайский, Голландский, Пошехонский, Чеддер, Латвийский
№3	Смешанный продмаг	Вырусский, Российский, Костромской
№4	Смешанный продмаг	Ярославский, Латвийский
№5	Смешанный продмаг	Российский

Ниже представлена классификация сыров, выпускаемая заводами

Таблица 1.11.

Производственный ассортимент сыров, выпускаемый заводами

№ п/п	Тип сыра	Признак	Наименование сыра
1	Швейцарский	Прессуемые с высокой температурой второго нагревания	Швейцарский, Алтайский
2	Голландский	Прессуемые с низкой температурой второго нагревания	Голландский, Костромской, Степной, Ярославский, Угличский, Литовский
3	Чеддер	То же с чеддеризацией сырной массы	Чеддер, Российский, Атлет
4	Латвийский	Самопрессующиеся с низкой температурой второго нагревания и созревающие с сырной слизью	Латвийский, Пикантный

Каков показатель широты по каждому типу сыра? Работу оформить по следующей форме:

Таблица 1.12.

Показатели широты ассортимента сыров

№ пп	Тип сыра	Ширина базовая ($Ш_б$) по типам сыра	Фактическая ширина ($Ш_{ф}$) по типам сыра	Коэффициент широты ($K_{ш}$) по типам сыра
1.	Швейцарский			
2.	Голландский			
3.	Чеддер			
4.	Латвийский			

Задание 9.2.

Рассчитать коэффициент полноты ассортимента

Задание 9.2а.

Рассчитать коэффициент полноты ассортимента по следующим данным:

а) В магазинах реализовано 10 моделей телевизоров при плане (согласно договору поставки) 20,

б) в стране выпускается 17 тысяч наименований игрушек, тогда как -100 тысяч наименований;

в) в продаже в течение месяца находилось 3 модели женских сапог, тогда как ассортиментный перечень предусматривал 5 моделей.

Результаты представьте по следующей форме.

Таблица 1.13.

Коэффициенты полноты ассортимента

Вид товара	Фактическая полнота (число разновидностей)	Базовая полнота	Коэффициент полноты
телевизоры			
игрушки			
обувь			

Задание 9.2 б.

Рассчитать коэффициент полноты ассортимента вареных колбас по следующим условиям:

- в течение года в магазине №1 в продаже было 9 наименований колбас, в магазинах №№ 2, 3, 4, 5 соответственно по 8, 5, 7 и 4 наименования (согласно договорам поставки - 10 наименований).

Результаты представьте по следующей форме.

Таблица 1.14.

Коэффициенты полноты ассортимента вареных колбас

Магазины	Количество видов вареных колбас	Количество вареных колбас по договору поставки	Коэффициент полноты вареных колбас
Магазин №1			
Магазин №2			
Магазин №3			
Магазин №4			
Магазин №5			

Задание 9.3. Оценить устойчивость ассортимента
Задание 9.3а.

В течение месяца в магазине №1 спросом пользовались следующие модели пиджаков: модель №1 – 28, модель №2 – 18, модель №3 – 8, модель №4 – 12 и модель №5 – 7. Рассчитайте коэффициент устойчивости по моделям пиджаков, а также коэффициент устойчивости по группе «пиджаки»

Задание 9.3б.

В течение месяца в магазине №1 спросом пользовались следующие модели брюк: модель №1 – 41, модель №2 – 17. Рассчитайте коэффициент устойчивости по моделям брюк, а также коэффициент устойчивости по группе «брюки»

Задание 9.3в

В течение месяца в магазине №1 спросом пользовались следующие модели мужских сорочек: модель №1 – 47, модель №2 – 43, модель №3 – 96, модель №4 – 38. Рассчитайте коэффициент устойчивости по моделям мужских сорочек, а также коэффициент устойчивости по группе «мужские сорочки»

Таблица 1.15.

Коэффициент устойчивости ассортимента по моделям и группам

Вид изделия	Кол-во изделий	Кол-во моделей	Виды моделей	Коэффициент устойчивости
Пиджаки	135	45	Модель №1 - Полуприталенный на 3 пуговицы, 2 шлицы	
		30	Модель №2 Полуприталенный на 2 пуговицы, 2 шлицы	
		20	Модель №3 Классического прямого покроя на 3 пуговицы, 2 шлицы	
		25	Модель №4 Классического покроя на 2 пуговицы, 2 шлицы	
		15	Модель №5 Приталенный на 2 пуговицы, одна шлица	
				Группа «пиджаки»
Брюки	79	54	Модель №1 Слегка зауженные к низу с зашипами	
		25	Модель №2 Слегка зауженные к низу без зашипов	
				Группа «брюки»
Мужские сорочки	300	60	Модель №1 Приталенные	
		55	Модель №2 Приталенные с пуговицами на воротнике	
		135	Модель №3 Классические	
		50	Модель №4 Классические с пуговицами на воротнике	
				Группа «мужские сорочки»

Задание 9.4

В ассортименте хлебобулочного магазина в наличии имеется 35 наименований товаров, в том числе 6 видов хлеба однородной группы. 14 видов обладают способностью постоянно удовлетворять спрос покупателей. В течение месяца в ассортименте магазина появилось 7 видов новых продуктов. Рассчитать коэффициент рациональности и степень обновления ассортимента. Если $Ш_6 = 100$; $П_6 = 20$; $K_{вш} = 0,3$; $K_{вп} = 0,2$; $K_{ву} = 0,2$; $K_{вн} = 0,3$

Задание 9.5

В новом универсальном магазине необходимо сформировать рациональный ассортимент продовольственных товаров с $K_p = 16\%$. Базовая широта по каталогу составляет 1000, фактически на момент открытия магазина было завезено 700 наименований продуктов. $K_y = 60\%$; $K_n = 15\%$ (определен по нормативным документам). Рассчитать коэффициент полноты и показатель устойчивости ассортимента ($K_{вш} = 0,4$; $K_{вп} = 0,2$; $K_{ву} = 0,3$; $K_{вн} = 0,1$)

Задание 9.6

Из 55 наименований продуктов в магазин поступило 10 новых видов. Рассчитать степень обновления, коэффициенты широты и устойчивости ассортимента, если максимально возможное количество наименований товаров у данного вида магазина принято

120, а постоянным спросом пользуется 27 наименований продуктов.

Задание 9.7

В ассортименте магазина имеются сыры – Швейцарский, Голландский, Российский, Эдамский, Рокфор, Чеддер. Виола. Первые 4 наименования относятся к группе твердых сычужных сыров. В российских стандартах предусмотрено 20 наименований таких сыров, еще 5 наименований поступает по импорту. Рассчитать коэффициент полноты ассортимента твердых сычужных сыров.

Задание 9.8. Рассчитать структуру ассортимента

Структура ассортимента товаров — соотношение выделенных по определенному признаку совокупностей товаров в наборе (ГОСТ Р 51303-99, п. 80). Она характеризуется удельной долей каждого вида и/или наименования товара в общем наборе. Структура ассортимента может выражаться как в натуральных, так и в относительных показателях. Они рассчитываются как отношение количества отдельных товаров к суммарному количеству всех товаров, входящих в ассортимент.

$$C = A / S, \text{ где}$$

C – относительный показатель структуры отдельных товаров;

A – количество отдельных товаров в натуральном выражении;

S- суммарное количество всех товаров, имеющих в наличии в натуральном выражении.

Задание 9.8.а Рассчитайте структуру ассортимента тканей в торговой организации

Таблица 1.16.

Структура ассортимента тканей

Виды тканей	Структура ассортимента	
	В м	В %
Хлопчато-бумажные	200	
шерстяные	100	
льняные	100	
синтетические	300	
Итого	700	

Задание 9.8.б

В кондитерском магазине в ассортименте товаров имеется 20 наименований шоколадных конфет по средней цене 180р., 35 наименований карамели по средней цене 95р., 3 вида мармелада по средней цене 105р., и 5 видов драже по средней цене 73р. Определить структуру ассортимента конфет в натуральном и денежном выражении.

Задание 9.9. Тестовое задание

Выполняется письменно тестовое задание по предложенным вопросам темы 1.4 с возможными вариантами ответов. Необходимо указать правильные ответы.

Вопросы (доклады, рефераты) для обсуждения

1. Общие и отличительные особенности ассортимента и товарной номенклатуры.

2. Влияние отдельных показателей ассортимента на результаты коммерческой деятельности.

3. Направления в области формирования ассортимента

4. Пути совершенствования ассортимента товаров

Контрольные вопросы

1. Назовите основные классификационные признаки ассортимента товаров.

2. Охарактеризуйте ассортимент товаров в зависимости от широты охвата товаров.

3. Какие свойства ассортимента товаров вы знаете?

4. Каково отношение потребителя к широте ассортимента?

5. Какое значение имеет показатель полноты ассортимента?

6. Для чего необходимо соблюдение ассортиментного минимума?

7. Какие факторы формирования ассортимента вы знаете?

8. Какова цель и основные направления ассортиментной политики организации?

2.1 Потребительские свойства товаров и показатели качества, номенклатура потребительских свойств.

Цель работы: изучение потребительских свойств товаров, номенклатуры потребительских свойств.

Подготовка студента к занятию: изучение теоретических вопросов по теме по предложенному списку литературы, а также по конспекту лекций.

Задание 1. Определить номенклатуру потребительских свойств конкретного вида товара.

Задание выполняется индивидуально.

При выполнении данного задания следует:

1. Выбрать «Товар», потребительские свойства которого будут изучаться.

2. Определить для данного вида товаров основные группы потребительских свойств

Результаты оформить в виде таблицы 2.1

Таблица 2.1

Номенклатура потребительских свойств

Наименование товара (Номер стандарта)	Потребительские свойства	
	группа	подгруппа

Укажите, какие из выявленных групп и подгрупп потребительских свойств, а также показателей качества товаров относятся к обязательным, а какие предназначены для идентификации (распознавания) ассортиментной характеристики товаров. Выявите показатели, имеющие наибольшую значимость для создания потребительских предпочтений.

Показатели качества товаров и методы их определения

Цель работы: изучение показателей качества товаров и выявление разных видов показателей, формирование умений систематизировать показатели и их значения по наиболее характерным признакам.

Подготовка студента к занятию: усвоение теоретических вопросов по предложенному списку литературы, а также по конспекту лекций.

Задание 3. Установление общих и специфических показателей качества

Проанализировать разделы «Технические требования к качеству» трех стандартов на продукцию однородной группы. Выявить общие и специфические показатели качества для всех видов (наименований) продукции. Результаты оформить в виде таблицы 2.3

Таблица 2.3

Общие и специфические показатели качества продукции однородной группы

Наименование показателей	Наименование продукции		
	А (творог)	Б (масло)	В (сыр)
Общие показатели:			
Пример:			
Внешний вид:			
Форма	+	+	+
Состояние поверхности и др.	+	+	+
Специфические показатели			

*Примечание: к общим показателям относятся наименования, выявленные во всех анализируемых стандартах. Специфические показатели присущи лишь 1-2 видам продукции.

Задание 4. Определение общих и различных значений показателей качества

Сравните регламентированные значения одноименных показателей качества анализируемых видов продукции по стандартам. Выявите общность и/или различия между этими значениями. Дайте обоснование целесообразности общности и различий регламентированных значений показателей качества. Результаты заполните в виде таблицы 2.4

Таблица 2.4.

Общность и различия регламентированных значений показателей качества

Наименования общих показателей качества	Значение показателей качества	
	общие	различные

***Примечание:** при заполнении графы 1 записываются наименования общих показателей, указанные в таблице. В графу 2 вносятся регламентированные значения (нормативная характеристика) показателей качества из анализируемых стандартов, а в графу 3 – отличающиеся по 1-2 видам продукции значения показателей с обязательным указанием вида продукции. При отсутствии различий в графе 3 ставится прочерк.

Результаты таблицы обобщаются путем констатации о преобладании общности или различий в значениях показателей качества анализируемых видов продукции. В заключении необходимо дать обоснование целесообразности общности и различий значений показателей качества.

Задание 5. Выявление комплексных и единичных показателей качества

Проанализируйте разделы «Технические требования к качеству» тех же стандартов на продукцию для выявления комплексных и единичных показателей. Укажите, какие единичные показатели входят в состав комплексных.

Результаты оформите в виде таблицы 2.5

Таблица 2.5.

Комплексные и единичные показатели качества

Наименование продукции	Наименование показателей качества продукции	
	комплексных	единичных
Пример 1	Вкус и запах	Вкус Запах
Пример 2	- -	Вкус Запах

***Примечание:** занесение в графу 2 наименования комплексного показателя должно сопровождаться записями в графе 3

наименований единичных показателей, входящих в ранее указанный комплексный показатель. В случае, если показатель единичный, то запись делается только в графу 3, а в графе 2 проставляется прочерк.

Задание 6. Выявление определяющих и предельных показателей качества

Выявите в перечне требований к качеству продукции анализируемых стандартов показатели качества: определяющие и предельные. Аргументируйте свой выбор. Результаты заполните в виде таблицы 2.6.

Таблица 2.6.

Определяющие и предельные показатели качества

Наименование продукции	Наименование показателей качества продукции			
	определяющие	предельные		
		максим	миним	диапазоны
Пример: Картофель продовольственный заготавливаемый	Внешний вид Размер Допускаемые отклонения	Допускаемые отклонения	-	-

Примечание: учтите, что один и тот же показатель качества может выполнять разное назначение, поэтому относится в разные графы.

2.2 Оценка качества товаров

Цель: Изучить требования к качеству и методы оценки качества конкретных видов продукции.

Обеспечение занятия: Ежегодник «Государственные стандарты. Указатель», комплект стандартов.

Задание выполняется индивидуально по тем видам продукции, стандарты на которые имеются в наличии.

При выполнении данного задания следует:

- определить необходимый комплект стандартов;
- выяснить какие градации качества для данного вида товаров существуют;
- определить требования к качеству по данным градациям качества товара;
- описать методы оценки параметров качества.

Данные оформить в виде таблицы 2.7.

Таблица 2.7

Данные

Стандарт (обозначение)	Градации качества дифференцированно	Требования к качеству	Метод оценки
------------------------	-------------------------------------	-----------------------	--------------

2.3 Количественная характеристика и контроль качества товаров

Тестовое задание

Выполняется письменно тестовое задание по предложенным вопросам тем раздела 2 с возможными вариантами ответов. Необходимо указать правильные ответы

Вопросы для обсуждения (доклады, рефераты)

1. Классификация потребностей потребителей в зависимости от различных признаков.
2. Формирование требований, предъявляемых к товарам.
3. Изменение требований к товарам в зависимости от изменения потребностей потребителей.
4. Классификация требований к качеству товаров.
5. Потребительские свойства услуг.

2.4 Физико-химические свойства товаров

Цель работы: изучение физических и химических свойств товаров

Подготовка студента к занятию: усвоение теоретических вопросов по теме по списку литературных источников, а также по конспекту лекций.

Задание 1. Определите теоретическую и фактическую энергетическую ценность (калорийность):

1. 1 стакана (200 гр.) молока коровьего. Средний химический состав коровьего молока (в %): жира – 3,2; белков – 3,5; углеводов (молочного сахара) – 4,7; золы – 0,7.

2. Городской булки массой 200 г, содержащей 7,7 % белков, 2,4 % жиров и 53,4 % углеводов
3. Крупы гречневой (ядрица) (100г) (в %): белки – 12,6, жиры – 2,6, углеводы – 68.
4. Картофеля (300г) (в %): белки – 2,0, жиры – 0,1, углеводы – 19,7.
5. Яиц куриных (50г)(в %): белки – 12,7, жиры – 11,5, углеводы – 0,7.
6. Шоколадных конфет с фундуком (100г) (в %): белки -7,2, жиры – 35,0, углеводы – 54,9.
7. Макаренных изделий высшего сорта (200г) (в %): белки – 10,4, жиры – 0,9, углеводы – 75,5

Результаты представить в виде таблицы 2.8

Наименование продукта	Содержание, %			Энергетическая ценность, ккал (кДж)
	белков	жиров	углеводов	

Задание 2. Для усвоения химического состава пищевых продуктов составить таблицы по темам:

Таблица 2.9.

Минеральные вещества.

Группа по количественному содержанию	Наименование	Значение для организма	В каких продуктах содержится
--------------------------------------	--------------	------------------------	------------------------------

Таблица 2.10

Витамины

Наименование витамина	Группа растворимости	Значение для организма	В каких продуктах содержится	Суточная потребность, мг.	Изменения при кулинарной обработке
-----------------------	----------------------	------------------------	------------------------------	---------------------------	------------------------------------

Вопросы для обсуждения (доклады, рефераты)

1. Оценка качества товаров. Значение показателей для удовлетворения потребностей и создания потребительских предпочтений.
2. Химические вещества, входящие в состав продовольственных и непродовольственных товаров – вода.

3. Основные вещества продовольственных товаров – минеральные вещества.
 4. Основные вещества продовольственных товаров – углеводы
 5. Основные вещества продовольственных товаров – жиры.
 6. Основные вещества продовольственных товаров белки и ферменты.
 7. Основные вещества продовольственных товаров витамины.
 8. Химический состав непродовольственных товаров
 9. Общие физические свойства товаров
 10. Специфические физические свойства товаров и товарных партий
 11. Биологические свойства товаров
- Контрольные вопросы
1. Дайте понятие качеству товара как одной из его основополагающих характеристик.
 2. Что включают в себя требования к качеству?
 3. Показатели качества, их классификация по различным признакам.
 4. Характеристика единичных и комплексных показателей.
 5. Характеристика общих и специфичных показателей качества.
 6. Характеристика определяющих и предельных показателей качества.
 7. Рассмотрите номенклатуру потребительских свойств и разберите отдельные их группы и подгруппы.
 8. Дайте определение термина «безопасность» и разберите виды безопасности

3. Факторы, обеспечивающие формирование и сохранение качества товаров

Цель работы: изучение факторов, обеспечивающих формирование и сохранение качества товаров.

Подготовка студента к занятию: усвоение теоретических вопросов по теме по списку литературных источников, а также по конспекту лекций.

Вопросы для обсуждения (доклады, рефераты)

1. Факторы, формирующие качество продовольственных товаров (хлеб, молоко, сыр, чай и т. д.)

2. Факторы, формирующие качество непродовольственных товаров (обувь, одежда, посуда и т.д.)
3. Упаковка как фактор сохранения качества товаров (любой товар)
4. Транспортировка и условия хранения как фактор сохранения качества (любой товар)
5. Процесс товарной обработки как фактор сохранения качества (любой товар)
6. Этапы реализации и послепродажного обслуживания.

Тестовое задание

Выполняется письменно тестовое задание по предложенным вопросам темы с возможными вариантами ответов. Необходимо указать правильные ответы

4. Виды и средства информации о товаре

Цель работы: изучение маркировки и овладение умениями анализировать общие элементы информации о товарах.

Средства обучения: натуральные образцы упаковок с товарами, имеющих маркировку.

Подготовка студента к занятию: усвоение теоретических вопросов по теме по списку литературных источников, а также по конспекту лекций.

Задание 1. Анализ соответствия маркировки товаров требованиям Федерального законодательства.

Проанализировать информацию 2-3 носителей маркировки и установить соответствие обязательным требованиям Закона РФ «О защите прав потребителей», ФЗ «О техническом регулировании» и ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов». Результаты анализа занести в таблицу 3.1

Таблица 3.1

Наименование товара	Элементы информации			
	Требования закона РФ «О защите прав потребителей»	Фактическое соответствие	Требования ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов».	Фактическое соответствие
1	2	3	4	5

*Примечание: в графах 2 и 4 указывается наименование требования, а в графах 3 и 5 знаками «+» - соответствие или «-» - несоответствие требованиям.

Задание 2. Рассчитать контрольную цифру в штриховом коде.

Последняя цифра в штрих коде - контрольная и используется для правильного считывания предшествующих 12 цифр, обеспечивая тем самым надежность штрихового кода. Рассчитывается она по следующей методике:

- складываются цифры, стоящие на четных позициях кода;
- результат первого действия умножается на 3;
- складываются цифры, стоящие на нечетных позициях кода;
- складываются результаты 2-го и 3-го действий;
- определяется контрольное число, представляющее собой разность между полученной суммой и ближайшим к нему большим числом, кратным 10.

Задание 3. Установите информационные элементы маркировки, определяющие ассортиментную, качественную и количественную характеристики, в том числе – принадлежность к одной или разным товарным партиям. Результаты оформите в виде таблицы 3.2.

Таблица 3.2

Определение товароведных характеристик товаров на их маркировке

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

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ

Внеаудиторные занятия включают самостоятельное изучение основной и дополнительной литературы по курсу, изучение периодической литературы, подготовка к итоговой аттестации.

Раздел	Тема	Перечень вопросов оценочных материалов
Предмет и основные категории товароведения	1.1. Предмет, цели, задачи, принципы товароведения. История и направления развития [6.1.1; 6.1.2; 6.1.3, 6.1.4; 6.1.5]	1. Предмет товароведения - потребительская стоимость товаров. 2. Цели и задачи товароведения 3. История и направления развития товароведения
	1.2 Объекты и субъекты товароведной деятельности [6.1.1; 6.1.2; 6.1.3, 6.1.4; 6.1.5, 6.1.6]	4. Объект товароведной деятельности. Ассортиментная, качественная, количественная и стоимостная характеристика товара 5. Субъекты товароведной деятельности – товароведы, технологи, маркетологи и потребители.
	1.3 Методы товароведения. Классификация и кодирование потребительских товаров [6.1.1; 6.1.2; 6.1.3, 6.1.4; 6.1.5]	6. Методы товароведения 7. Принципы и правила классификации товаров 8. Объект и признак классификации товаров. Степень и глубина классификации.

		<p>9. Методы классификации: иерархический метод и фасетный. Преимущества и недостатки методов</p> <p>10. Основные понятия и определения: код, кодирование, система кодирования</p> <p>11. Виды кода: цифровой, буквенный, буквенно-цифровой. Алфавит кода: основание, длина, разряд, структура кода, контрольное число</p> <p>12. Цели и задачи кодирования</p> <p>13. Методы кодирования: последовательный, параллельный, порядковый, серийно-порядковый.</p> <p>14. Штриховое кодирование. Назначение. Виды информации, заложенные в штриховое кодирование</p> <p>15. Категории классификаторов: общегосударственный, отраслевые, предприятий и организаций. Общегосударственные классификаторы промышленной и сельскохозяйственной продукции</p>
--	--	---

		<p>(ОКП), предприятий и организаций (ОКПО), стандартов и ТУ (ОКСТУ).</p> <p>16. Товарная номенклатура Внешней Экономической Деятельности (ТН ВЭД): назначение, сфера применения, структура и содержание</p>
	<p>1.4 Ассортимент товаров, его виды, показатели, основы формирования и управления. [6.1.1; 6.1.2; 6.1.3, 6.1.4; 6.1.5, 6.2.1, 6.2.2, 6.2.4, 6.2.5, 6.2.6, 6.2.8, 6.2.9, 6.2.10]</p>	<p>17. Основные понятия: виды, свойства ассортимента.</p> <p>18. Подразделения ассортимента на классы, группы, разновидности и виды товаров</p> <p>19. Виды ассортимента: промышленный и торговый</p> <p>20. Назначение ассортимента. Классификационные признаки</p> <p>21. Разновидности ассортимента: простой, сложный, развернутый (детализированный), групповой (укрупненный), видовой, рациональный, оптимальный.</p> <p>22. Направления изменения ассортимента товаров: рас-</p>

Теоретические основы товароведения

		<p>ширение, сужение, насыщение, обновление, совершенствование, гармонизация.</p> <p>23. Показатели ассортимента по характеризующим свойствам: широта, полнота, структура, устойчивость, обновляемость, разнообразие ассортимента</p> <p>24. Понятие об ассортиментной политике и управлении ассортиментом товаров</p> <p>25. Факторы, влияющие на формирование ассортимента товаров</p>
Качество товаров	<p>2.1 Потребительские свойства товаров и показатели качества, номенклатура потребительских свойств. [6.1.1; 6.1.2; 6.2.1, 6.2.2, 6.2.4, 6.2.5, 6.2.6, 6.2.8, 6.2.9, 6.2.10, 6.2.11, 6.2.12, 6.2.13, 6.2.14, 6.2.15, 6.2.16, 6.2.17, 6.2.17, 6.2.18, 6.2.19, 6.2.20]</p>	<p>26. Качество товаров. Обеспечение качества.</p> <p>27. Требования потребителей к уровню качества как важнейший фактор формирования спроса</p> <p>28. Показатели качества: единичные, комплексные, интегральные, определяющие, базовые и относительные.</p> <p>29. Показатели обязательные и добровольные. Значения регламентированных, пре-</p>

		<p>дельных, номинальных показателей качества.</p> <p>30. Потребительские свойства товара, их природа</p> <p>31. Потребительские свойства товаров как совокупность химических, физических, биологических, технологических и др. свойств</p> <p>32. Потребительские свойства назначения товаров и показатели их определяющие</p> <p>33. Потребительские свойства надежности товаров и показатели их определяющие</p> <p>34. Потребительские свойства безопасности товаров и показатели их определяющие</p> <p>35. Эргономические потребительские свойства товаров и показатели их определяющие</p> <p>36. Эстетические потребительские свойства товаров, показатели их определяющие, особенности оценки</p>
--	--	---

Теоретические основы товароведения

		<p>этих показателей</p> <p>37. Экологические потребительские свойства.</p> <p>38. Виды безопасности товаров</p>
	<p>2.2 Оценка качества товаров [6.1.1; 6.1.2; 6.1.3, 6.2.1, 6.2.2, 6.2.4, 6.2.5, 6.2.6, 6.2.8, 6.2.9, 6.2.10, 6.2.11, 6.2.12, 6.2.13, 6.2.14, 6.2.15, 6.2.16, 6.2.17, 6.2.17, 6.2.18, 6.2.19, 6.2.20]</p>	<p>39. Понятие оценки качества и градации качества. Основные этапы оценки качества.</p> <p>40. Природный и товарный сорта. Принципы деления на товарные сорта. Пересортица</p> <p>41. Понятие дефекта и несоответствия товаров. Классификация дефектов</p>
	<p>2.3 Количественная характеристика и контроль качества товаров [6.1.1; 6.1.2; 6.1.3; 6.1.4; 6.2.18; 6.2.19; 6.2.20]</p>	<p>42. Определение количественных градаций товаров: понятие, общность и различия.</p> <p>43. Контроль качества. Виды контроля товаров по количеству и качеству и их характеристика</p> <p>44. Виды проб и выборок отбираемых из товарных партий. Требования, предъявляемые к ним и методы отбора.</p> <p>45. Приемочное и браковочное числа и уровень дефект-</p>

Теоретические основы товароведения

		ности. Идентификация и прослеживаемость, назначение и мероприятия по их осуществлению
	2.4 Физико-химические свойства товаров [6.1.1; 6.1.2; 6.1.3, 6.2.1, 6.2.2, 6.2.4, 6.2.5, 6.2.6, 6.2.8, 6.2.9, 6.2.10, 6.2.11, 6.2.12, 6.2.13, 6.2.14, 6.2.15, 6.2.16, 6.2.17, 6.2.17, 6.2.18, 6.2.19, 6.2.20]	46. Физико-химические свойства товаров.
Факторы, обеспечивающие формирование и сохранение качества товаров	3.1 Факторы, формирующие качество товаров. [6.1.1; 6.1.2; 6.1.3, 6.2.1, 6.2.2, 6.2.4, 6.2.5, 6.2.6, 6.2.8, 6.2.9, 6.2.10, 6.2.11, 6.2.12, 6.2.13, 6.2.14, 6.2.15, 6.2.16, 6.2.17, 6.2.17, 6.2.18, 6.2.19, 6.2.20]	47. Факторы, формирующие качество товаров.

Теоретические основы товароведения

	<p>3.2 Факторы, сохраняющие качество товаров: упаковка, хранение, предпродажная обработка, реализация, послепродажное обслуживание и потребление [6.1.1; 6.1.2; 6.1.3, 6.2.1, 6.2.2, 6.2.4, 6.2.5, 6.2.6, 6.2.8, 6.2.9, 6.2.10, 6.2.11, 6.2.12, 6.2.13, 6.2.14, 6.2.15, 6.2.16, 6.2.17, 6.2.17, 6.2.18, 6.2.19, 6.2.20]</p>	<p>48. Факторы, сохраняющие качество товаров.</p> <p>49. Влияние упаковки на формирование и сохранение потребительских свойств продукции и ее качества.</p> <p>Требования к упаковке</p> <p>50. Требования к климатическому режиму хранения товаров</p> <p>51. Классификация товаров по термическому состоянию и требования к оптимальному температурному режиму хранения товаров</p> <p>52. Требования к оптимальному влажностному режиму хранения товаров.</p> <p>53. Санитарно-гигиенический режим хранения товаров</p> <p>54. Классификация товаров по срокам годности</p> <p>55. Требования к условиям транспортировки товаров</p> <p>56. Операции по подготовке товаров к реализации и их влияние на сохранение</p>
--	---	---

		свойств товаров и его качества
Виды и средства информации о товаре	4.1. Информация о товаре: виды, формы и средства, требования к информации [6.1.1; 6.1.2; 6.1.3, 6.1.4; 6.1.5, 6.2.1, 6.2.2, 6.2.4, 6.2.5, 6.2.6, 6.2.8, 6.2.9, 6.2.10, 6.4.1, 6.4.2]	57. Назначение информации о товарах. Виды информации: основополагающая, потребительская и коммерческая, их признаки. 58. Разновидность информации: маркировочно-справочная, маркировочно-условная, эксплуатационно-сопроводительная, рекламно-справочная. 59. Формы информации: визуальные (буквенные, цифровые, изобразительные, символические), звуковые

Теоретические основы товароведения

		(аудио), аудиовизуальные. 60. Маркировка на упаковке. Виды маркировки: этикетки, ярлыки, клейма, бирки, товарные знаки
--	--	--

Для контроля освоения студентами дисциплины итоговые тестовые задания. Вопросы тестов сориентированы на знание теоретических основ товароведения. Постановка вопросов теста дается по возможности четко, ориентируя поиск правильного ответа на тест. Тесты равноценны по своей сложности. Правильность ответов на тесты требуют от студента хороших знаний как теоретического, так и практического материала учебного курса.

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

Тестовые задания к теме 1

1. Какие основные понятия применяются в курсе товароведения потребительских товаров?

- 1) предмет дисциплины;
- 2) цели курса;
- 3) продукция, товар, товароведение;
- 4) задачи товароведения;
- 5) структура предмета.

2. Как именуется материальный или нематериальный результат деятельности, предназначенный для удовлетворения реальных или потенциальных потребностей?

- 1) продукция;
- 2) товар;
- 3) предмет;
- 4) потребительная стоимость;
- 5) продукт.

3. Когда продукция становится товаром?

- 1) когда она потребляется;
- 2) когда имеет цену;
- 3) когда становится потребительной стоимостью;
- 4) когда она становится объектом купли-продажи;
- 5) когда предлагается на рынке.

4. Чем является материальная продукция, предназначенная для купли-продажи?

- 1) потребительной стоимостью;
- 2) продуктом;
- 3) объектом купли;
- 4) объектом продажи;
- 5) товаром.

5. Чем обладает товар как сложное понятие и не менее сложный материальный объект?

- 1) физическими свойствами;
- 2) определенными потребительными свойствами;
- 3) индивидуальными качествами;
- 4) материальной структурой;

5) сортностью.

6. Кто дал одно из первых определений товароведения?

- 1) Варрон;
- 2) Вавилов И.;
- 3) Колумелла;
- 4) Себициус М.;
- 5) Киттары М.

7. Кто дал определение товароведения: «Потребительные стоимости товаров составляют предмет особой дисциплины – товароведения»?

- 1) Вавилов И.;
- 2) Себициус М.;
- 3) Линней;
- 4) Маркс К.;
- 5) Бургаве.

8. В каком году зафиксировано определение: «Товароведение представляет собой естественно-научную дисциплину, предметом которой является потребительная стоимость товаров»?

- 1) 1960 г.;
- 2) 1961 г.;
- 3) 1962 г.;
- 4) 1963 г.;
- 5) 1964 г.

9. Кому принадлежит высказывание: «Есть наука со скучным названием – товароведение. Книги по товароведению можно читать как увлекательную повесть о жизневедении»?

- 1) Паустовскому К.;
- 2) Болотову А.;
- 3) Толстому Л.;
- 4) Менделееву Д.;
- 5) Пастеру Л.

10. Что является предметом товароведения?

- 1) качество товаров;
- 2) свойства товаров;
- 3) знания о товарах;
- 4) характеристика товаров;
- 5) потребительные стоимости товаров.

11. Основная цель товароведения – это:

- 1) изучение и прогнозирование спроса;
- 2) рекламно-информационная работа;
- 3) изучение основополагающих характеристик товара;
- 4) максимальное удовлетворение жизненных потребностей человека.

12. Понятия «коммерция», «коммерческий» означают:

- 1) торговлю;
- 2) любую деятельность, приносящую доход;
- 3) торговые процессы по купле-продаже товаров с целью получения прибыли.

13. В чем отличие предпринимательства от коммерции?

- 1) нет отличий;
- 2) предпринимательство представляет собой организационно-производственную деятельность;
- 3) коммерция представляет собой вид торгового предпринимательства.

14. Требования к хорошему товароведу:

- 1) честность, надежность, верность данному слову;
- 2) знание ассортимента товаров;
- 3) умение вести торги;
- 4) умение оценивать качество товаров;
- 5) работа с товарно-сопроводительными документами.

15. Наиболее важны для деятельности коммерсанта следующие профессиональные качества:

- 1) умение налаживать выгодные коммерческие связи;
- 2) наличие коммерческой инициативы, самостоятельности и предприимчивости.

16. Назовите принцип товароведения, определяемый пригодностью товаров, процессов или услуг к совместному использованию, не вызывающему нежелательных взаимодействий:

- 1) эффективность;
- 2) безопасность;
- 3) взаимозаменяемость;
- 4) интегрированность;
- 5) совместимость.

17. Назовите принцип товароведения, определяемый пригодностью одного товара, процесса или услуги для использования вместо другого товара, процесса или услуги, в целях выполнения одних и тех же требований:

- 1) эффективность;
- 2) интегрированность;
- 3) взаимозаменяемость;
- 4) сопряженность;
- 5) совместимость.

18. Назовите принцип товароведения, заключающийся в установлении определенной последовательности однородных, взаимосвязанных товаров, процессов или услуг:

- 1) систематизация;
- 2) интегрированность;
- 3) совокупность;
- 4) совместимость;
- 5) взаимозаменяемость.

19. Кто был автором первых российских учебников по товароведению?

- 1) Наумов А.М.;
- 2) Киттары М.Я.;
- 3) Ходнев А.Н.;
- 4) Бениг И.;
- 5) Петров П.П.

20. С какого года в Российских коммерческих учебных заведениях товароведение начали изучать как самостоятельную учебную дисциплину?

- 1) с 1838 г.;
- 2) с 1839 г.;
- 3) с 1840 г.;
- 4) с 1841 г.;
- 5) с 1842 г.

21. Из каких разделов состоит товароведение потребительских товаров?

- 1) общей и особенной частей;
- 2) вступительного и главного разделов;
- 3) теоретического и практического разделов;
- 4) общей части и частного товароведения;

5) вступительного, основного и заключительного разделов.

22. Рассмотрению каких основ посвящена общая часть товароведения?

- 1) практических;
- 2) теоретических;
- 3) частных;
- 4) специфических;
- 5) характерных.

23. Благодаря каким характеристикам продукция приобретает полезность для потребителей и становится товаром?

- 1) потребительским, стоимостным;
- 2) ассортиментным, качественным и количественным;
- 3) техническим, структурным;
- 4) внешним, внутренним;
- 5) функциональным, экономическим.

По теме: Классификация и кодирование товаров

1. В каком федеральном законе России дано определение термина «потребитель»?

- 1). Конституция РФ;
- 2). Гражданский кодекс РФ;
- 3). «О сертификации продукции и услуг»;
- 4). «О защите прав потребителей»;
- 5). «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

2. Сколько групп методов применяется в товароведении?

- 1). одна;
- 2). две;
- 3). три;
- 4). четыре;
- 5). пять.

3. Назовите методы, применяемые в товароведении:

- 1). технологические;
- 2). аналитические;
- 3). эмпирические;
- 4). научного познания и практической товароведной деятельности;

5). физико-химические.

4. Методы научного познания включают в себя:

- 1). эмпирические;
- 2). аналитические;
- 3). эмпирические и аналитические.

5. На каких данных базируется анализ товаров?

- 1). аналитических;
- 2). системных;
- 3). экспериментальных;
- 4). характерных;
- 5). частных.

6. Аналитические методы научного познания, применяемые в товароведении, включают:

- 1). методы систематизации;
- 2). методы научного познания;
- 3). диагностические методы;
- 4). методы систематизации и методы управления научным познанием.

7. К методам систематизации относят:

- 1). идентификацию;
- 2). обобщение;
- 3). классификацию;
- 4). все вышеперечисленное.

8. Как называется метод определения значений показателей качества продукции, осуществляемый на основе технических средств измерений?

- 1). измерительный;
- 2). технический;
- 3). эмпирический;
- 4). аналитический;
- 5). органолептический.

9. Как называется метод определения значений показателей качества с помощью органов чувств?

- 1). физический;
- 2). биологический;
- 3). диагностический;

- 4). психологический;
- 5). органолептический.

10. Как называются методы научного познания, основанные на мысленном или фактическом разложении целого на составные части?

- 1). эмпирические;
- 2). органолептические;
- 3). аналитические;
- 4). физические;
- 5). математические.

11. Назовите метод обобщения объектов по общим признакам?

1. анализ
2. диагностика,
3. систематизация
4. идентификация
5. группировка

12. Классификация – это:

- 1). подразделение множества объектов по определенным признакам;
2. подразделение множества объектов на подмножества по сходству или различию в соответствии с принятыми методами;
- 3). обобщение объектов по общим признакам;
- 4). систематизация объектов в соответствии с принятыми методами.

13. Какие товары выделяются из множества всех товаров по признаку назначения?

- 1). потребительские, промышленные и товары для управленческой деятельности;
- 2). одежда;
- 3). обувь;
- 4). ткани;
- 5). меха.

14. Различают методы классификации:

- 1). фасетный и групповой;
- 2). иерархический и последовательный;
- 3). групповой;
- 4). фасетный и иерархический.

15. Из каких элементов состоит структура кода:
- 1). букв;
 - 2). цифр;
 - 3). штрихов;
 - 4). символов;
 - 5). алфавита, основания, разряда, длины.
16. Для образования кодов используются такие алфавиты кодов, как:
- 1). цифровой;
 - 2). буквенный;
 - 3). буквенно-цифровой;
 - 4). штриховой;
 - 5). все вышеперечисленные.
17. Целью кодирования товаров является:
- 1). систематизации товаров и присвоения им кодов;
 - 2). систематизация объектов и присвоение кодов для распознавания товаров среди множества других;
 - 3). систематизация объектов путем их идентификации, ранжирования и присвоения кода, по которому можно найти и распознать любой объект среди множества других;
 - 4). для отличия объекта среди множества других.
18. Назовите систему знаков, принятых для образования кода.
- 1). буквы;
 - 2). цифры;
 - 3). штрихи;
 - 4). алфавит кода;
 - 5). символы.
19. Штриховой код является обязательным условием для:
- 1). экспорта товаров;
 - 2). для оптовой и розничной торговли.
20. Как называется образование и присвоение кода из чисел натурального ряда?
- 1). серийный метод кодирования;
 - 2). последовательный метод кодирования;
 - 3). порядковый метод кодирования;
 - 4). иерархический метод классификации;

5). фасетный метод классификации.

21. Какой метод позволяет осуществлять кодирование объектов, классифицируемых по одному или нескольким обусловленным или случайным признакам?

- 1). порядковый метод кодирования;
- 2). серийный метод кодирования;
- 3). последовательный метод кодирования;
- 4). иерархический метод классификации;
- 5). фасетный метод классификации.

22. Как называется совокупность правил и методов кодирования классификационных группировок и объектов классификации заданного множества товаров?

- 1). принцип кодирования;
- 2). структура кодирования;
- 3). метод кодирования;
- 4). система кодирования;
- 5). практика кодирования.

23. Назовите официальный документ, представляющий собой систематизированный свод наименований и кодов классификационных группировок и объектов классификации:

- 1). стандарт;
- 2). справочник;
- 3). кодекс;
- 4). прецедент;
- 5). классификатор.

24. Назовите признак, указывающий на принадлежность классификатора к определенной группировке в зависимости от уровня его утверждения и сферы применения:

- 1). принцип классификатора;
- 2). категория классификатора;
- 3). метод классификатора;
- 4). структура классификатора;
- 5). отраслевой классификатор.

25. Какие типы кодов EAN используются для кодирования товаров?

- 1). EAN – 8;
- 2). EAN – 13;

- 3). EAN – 8, 13;
- 4). ITF – 14, EAN – 13.

26. В России штриховой код изготовителю присваивает:

- 1). Госстандарт РФ;
- 2). ТПП РФ;
- 3). Внешнеэкономическая ассоциация автоматической идентификации ЮНИСКАН.

27. На сколько ступеней классификации была распределена вся продукция в классификационной части Общероссийского классификатора продукции?

- 1). на одну;
- 2). две;
- 3). три;
- 4). четыре;
- 5). пять.

28. Назовите ступени классификации, на которые была распределена вся продукция в классификационной части ОКП:

- 1). класс, подкласс, группа, подгруппа, вид;
- 2). сорт;
- 3). разряд;
- 4). степень;
- 5). раздел.

29. Как называется множество товаров, удовлетворяющих обобщенные группы потребителей?

- 1). вид товаров;
- 2). сорт товаров;
- 3). класс товаров;
- 4). группа товаров;
- 5). разряд товаров.

30. Количество признаков и ступеней классификации определяют:

- 1) высоту;
- 2) длину;
- 3) широту;
- 4) глубину;
- 5) полноту.

31. В ОКП для кодирования продукции применяется алфавит кода:

- 1). штриховой;
- 2). цифровой;
- 3). цифровой десятиразрядный;
- 4). буквенный.

По теме: «Ассортимент товаров»

1. Ассортимент товаров – это:

- 1) набор товаров, формируемый по определенным признакам и удовлетворяющий разнообразные, аналогичные и индивидуальные потребности;
- 2) набор товаров, формируемый по определенным признакам и удовлетворяющий аналогичные потребности;
- 3) набор товаров, объединенных по какому-либо одному или совокупности признаков;
- 4) набор товаров, сгруппированный по определенным признакам.

2. Ассортимент товаров по местонахождению бывает:

- 1) промышленный;
- 2) оптовый;
- 3) розничный;
- 4) промышленный и торговый.

3. Специфическая особенность ассортимента, проявляющаяся при его формировании – это:

- 1) .свойство ассортимента;
- 2) показатель ассортимента.

4. К чему принято относить в товароведении сорта, как градации качества товаров одного вида и наименования?

- 1) к сортаменту;
- 2) к ассортименту;
- 3) к наименованию;
- 4) к виду;
- 5) к номенклатуре.

5. Количество видов, разновидностей и наименований товаров однородных и разнородных характеризуют такое свойство ассортимента, как:

- 1) полнота;

- 2) широта;
 - 3) структура.
6. Широта ассортимента характеризуется показателями:
- 1) абсолютной широтой;
 - 2) коэффициентом полноты;
 - 3) базовой широтой, действительной широтой и коэффициентом широты;
 - 4) коэффициентом новизны;
 - 5) коэффициентом устойчивости.
7. Полнота ассортимента характеризуется показателями:
- 1) коэффициентом наполняемости;
 - 2) коэффициентом насыщенности;
 - 3) базисной полнотой;
 - 4) базовой полнотой, действительной полнотой и коэффициентом полноты;
 - 5) абсолютной полнотой.
8. Устойчивость ассортимента характеризуется показателями:
- 1) действительной устойчивости;
 - 2) показателям устойчивости;
 - 3) коэффициентом устойчивости;
 - 4) коэффициентом неравномерности.
9. Новизна (обновление) ассортимента характеризуется следующими показателями:
- 1) коэффициентом обновления;
 - 2) показателем ассортиментного минимума;
 - 3) показателем новизны;
 - 4) показателем действительной новизны.
10. Управление ассортиментом – это:
- 1). деятельность, направленная на достижение требований рациональности ассортимента;
 - 2). деятельность, направленная на достижение требований оптимальности ассортимента;
 - 3). деятельность, направленная на достижение требований гармонизации ассортимента;
 - 4). деятельность, направленная на удовлетворение потребительского спроса.

11. Ассортиментная политика – это:
 - 1). цели, задачи и основные направления формирования ассортимента, определяемые руководством организации;
 - 2). формирование реального и (или) прогнозируемого ассортимента, максимально приближающегося к рациональному;
 - 3). формирование ассортимента для удовлетворения разнообразных потребителей.

12. Направления в области формирования ассортимента включают в себя:
 - 1). гармонизация;
 - 2). сокращение;
 - 3). расширение;
 - 4). стабилизация;
 - 5). совершенствование;
 - 6). все вышеназванные направления.

13. Как могут быть охарактеризованы потребители товаров устойчивого ассортимента?
 - 1). постоянные потребители;
 - 2). устойчивый сегмент рынка;
 - 3). «консерваторы во вкусах и привычках»;
 - 4). потребители с постоянными предпочтениями;
 - 5). надежные покупатели.

14. Как называется набор товаров, формируемый организацией торговли или общественного питания с учетом ее специализации, потребительского спроса и материально-технической базы?
 - 1). сортамент;
 - 2). номенклатура;
 - 3). перечень товаров;
 - 4). смешанный ассортимент;
 - 5). торговый ассортимент.

15. Назовите свойство набора товаров разных групп, характеризующее степень их близости по обеспечению рационального товародвижения, реализации или использования:
 - 1). гармоничность ассортимента;
 - 2). оптимальность ассортимента;
 - 3). реальность ассортимента;
 - 4). рациональность ассортимента;
 - 5). качественность ассортимента.

16. Как называется перечень однородных и разнородных товаров общего или аналогичного назначения?

- 1). сортамент;
- 2). ассортимент;
- 3). наименование;
- 4). товарная номенклатура;
- 5). тип товаров.

17. Как называется набор товаров, который включает значительное количество подгрупп, видов, разновидностей, наименований, относящихся к группе однородных, но отличающихся индивидуальными признаками?

- 1) Простой ассортимент
- 2) Групповой ассортимент
- 3) Развернутый ассортимент
- 4) Сложный ассортимент
- 5) Сопутствующий ассортимент

18. Как называется способность набора товаров однородной группы удовлетворять одинаковые потребности?

- 1). полнота ассортимента;
- 2). реальный ассортимент;
- 3). широта ассортимента;
- 4). удовлетворительный ассортимент;
- 5). действительный ассортимент.

19. Как называется минимально допустимое количество видов товаров повседневного спроса, определяющих профиль розничной торговли организации?

- 1). ассортимент;
- 2). ассортиментный минимум (перечень);
- 3). товары повседневного спроса;
- 4). реальный рациональный ассортимент;
- 5). структура ассортимента.

20. Какой ассортимент товаров отличается наибольшей гармоничностью?

- 1). смешанный;
- 2). качественный;
- 3). групповой;
- 4). реальный;
- 5). оптимальный.

21. Какую сторону ассортимента товаров торговой организации характеризуют рациональный и оптимальный ассортимент

- 1) количественную
- 2) качественную
- 3) внутреннюю
- 4) внешнюю

22. Как определяется способность набора товаров наиболее полно удовлетворять реально обоснованные потребности разных сегментов потребителей?

- 1). реальный ассортимент;
- 2). ассортиментный минимум;
- 3). оптимальный минимум;
- 4). ассортиментный перечень;
- 5). рациональность ассортимента.

23. Назовите одно из направлений ассортиментной политики организации, проводимой в условиях насыщенного рынка:

- 1). насыщение;
- 2). новизна;
- 3). обновление;
- 4). устойчивость;
- 5). рациональность.

24. Назовите классификацию ассортимента потребительских товаров:

- 1). классы;
- 2). группы, подгруппы, виды, разновидности;
- 3). сорта;
- 4). типы;
- 5). ряды.

25. Как следует определить способность набора товаров удовлетворять спрос на одни и те же товары?

- 1). полнота ассортимента;
- 2). реальный ассортимент;
- 3). удовлетворительный ассортимент;
- 4). широта ассортимента;
- 5). устойчивый ассортимент.

26. Удельная доля каждого вида или наименования товара в общем наборе – это:

- 1). ассортимент;
- 2). ассортиментный минимум (перечень);
- 3). товары повседневного спроса;
- 4). реальный рациональный ассортимент;
- 5). структура ассортимента.

27. Как называется деятельность по составлению набора товаров (различных групп, видов, размеров, фасонов и др.), направленная на более полное удовлетворение реальных потребностей?

- 1) управление ассортиментом
- 2) формирование ассортимента
- 3) ассортиментная концепция
- 4) ассортиментная политика
- 5) формирование товарных запасов

28. Если структура ассортимента в наибольшей степени соответствует спросу потребителей, то она:

- 1). гармоничная;
- 2). оптимальная;
- 3). реальная;
- 4). рациональная;
- 5). качественная.

29. Как называется количество видов, разновидностей и наименований товаров однородных и разнородных групп?

- 1). реальный ассортимент;
- 2). широта ассортимента;
- 3). ассортимент видов товаров;
- 4). ассортимент разновидностей товаров;
- 5). суммарное количество товаров.

30. Чем определяется промышленный ассортимент?

- 1) потребностями населения
- 2) спросом потребителей
- 3) заказами торговли
- 4) сырьевыми и производственными возможностями
- 5) всем перечисленным

Теоретические основы товароведения

31. Назовите общие факторы формирования ассортимента:

- 1) спрос и рентабельность
- 2) демографические особенности
- 3) специализация торговых предприятий
- 4) социокультурные особенности субъектов рынка

32. Система взглядов и комплекс мер по управлению ассортиментом товаров на всех уровнях в интересах субъектов рынка и государства в целом – это:

- 1) управление ассортиментом
- 2) формирование ассортимента
- 3) ассортиментная концепция
- 4) ассортиментная политика
- 5) формирование товарных запасов

по теме: «Качество товаров»

1. Назовите одну из основополагающих характеристик товара, оказывающих решающее влияние на создание потребительских предпочтений и формирование конкурентоспособности:

- 1). качество;
- 2). потребительские свойства;
- 3). свойство;
- 4). назначение;
- 5). надежность.

2. Что означает объективная способность товара (или продукции), проявляющаяся при ее создании, оценке, хранении и потреблении (эксплуатации)?

- 1). качество;
- 2). потребительские характеристики;
- 3). назначение;
- 4). свойство;
- 5). надежность.

3. Назовите показатели, предназначенные для выражения простых свойств товаров:

- 1). комплексные показатели;
- 2). единичные показатели;
- 3). простые показатели;
- 4). сложные показатели;
- 5). качественные показатели.

4. Назовите показатели, принятые за основу при сравнительной характеристике показателей качества:

- 1). количественные показатели;
- 2). единичные показатели;
- 3). показатели качества;
- 4). оптимальные показатели;
- 5). базовые показатели.

5. Какие показатели имеют решающее значение при оценке качества товаров?

- 1). базовые;
- 2). качественные;
- 3). определяющие;
- 4). потребительские;
- 5). комплексные.

6. Относительная характеристика, определяемая путем сопоставления действительных значений показателей с базовыми значениями тех же показателей – это:

- 1). уровень конкурентоспособности
- 2). уровень качества товара
- 3). сравнительная характеристика
- 4). оценка качества товара

7. Показатель качества, превышение или снижение которого регламентируется как несоответствие действующему нормативному документу – это:

- 1). оптимальное значение показателя
- 2). действительное значение показателя
- 3). регламентированное значение показателя
- 4). предельное значение
- 5). допускаемые отклонения

8. Как называется способность товаров удовлетворять физиологические и социальные потребности, а также потребности в их систематизации?

- 1). функциональное назначение;
- 2). социальное назначение;
- 3). классификационное назначение;
- 4). назначение товара;
- 5). универсальное назначение.

9. Как называется способность товаров удовлетворять социальные потребности?

- 1). свойства функционального назначения;
- 2). свойства социального назначения;
- 3). свойства классификационного назначения;
- 4). свойства утилитарного назначения;
- 5). свойства потребительского назначения.

10. Совокупность свойств, удовлетворяющих потребности или ожидания индивидуальных потребителей – это:

- 1). технологические свойства
- 2). качество
- 3). потребительские свойства
- 4). Назначение

11. Как называется предельная возможность эксплуатации товаров, зафиксированная в нормативных документах?

- 1). ресурс;
- 2). гарантия;
- 3). пригодность;
- 4). безотказность;
- 5). срок эксплуатации.

12. Назовите способность товаров восстанавливать свои исходные свойства, в первую очередь функциональное назначение, после устранения выявленных дефектов:

- 1). ресурс;
- 2). безотказность;
- 3). долговечность;
- 4). сохраняемость;
- 5). ремонтпригодность.

13. Назовите способность товара поддерживать исходные количественные и качественные характеристики без значительных потерь в течение определенного срока:

- 1). ресурс;
- 2). прочность;
- 3). сохраняемость;
- 4). долговечность;
- 5). качество.

14. Назовите способность товаров создавать ощущения удобства, комфортности, наиболее полного удовлетворения потребностей в соответствии с антропометрическими, психолого-физическими характеристиками потребителя:

- 1). эргономические свойства;
- 2). потребительские свойства;
- 3). эксплуатационные свойства;
- 4). антропометрические свойства;
- 5). психолого-физиологические свойства.

15. Назовите способность товаров при потреблении (эксплуатации) соответствовать в наибольшей степени измеряемым характеристикам потребителя:

- 1). комфортность товара;
- 2). удобство при потреблении;
- 3). потребительские свойства;
- 4). эксплуатационные характеристики;
- 5). антропометрические свойства.

16. Назовите способность товаров выражать общественные ценности и удовлетворять эстетические потребности человека:

- 1). эстетика товара;
- 2). эксплуатационные характеристики;
- 3). эстетические свойства;
- 4). выразительность и совершенство товара;
- 5). потребительские свойства.

17. Назовите способность формы вызывать определенные чувства у человека, создавать ему нужное настроение, выявлять назначение изделий, отражать национальные особенности и характерные черты продукции данного предприятия

- 1). оригинальность
- 2). мода
- 3). дизайн.
- 4). знаковость.
- 5). стиль.

18. Назовите способность товаров комплексно удовлетворять эстетические, эргономические, социальные и иные потребности за счет их художественного конструирования

- 1). оригинальность
- 2). мода

- 3). дизайн.
- 4). знаковость.
- 5). стиль.

19. Назовите способность товаров удовлетворять социальные и эстетические потребности с помощью совокупности показателей внешнего вида, конструктивных особенностей и деталей, которые определяются общим для конкретного сегмента потребителей мироощущением.

- 1). оригинальность
- 2). мода
- 3). дизайн.
- 4). знаковость.
- 5). стиль.

20. Как называется способность товаров не оказывать вредного воздействия на окружающую среду при их эксплуатации или потреблении?

- 1). безопасность;
- 2). полезность;
- 3). экологически чистый продукт;
- 4). экологические свойства;
- 5). безопасные потребительские свойства.

21. Назовите важнейшее свойство качества, которым должны обладать все потребительские товары:

- 1). эргономические
- 2). экологические
- 3). безопасность
- 4). надежность
- 5). Назначение

22. Комплексные требования к безопасности называются:

- 1). технические условия
- 2). государственный стандарт
- 3). санитарные нормы
- 4). санитарно-эпидемиологические
- 5). технический регламент

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ И ПРОГРАММНО-ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Ссылка	Автор	Название	Издательство	Год издания	Вид издания	Кол-во в библиотеке	Адрес электронного ресурса	Вид доступа
1	2	3	4	5	6	7	8	9
6.1 Основная литература								
6.1.1	Зонова Л. Н., Михайлова Л. В., Власова Е. Н.	Теоретические основы товароведения и экспертизы	М.: Дашков и К°	2015	Учебное пособие		http://biblioclub.ru	С любой точки доступа для авторизованных пользователей

Теоретические основы товароведения

6.1.2	Калачев С.Л.	Теоретические основы товароведения и экспертизы	М. Юрайт	: 2012	учебник для бакалавров	5		С любой точки доступа для авторизованных пользователей
6.1.3	Петрище Ф.А.	Теоретические основы товароведения и экспертизы.	М.:Дашков и К ^о	2012	Учебник для бакалавров		http://biblioclub.ru	С любой точки доступа для авторизованных пользователей
6.1.4	Райкова Е.Ю.	Теоретические основы товароведения и экспертизы.	М.:Дашков и К ^о	2012	Учебник		http://biblioclub.ru	С любой точки доступа для авторизованных пользователей

Теоретические основы товароведения

6.1.5	Теплов В.И.	Коммерческое товароведение	М.: Дашков и К ^о	2012	Учебник		http://biblioclub.ru	С любой точки доступа для авторизованных пользователей
6.1.6		Товароведение, экспертиза и стандартизация	М.: Дашков и К ^о	2015	Учебник		http://biblioclub.ru	С любой точки доступа для авторизованных пользователей
6.2 Дополнительная литература								
6.2.1	Балаева С. И.	Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров.	М.: Дашков и К ^о	2012	Учебное пособие		http://biblioclub.ru	С любой точки доступа для авторизованных пользователей

Теоретические основы товароведения

6.2.2	Березина В. В.	Товароведение и экспертиза качества плодовоощных товаров и грибов	М.: Дашков и К°	2015	Практикум		http://biblioclub.ru	С любой точки доступа для авторизованных пользователей
6.2.3	Беспалова Г. Е., Магомедов Ш. Ш..	Управление качеством продукции	М.: Дашков и К°	2012	Учебник		http://biblioclub.ru	С любой точки доступа для авторизованных пользователей
6.2.4	Вилкова С. А., Михайлова Л. В., Власова Е. Н..	Товароведение и экспертиза хозяйственных товаров	М.: Дашков и К°	2015	Учебное пособие		http://biblioclub.ru	С любой точки доступа для авторизованных пользователей

Теоретические основы товароведения

6.2.5	Елисеева Л. Г., Иванова Т. Н., Евдокимова О. В	Товароведение и экспертиза продуктов переработки плодов и овощей	М.: Дашков и К°	2016	Учебник		http://biblioclub.ru	С любой точки доступа для авторизованных пользователей
6.2.6	Кажаева О. И., Манихина Л. А.	Товароведение и экспертиза продовольственных товаров	Оренбург: ОГУ	2014	Учебное пособие		http://biblioclub.ru www.iprbo-okshop.ru	С любой точки доступа для авторизованных пользователей
6.2.7	Кажаева О. И.	Деловые игры и задачи по товароведению и экспертизе продовольственных товаров	Оренбург: ОГУ	2015	Учебное пособие		http://biblioclub.ru www.iprbo-okshop.ru	С любой точки доступа для авторизованных пользователей

Теоретические основы товароведения

6.2.8	Калачев С. Л.	Товароведение и экспертиза транспортных средств личного пользования	М.: Дашков и К ^о	2012	Учебник		http://biblioclub.ru	С любой точки доступа для авторизованных пользователей
6.2.9	Калиева О. М., Кащенко Е. Г., Марченко В. Н.	Товароведение меховых товаров	Оренбург: ОГУ	2012	Учебное пособие		http://biblioclub.ru www.iprbookshop.ru	С любой точки доступа для авторизованных пользователей
6.2.10	Касторных М. С., Кузьмина В. А., Пучкова Ю. С.	Товароведение и экспертиза пищевых жиров, молока и молочных продуктов	М.: Дашков и К ^о	2014	Учебник		http://biblioclub.ru	С любой точки доступа для авторизованных пользователей

Теоретические основы товароведения

6.2.11	Кащенко, Е.Г.	Товароведение однородных групп. Трикотажные товары	Оренбург: ОГУ	2015	Учебное пособие		http://biblioclub.ru www.iprbo-okshop.ru	С любой точки доступа для авторизованных пользователей
6.2.12	Под ред. В.И. Криштанович	Товароведение и экспертиза продовольственных товаров.	М.: Дашков и К ^о	2012	Учебное пособие	-	www.iprbo-okshop.ru	С любой точки доступа для авторизованных пользователей
6.2.13	Колобов С. В., Памбучиянц О. В.	Товароведение и экспертиза плодов и овощей	М.: Дашков и К ^о	2014	Учебное пособие		http://biblioclub.ru	С любой точки доступа для авторизованных пользователей

Теоретические основы товароведения

6.2.14		Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров	М.: Дашков и К ^о	2015	Словарь-справочник		http://biblioclub.ru	С любой точки доступа для авторизованных пользователей
6.2.15		Товароведение и экспертиза продовольственных и непродовольственных товаров	М.: Студенческая наука	2012.	Сборник студенческих научных работ		http://biblioclub.ru	С любой точки доступа для авторизованных пользователей
6.2.16	Под ред В.Е. Сыцко	Товароведение непродовольственных товаров		2014			www.iprbookshop.ru	С любой точки доступа для авторизованных пользователей

Теоретические основы товароведения

6.2.17		Товароведение однородных групп непродовольственных товаров	М.: Дашков и К ^о	2017	Учебное пособие		http://biblioclub.ru	С любой точки доступа для авторизованных пользователей
6.2.18		Товароведение однородных групп продовольственных товаров	М.: Дашков и К ^о	2014	Учебное пособие		http://biblioclub.ru	С любой точки доступа для авторизованных пользователей
6.2.19	Трухина, Т.П.	Товароведение продовольственных товаров		2015	Учебник		www.iprbookshop.ru	С любой точки доступа для авторизованных пользователей

Теоретические основы товароведения

6.2.20	Ходыкин А.П. и др.	Товароведение непродовольственных товаров:	М.: Дашков и К°	2012	Учебник		www.iprbookshop.ru	С любой точки доступа для авторизованных пользователей
6.3 Программно-информационное обеспечение, ЭБС (в том числе электронные ресурсы свободного доступа)								

Теоретические основы товароведения

6.3.1		«О техническом регулировании» от 27.12.02 № 184 – ФЗ (с изм. и доп.). «Об обеспечении единства измерений» от 27.04.93 № 4871 -1 «О защите прав потребителей» от 9.01.1996 № 2-ФЗ (с изм. и доп.).			Закон РФ Закон РФ Закон РФ	www.garant.ru; www.consultant.ru	Свободный доступ
6.3.2		Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов	ФБГОУ ВО «Госуниверситет — УНПК»	2014 2015 2016	период	http://elibrary.ru	свободный доступ

Теоретические основы товароведения

6.3.3		Технологии и товароведение сельскохозяйственной продукции	ФБГОУ ВО «Воронежский гос. аграрный ун-т»	2014 2015 2016	период		http://elibrary.ru	свободный доступ
6.3.4		Вестник международного института экономики и лингвистики ИГУ. Серия: Товароведение и экспертиза товаров		2014 2015 2016	период		http://elibrary.ru	свободный доступ

Теоретические основы товароведения

6.3.5		ГОСТ, ГОСТ Р, ТУ, Сан-Пин и др.			Нормативные и технические документы на конкретные виды продукции		http://www.infosait.ru/	Свободный доступ
-------	--	---------------------------------	--	--	--	--	---	------------------