

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

ПМ.01 Управление ассортиментом товаров

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

Базовая подготовка
Форма обучения: очная

Владивосток 2023

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.01 Управление ассортиментом товаров разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования программы подготовки специалистов среднего звена специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров, утвержденного приказом Минобрнауки России от 28 июля 2014 г., №835.

Разработчик(и): С.К Худякова, преподаватель,
Л.Ф. Степулёва, преподаватель,
И.Г. Драгилев, преподаватель

Рассмотрено и одобрено на заседании цикловой методической комиссии

Протокол № 9 от «05» мая 2023 г.

Председатель ЦМК  А.В.Павелко
подпись

Согласована:

Ведущий государственный эксперт ФБУ
«Приморская лаборатория судебной экспертизы
Министерства юстиции РФ»



Е.Н.Андрианова/

(подпись, печать)

Содержание

1	Общие сведения	—
2	Результаты освоения профессионального модуля	—
3	Структура и содержание профессионального модуля	—
4	Условия реализации программы модуля	—
5	Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)	—

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ ПМ.01 УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ ТОВАРОВ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее программа ПМ) - является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров.

Рабочая программа составляется для очной формы обучения.

1.2. Требования к результатам освоения модуля:

Базовая часть

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

- **иметь практический опыт:** анализа ассортиментной политики торговой организации; выявления потребности в товаре (спроса); участия в работе с поставщиками и потребителями; приемки товаров по количеству и качеству; размещения товаров; контроля условий и сроков транспортировки и хранения товаров; обеспечения товародвижения в складах и магазинах; эксплуатации основных видов торгово-технологического оборудования; участия в проведении инвентаризации товаров;

- **уметь:** распознавать товары по ассортиментной принадлежности; формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах; применять средства и методы маркетинга для формирования спроса и стимулирования сбыта; рассчитывать показатели ассортимента; оформлять договоры с контрагентами; контролировать их выполнение, в том числе поступление товаров в согласованном ассортименте по срокам, качеству, количеству; предъявлять претензии за невыполнение контрагентами договорных обязательств; готовить ответы на претензии покупателей; производить закупку и реализацию товаров; учитывать факторы, влияющие на ассортимент и качество при организации товародвижения; соблюдать условия и сроки хранения товаров; рассчитывать товарные потери; планировать меры по ускорению оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь; соблюдать санитарно-эпидемиологические требования к торговым организациям и их персоналу, товарам, окружающей среде; соблюдать требования техники безопасности и охраны труда;

- **знать:** ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства; товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели; виды, назначение, структуру договоров с поставщиками и потребителями; технологические процессы товародвижения; формы документального сопровождения товародвижения; правила приемки товаров; способы размещения товаров на складах и в магазинах; условия и сроки транспортирования и хранения товаров однородных групп; основные мероприятия по предупреждению повреждения и порчи товаров; классификацию торгово-технологического оборудования, его назначение и устройство; требования к условиям и правила эксплуатации торгово-технологического оборудования; нормативно-правовое обеспечение санитарно-эпидемиологического благополучия (санитарные нормы и правила); законы и иные нормативные правовые акты, содержащие государственные нормативные требования охраны труда, распространяющиеся на деятельность организации; обязанности работников в области охраны труда; причины возникновения и профилактики производственного травматизма; фактические или потенциальные последствия собственной деятельности (или бездействия) и их влияние на уровень безопасности труда; возможные последствия несоблюдения технологических процессов и производственных инструкций подчиненными работниками (персоналом).

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности: Управление ассортиментом товаров, в том числе

профессиональными компетенциями (ПК), указанными в ФГОС по специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров:

Код	Наименование результата обучения
ПК 1.1.	Выявлять потребность в товарах.
ПК 1.2.	Осуществлять связи с поставщиками и потребителями продукции.
ПК 1.3.	Управлять товарными запасами и потоками.
ПК 1.4.	Оформлять документацию на поставку и реализацию товаров.

Вариативная часть – 290 часов:

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

- иметь практический опыт: анализа ассортиментной политики торговой организации с использованием различных методов (опрос, анкетирование, ABC-XYZ-анализ); выявления потребности товарных запасов; эксплуатации основных видов торгово-технологического оборудования;

- уметь: применять программные продукты 1С Предприятие, 1С Склад, 1С Торговля; распознавать товары по ассортиментной принадлежности; формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах; оформлять договоры с контрагентами; контролировать их выполнение, в том числе поступление товаров в согласованном ассортименте по срокам, качеству, количеству; предъявлять претензии за невыполнение контрагентами договорных обязательств; готовить ответы на претензии покупателей; соблюдать условия и сроки хранения товаров; соблюдать санитарно-эпидемиологические требования к торговым организациям и их персоналу, товарам, окружающей среде; соблюдать требования техники безопасности и охраны труда;

В процессе освоения ПМ у студенты должны сформировать общие компетенции (ОК):

Код	Наименование результата обучения
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями, руководством, потребителями.

ОК 7.	Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчинённых), результат выполнения заданий.
ОК 8.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9.	Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля

Вид учебной деятельности	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	517
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	340
Учебная практика	36
Производственная практика	72
Самостоятельная работа студента (всего)	135
в том числе:	
курсовая работа (проект)	28
Итоговая аттестация в форме: МДК.01.01, МДК.01.02, МДК 01.03, МДК 01.04 Учебная практика, производственная практика ПМ.01	диф. зачет диф. зачет Экзамен (квалификационный)

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ УПРАВЛЕНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКИМИ ПРОЦЕССАМИ В ЗАКУПКАХ, ПРОИЗВОДСТВЕ И РАСПРЕДЕЛЕНИИ

2.1. Тематический план профессионального модуля для ПШССЗ

Коды профессиональных компетенций	Наименование разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)				Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося		Самостоятельная работа обучающегося		Учебная практика	Производственная, (часов)
			Всего часов	В т. ч. лабораторные работы и практические занятия, (часов)	Всего часов	В т. ч. курсовая работа (проект), (часов)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4	Раздел 1. МДК 01.01 Основы управления ассортиментом товаров	227	150	61	77	28	36	72
ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4	Раздел 2. МДК 01.02 Товароведение продовольственных товаров	94	60	30	34			
ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4	Раздел 3. МДК 01.03 Товароведение непродовольственных товаров	100	70	42	30			
ПК 1.1; ПК 1.2; ПК 1.3; ПК 1.4	Раздел 4. МДК 01.04 Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда	96	60	30	36			
	Учебная практика	36					36	
	Производственная (по профилю специальности) часов	72						72
ВСЕГО:		625	340	163	177	28	36	72

2.2. Содержание обучения по профессиональному модулю

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения
ПМ 01 Управление ассортиментом товаров		340	
Раздел 1. МДК 01.01 Основы управления ассортиментом товаров		150	
Тема 1.1 Цели, задачи, предмет и структура учебной дисциплины	Содержание	2	2
	1 Основные понятия в области управления ассортиментом товаров.	1	
	2 Принципы управления ассортиментом товаров: безопасность, эффективность, совместимость, взаимозаменяемость, систематизация и соответствия.	1	
	Практические занятия	2	
	1. Изучение принципов управления ассортиментом товаров на примере конкретного предприятия	2	
Тема 1.2 Потребности и спрос	Содержание	4	2
	1 Виды потребностей	1	
	2 Спрос. Факторы, влияющие на спрос. Формы проявления спроса	1	
	3 Методы изучения и прогнозирования спроса	2	
	Практические занятия	4	
	1. Исследование предпочтений потребителей методом анкетирования, на примере конкретного товара	4	
Тема 1.3 Товарная политика розничного торгового предприятия	Содержание	4	2
	1 Понятие и сущность товарной политики	1	
	2 Составляющие товарной политики предприятия	1	
	3 Методы исследования товарной политики торгового предприятия	2	
	Практические занятия	2	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения
	1. Изучение внутренних и внешних факторов, влияющих на товарную политику конкретного предприятия	2	
Тема 1.4 Жизненный цикл товара	Содержание	10	2
	1 Понятие товара. Характеристики. Классификация	2	
	2 Концепция жизненного цикла товара	2	
	3 Этапы жизненного цикла товара	2	
	4 Методы исследования жизненного цикла товара. Кривые ЖЦТ	2	
	5 Товарный знак. Правовое обеспечение товарных знаков	2	
	Практические занятия	4	
	1. Определение жизненного цикла товаров 2. Изучение ГК РФ часть 4 (Товарные знаки и знаки обслуживания)	2 2	
Тема 1.5 Стратегия и ассортиментная политика торгового предприятия	Содержание	8	2
	1. Этапы формирования ассортимента в торговом предприятии.	2	
	2. Стратегия и тактика управления ассортиментом.	2	
	3 Свойства и показатели ассортимента	2	
	4. Ассортиментная политика торгового предприятия.	2	
	5 Ценовая политика торгового предприятия	2	
	6 Методы исследования ассортиментной политики	2	
	Практические занятия	14	
	1. Построение структуры ассортимента торгового предприятия	2	
	2. Расчет показателей ассортимента	2	
	3. Разработка положения об ассортиментной политике торгового предприятия.	2	
	4. ABC-анализ. Диаграмма Парето	2	
	5. XYZ-анализ	2	
6. Совмещенный ABC-XYZ-анализ	2		
7. Построение матрицы БКГ	2		
Тема 1.6 Понятие категорийного менеджмента	Содержание	4	2
	1 Введение в категорийный менеджмент Особенности внедрения категорийного	2	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа		Объем часов	Уровень освоения
		менеджмента.		
	2	Специфика процесса управления в категорийном менеджменте.	1	
	3	Необходимые изменения в организационной структуре торгового предприятия при внедрении категорийного менеджмента.	1	
	Практические занятия		2	
	1. Сравнительный анализ структуры ассортимента торгового предприятия в условиях внедрения категорийного менеджмента		2	
Тема 1.7 Методология категорийного ассортимента	Содержание		10	2
	1	Выделение категорий в товарном ассортименте. Структурирование ассортимента.	2	
	2	Формирование категорий в ассортименте. Определение структуры ассортимента.	2	
	3	Балансировка ассортимента по широте. Балансировка ассортимента по глубине.	2	
	4	Корректировка цен на товары внутри категории.	2	
	5	Распределение торговых площадей между категориями.	2	
	Практические занятия		6	
	1. Выделение категорий в товарном ассортименте. Составление товарного классификатора 2. Исследование ценовой политики внутри категории 3. Проведение анализа товарной категории, оценка эффективности товарной категории		2 2 2	
Тема 1.8 Организация хозяйственных связей	Содержание		8	2
	1	Сущность и порядок регулирования хозяйственных связей.	4	
	2	Договорная работа в коммерческой деятельности.	2	
	3	Порядок заключения и исполнения договоров	2	
	Практические занятия		6	
	1. Изучение видов договоров, применяемых в коммерческой деятельности 2. Составление проекта договора и спецификации. 3. Организация контроля за ходом поставки и расчет штрафных санкций.		2 2 2	
Тема 1.9 Закупка и поставка товаров	Содержание		12	2
	1	Понятие технологии закупки и поставки товаров.	2	
	2	Характеристика этапов закупочной работы.	2	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа		Объем часов	Уровень освоения
	3	Главные этапы выбора поставщика.	4	
	4	Принципы закупки и поставки, их организация.	2	
	5	Документальное оформление и учет закупок и поставки товаров.	2	
	Практические занятия		6	
	1. Технология документального оформления закупок. 2. Обоснование выбора поставщика.		2 4	
Тема 1.10 Технологический процесс товародвижения	Содержание		10	2
	1	Основы построения процесса товародвижения.	2	
	2	Организация и технология операций по поступлению и отпуску товаров.	2	
	3	Организация и технология товароснабжения розничных торговых предприятий.	2	
	4	Экономико-математические методы управления процессами товародвижения и товароснабжения.	4	
	Практические занятия		12	
	1. Решение профессиональных задач по оформлению результатов приемки по количеству и качеству.		2	
	2. Изучение технологии хранения товаров		2	
	4. Расчет товарных потерь при хранении товаров		2	
	5. Документальное оформление операций по отпуску товаров		4	
6. Учет товаров и тары		2		
Тема 1.11 Формирование и планирование товарных запасов	Содержание		7	2
	1	Понятие товарных запасов, их роль при формировании ассортимента в торговле.	1	
	2	Показатели, характеризующие товарные запасы.	2	
	3	Управление и регулирование товарных запасов.	2	
	4	Порядок формирования, регулирования и контроля ассортимента товаров и товарных запасов в магазине.	2	
	Практические занятия		5	
	1. Изучение методов учета и анализа товарных запасов		2	
2. Расчет показателей, характеризующих товарные запасы		2		

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения
	3. Оптимизация объемов запасов и наличности	1	
Тема 1.12 Результаты оценки управления ассортиментом товаров	Содержание	4	2
	1. Основные экономические показатели оценки результатов управления товарными запасами.	4	
	Практические занятия	4	
	1. Расчет точки безубыточности при закупке и продаже товаров.	4	
Курсовая работа МДК 01.01		28	
Примерная тематика курсовых работ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Особенности формирования ассортимента конкретной группы товаров на предприятиях розничной (оптовой) торговли. 2. Формирование и анализ типов потребителей (на примере конкретного предприятия). 3. Формирование категорий и определение структуры ассортимента товаров на примере розничного (оптового) торгового предприятия. 4. Исследование товарной политики на примере конкретного предприятия. 5. Исследование ассортиментной политики на примере розничного (оптового) торгового предприятия. 6. Исследование ассортимента конкретной группы товаров на примере розничного (оптового) торгового предприятия. 7. Исследование ассортимента товаров методом ABC- XYZ – анализа на примере розничного (оптового) торгового предприятия. 8. Исследование методов снижения товарных потерь на примере конкретной группы товаров. 9. Управление товарным ассортиментом на предприятии розничной (оптовой) торговли. 10. Маркетинговые исследования выявления потребительских предпочтений (на примере конкретной группы товаров). 11. Исследование особенностей ценообразования на примере розничного (оптового) торгового предприятия. 12. Исследование организации закупок товаров в розничной (оптовой) торговой сети. 		

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения
	<p>13. Анализ торговых операций на примере предприятий розничной (оптовой) торговой сети.</p> <p>14. Исследование влияния элементов внешней и внутренней среды на формирование ассортимента предприятия розничной (оптовой) торговли.</p> <p>15. Исследование особенностей процесса управления в категорийном менеджменте на примере розничного (оптового) торгового предприятия.</p> <p>16. Исследование методов стимулирования продаж на примере розничного (оптового) торгового предприятия.</p> <p>17. Исследование конкурентной среды на примере розничного (оптового) торгового предприятия.</p> <p>18. Исследование покупательского поведения на примере розничного (оптового) торгового предприятия.</p>		
Самостоятельная работа	<p>Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем).</p> <p>Проанализировать ассортимент действующего магазина.</p> <p>Ознакомиться с ассортиментным перечнем товаров в магазинах различных типов.</p> <p>Составить схему классификации ассортимента товаров.</p> <p>Выполнить тестовое задание классификации ассортимента товаров.</p> <p>Разработать таблицу показателей ассортимента товаров.</p> <p>Составить схему классификации договоров, применяемых в торговле.</p> <p>Составить схему технологического процесса переработки грузов на складе.</p> <p>Составить схему последовательности операций по приемке товаров.</p> <p>Выбор темы курсовой работы, составление примерного плана, выполнение теоретической части курсовой работы.</p> <p>Оформление приложений в соответствии с темой курсовой работы.</p>	61	
Учебная практика Виды работ	<p>Ознакомиться с характеристикой предприятия. Изучить экономику района деятельности предприятия (месторасположение, характеристика обслуживаемого населения, характеристика деятельности предприятия).</p> <p>Провести анализ форм и методов продажи товаров, применяемых в данном предприятии, а также соблюдения правил продажи товаров отдельных видов товаров.</p>	36	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения
	<p>Выявленные недостатки описать Изучить источники поступления товаров и обосновать их выбор Изучить порядок расчетов с поставщиками закупаемые товары Изучить порядок и принять участие в приемке товаров по количеству и качеству, привести 2-3 примера приемки по количеству и качеству с описанием хода приемки и ее результата Ознакомиться с документальным оформлением приемки товаров от поставщиков Провести идентификацию товаров по ассортиментной принадлежности (рассмотреть ассортиментную характеристику одной группы товаров) Рассчитать показатели ассортимента товаров: широта, глубина, новизна, устойчивость, рациональность Проанализировать хранение товаров, товарные потери и списание товаров</p>		
<p>Производственная практика Виды работ</p>	<p>Изучить характеристику предприятия Провести анализ ассортиментной политики торговой организации (рассмотреть внешние и внутренние факторы) Принять участие в работе с поставщиками и потребителями Провести приемку товаров по количеству и качеству Рассмотреть обеспечение товародвижения в складах и магазинах, описать выявленные недостатки Участие в проведении инвентаризации товаров Изучить нормативные и технологические документы, регламентирующие поставку товаров</p>	18	
Раздел 2. МДК 01.02 Товароведение продовольственных товаров		60	
<p>Тема 2.1. Основы товароведения продовольственных товаров</p>	Содержание	2	1, 2
	1. Классификация продовольственных товаров		
	2. Пищевая ценность продовольственных товаров		
	3. Консервирование пищевых продуктов		
	4. Хранение продовольственных товаров		
	Практические занятия	2	
1. Расчет энергетической ценности и естественной убыли.			

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения
	2. Нормы естественной убыли, решение ситуаций		
Тема 2.2. Зерномучные товары	Содержание	3	1, 2
	1 Классификация зерномучных товаров		
	2 Пищевая ценность зерномучных товаров		
	3 Товароведная характеристика зерномучных товаров		
	4. Упаковка, маркировка, условия и способы хранения зерномучных товаров		
	Практические занятия	2	
Тема 2.3. Плодоовощные товары	Содержание	3	1, 2
	1. Классификация плодоовощных товаров		
	2 Пищевая ценность свежих плодов и овощей		
	3 Товароведная характеристика свежих плодов и овощей		
	4 Пищевая ценность переработанных плодов и овощей		
	5 Товароведная характеристика переработанных плодов и овощей		
	Практические занятия	2	
	1. Изучение помологических сортов, оценка маркировки.		
	2. Идентификация по ассортиментной принадлежности переработанных овощей и плодов		
	3. Оценка качества клубнеплодов и корнеплодов		
4. Плодовые консервы: изучение ассортимента, оценка маркировки и упаковки			
5. Овощные консервы: изучение ассортимента, оценка маркировки и упаковки			

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения
	6. Изучение ассортимента замороженных овощей и плодов (экскурсия)		
Тема 2.4. Вкусовые товары	Содержание	2	1, 2
	1. Классификация вкусовых товаров		
	2. Пищевая ценность вкусовых товаров		
	3. Товароведная характеристика вкусовых товаров		
	4. Упаковка, маркировка, условия и способы хранения вкусовых товаров		
	Практические занятия	2	
1. Чай и чайные напитки: изучение ассортимента, оценка маркировки и упаковки. 2. Кофе и кофейные напитки: изучение ассортимента, оценка маркировки и упаковки 3. Пряности и приправы: изучение ассортимента, оценка маркировки и упаковки 4. Изучение ассортимента алкогольной, безалкогольной продукции (экскурсия)			
Тема 2.5. Сахар. Мед. Крахмал. Кондитерские изделия	Содержание	4	1, 2
	1. Сахар. Мед. Пищевая ценность. Краткая товароведная характеристика. Требования к качеству, показатели общие и специфичные. Оценка качества. Упаковка, маркировка, условия и способы хранения.		
	2. Крахмал. Пищевая ценность. Краткая товароведная характеристика. Требования к качеству, показатели общие и специфичные.		
	3. Оценка качества. Упаковка, маркировка, условия и способы хранения.		
	4. Кондитерские товары. Пищевая ценность. Краткая товароведная характеристика.		

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения
	5 Требования к качеству, показатели общие и специфичные. Оценка качества. Упаковка, маркировка, условия и способы хранения.		
	Практические занятия 1. Сахар, мед: отбор проб, оценка маркировки и упаковки. 2. Крахмал: изучение ассортимента, оценка маркировки и упаковки 3. Фруктово-ягодные кондитерские изделия: распознавание видов, оценка маркировки и упаковки. 4. Сахаристые кондитерские товары: изучение ассортимента, оценка маркировки и упаковки 5. Мучные кондитерские товары: изучение ассортимента, оценка маркировки и упаковки	4	
Тема 2.6. Молочные товары	Содержание 1. Классификация молочных товаров 2. Пищевая ценность молочных товаров 3. Товароведная характеристика молочных товаров 4. Упаковка, маркировка, условия и способы хранения молочных товаров Практические занятия 1. Молоко и сливки: изучение ассортимента, оценка маркировка и упаковки. 2. Кисломолочные продукты: изучение ассортимента, оценка маркировка и упаковки. 3. Масло коровье: изучение ассортимента, оценка маркировка и упаковки. 4. Сыры: изучение ассортимента, оценка качества, маркировки.	6	1, 2
Тема 2.7. Яичные товары	Содержание 1. Яйцо: классификация, пищевая ценность, условия и сроки хранения. Маркировка,	2	1, 2

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа		Объем часов	Уровень освоения
		упаковка.		
	2	Яичные продукты: классификация, пищевая ценность, условия и сроки хранения. Маркировка, упаковка.		
	Практические занятия		2	
	1. Яйца куриные и яичные продукты: изучение видов, категорий, оценка качества. 2. Изучение дефектов яичных товаров.			
Тема 2.8. Пищевые жиры	Содержание		2	1, 2
	1.	Классификация пищевых жиров		
	2.	Пищевая ценность пищевых жиров		
	3.	Товароведная характеристика пищевых жиров		
	4.	Упаковка, маркировка и хранение пищевых жиров		
	Практические занятия		2	
1. Растительные масла и животные жиры: изучение ассортимента, оценка маркировки и упаковки. 2. Анализ ассортимента пищевых жиров в торговом предприятии (экскурсия).				
Тема 2.9. Мясо и мясные товары	Содержание		3	1, 2
	1.	Классификация мясных товаров		
	2.	Пищевая ценность мясных товаров		
	3.	Товароведная характеристика мясных товаров		
	4.	Упаковка, маркировка и хранение мясных продуктов		
	Практические занятия		4	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения
	1. Мясо убойных животных: изучение категорий упитанности, сортовой разрубки. 2. Колбасные изделия: изучение ассортимента, оценка маркировки и упаковки. 3. Мясокопченности: изучение ассортимента, оценка маркировки и упаковки. 4. Мясные консервы: изучение ассортимента, оценка маркировки и упаковки.		
Тема 2.10. Рыба и рыбные товары	Содержание	3	1, 2
	1. Классификация рыбных товаров		
	2. Пищевая ценность рыбных товаров		
	3. Товароведная характеристика рыбных товаров		
	4. Упаковка, маркировка и хранение рыбных продуктов		
	Практические занятия	4	
Самостоятельная работа	1. Изучение семейств промысловых рыб, их отличительных признаков. 2. Рыба живая, охлажденная, мороженая: изучение разделки, оценка качества. 3. Идентификация рыбных консервов по ассортиментной принадлежности, оценка маркировки и упаковки. 4. Рыба соленая, вяленая, копченая: изучение ассортимента, оценка качества.	64	
	Составить схему условий и сроков хранения свежих овощей и плодов. Подготовить сообщение по теме: «Строение и химический состав зерна». Составить опорный конспект по теме «Различные виды хлеба, реализуемые в местном магазине». Изучить болезни и дефекты хлеба, отразить в виде таблицы. Законспектировать темы ирис и драже. Составить кроссворд по теме: «Мучные кондитерские товары». Составить кроссворд по теме «Сахаристые кондитерские изделия». Изучить ассортимент виноградных вин и составить схему классификации. Составить опорный конспект по теме слабоалкогольные напитки.		

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения
	Изучить дефекты коровьего масла и отразить в виде таблицы. Подготовить сообщения по темам: «Мягкие сычужные сыры», «Переработанные сыры». Изучить тему «Субпродукты» и составить конспект. Изучить нерыбное водное сырье и подготовить сообщение.		
Производственная практика Виды работ	Выявить потребности в товаре (спроса), на примере одной ассортиментной группы Расшифровать значение товарных знаков (2-3 образца) на потребительских товарах, рассмотреть соответствие их установленным требованиям качества изготовления и безопасности для людей. Изучить наличие сертификатов на поступившие товары Изучить нормативные и технологические документы, регламентирующие ассортимент товаров Проанализировать размещение и выкладку товаров (на примере конкретной ассортиментной группы)	18	
Раздел 3. МДК 01.03 Товароведение непродовольственных товаров		70	
Тема 3.1 Хозяйственные товары из пластмасс	Содержание учебного материала	2	1
	1 Классификация и ассортимент хозяйственных товаров из пластмасс	1	
	2 Потребительские свойства товаров из пластмасс. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение.	1	
	Практические занятия 1. Идентификация по ассортиментной принадлежности. 2. Составление схемы классификации потребительских свойств товаров из пластмасс. Анализ маркировки изделий в соответствии с нормативными документами.	4 4	
Тема 3.2 Металлохозяйственные товары	Содержание учебного материала	2	2
	1 Общие сведения о металлах. Классификация металлохозяйственных товаров	1	
	2 Классификация и ассортимент металлической посуды. Потребительские свойства, Маркировка, упаковка, хранение. Классификация и ассортимент инструментальных товаров, ножевых изделий, столовых приборов и принадлежностей. Потребительские свойства. Маркировка, упаковка, хранение.	1	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения
	Практические занятия	4	
	1. Идентификация металлохозяйственных товаров по ассортиментной принадлежности. Оценка маркировки товаров в соответствии с нормативными документами.	4	
Тема 3.3 Ювелирные товары	Содержание учебного материала	3	2
	1 Классификация и характеристика ассортимента предметов личных украшений Классификация и характеристика ассортимента предметов для сервировки стола и предметов для украшения интерьера.	1	
	2 Классификация и характеристика ассортимента ювелирных камней	1	
	3 Маркировка, клеймение, упаковка, особенности хранения ювелирных товаров.	1	
	Практические занятия	3	
	1. Идентификация ювелирных товаров по ассортиментной принадлежности. 2. Анализ маркировки ювелирных товаров в соответствии с требованиями нормативных документов	2 1	
Тема 3.4 Стекланные бытовые товары	Содержание учебного материала	1	2
	1 Классификация. Характеристика ассортимента товаров. Потребительские свойства посуды. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение.	1	
	Практические занятия	3	
	1. Идентификация по ассортиментной принадлежности посуды 2. Оценка маркировки образцов в соответствии с нормативными документами.	2 1	
Тема 3.5 Керамические бытовые товары	Содержание учебного материала	1	2
	1 Классификация, характеристика ассортимента товаров. Потребительские свойства. Маркировка, упаковка, хранение	1	
	Практические занятия	3	
	1. Идентификация керамической посуды по ассортиментной принадлежности. 2. Оценка маркировки образцов в соответствии с требованиями нормативных документов.	2 1	
Тема 3.6 Мебельные товары	Содержание учебного материала	2	2
	1 Классификация, ассортимент, потребительские свойства. Маркировка, упаковка, хранение.	2	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения
	Практические занятия	2	
	1.Идентификация мебели по ассортиментной принадлежности. Оценка маркировки мебели в соответствии с нормативными документами.	2	
Тема 3.7 Парфюмерно-косметические товары	Содержание учебного материала	3	2
	1 Классификация и ассортимент парфюмерных товаров.	1	
	2 Классификация и ассортимент косметических товаров.	1	
	3 Потребительские свойства. Маркировка, упаковка, хранение	1	
	Практические занятия	4	
	1. Идентификация парфюмерных товаров по ассортиментной принадлежности. Анализ маркировки парфюмерных товаров в соответствии с требованиями нормативных документов. 2. Идентификация косметических товаров по ассортиментной принадлежности. Анализ маркировки косметических товаров в соответствии с требованиями нормативных документов.	2 2	
Тема 3.8 Канцелярские и школьно-письменные товары	Содержание учебного материала	1	2
	1 Классификация и ассортимент товаров школьного назначения. Потребительские свойства. Маркировка, упаковка, хранение.	1	
	Практические занятия	1	
	1. Идентификация товаров школьного назначения по ассортиментной принадлежности. Анализ маркировки школьно-письменных товаров в соответствии с требованиями нормативных документов.	1	
Тема 3.9 Товары бытовой химии	Содержание учебного материала	2	2
	1 Классификация товаров бытовой химии. Клеи: состав, потребительские свойства, классификация, характеристика ассортимента. Маркировка, упаковка, хранение.	1	
	3 Моющие средства: виды, состав, классификация Характеристика ассортимента. Маркировка, упаковка, хранение.	1	
	Практические занятия	2	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения
	1. Идентификация товаров бытовой химии по ассортиментной принадлежности (моющие средства). Анализ маркировки образцов в соответствии с нормативными документами.	2	
Тема 3.10 Текстильные товары (ткани)	Содержание учебного материала	2	2
	1. Классификация ассортимента тканей, потребительские свойства. Маркировка, упаковка, хранение тканей.	2	
	Практические занятия	2	
	1. Идентификация по ассортиментной принадлежности тканей. Оценка маркировки тканей в соответствии с требованиями нормативных документов.	2	
Тема 3.11 Швейно-трикотажные товары	Содержание учебного материала	2	2
	1. Классификация, ассортимент швейных товаров по основным признакам группировки. Потребительские свойства швейных товаров. Маркировка, упаковка, хранение.	1	
	2. Классификация, ассортимент трикотажных товаров по основным признакам группировки. Потребительские свойства трикотажных товаров. Маркировка, упаковка, хранение.	1	
	Практические занятия	4	
	1. Идентификация швейных товаров по ассортиментной принадлежности.	1	
2. Идентификация трикотажных изделий по ассортиментной принадлежности. 3. Анализ маркировки швейно-трикотажных товаров в соответствии с требованиями нормативных документов.	2		
Тема 3.12 Обувные товары	Содержание учебного материала	2	2
	1. Классификация, ассортимент кожаной обуви по основным признакам группировки.	1	
	2. Потребительские свойства кожаной обуви. Маркировка, упаковка, хранение.	1	
	Практические занятия	4	
	1. Идентификация кожаной обуви по ассортиментной принадлежности. 2. Анализ маркировки обувных товаров в соответствии с требованиями нормативных документов.	2	
Тема 3.13 Пушно-меховые и	Содержание учебного материала	4	2

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа		Объем часов	Уровень освоения
овчинно-шубные товары	1	Классификация пушно-меховых товаров.	2	
	2.	Ассортимент верхней меховой одежды и меховых деталей для одежды. Потребительские свойства. Ассортимент женских уборов и меховых головных уборов. Потребительские свойства.	1	
	3.	Маркировка, упаковка, особенности хранения и ухода за пушно-меховыми товарами.	1	
	Практические занятия		4	
	1. Идентификация пушно-меховых товаров по ассортиментной принадлежности. 2. Идентификация овчинно-шубных товаров по ассортиментной принадлежности		2 2	
Тема 3.14 Игрушки	Содержание учебного материала		1	2
	1.	Классификация, ассортимент, потребительские свойства. Маркировка, упаковка, особенности хранения.	1	
	Практические занятия		2	
1.Идентификация игрушек по ассортиментной принадлежности и педагогическому назначению		2		
Самостоятельная работа	Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Изучение ассортимента строительных товаров. Анализ маркировки строительных товаров в соответствии с требованиями нормативных документов Изучение ассортимента лакокрасочных товаров. Расшифровка маркировки лакокрасочных товаров Изучение ассортимента холодильников Изучение ассортимента стиральных машин Составить опорный конспект по теме: «Нетканые материалы и искусственные меха» Составить опорный конспект по теме: «Ковры и ковровые изделия» Составить кроссворд по теме: «Галантерейные товары» Изучение ассортимента музыкальных товаров. Оценка маркировки музыкальных товаров в соответствии с требованиями нормативных документов		28	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения
Производственная практика Виды работ	Выявить потребности в товаре (спроса), на примере одной ассортиментной группы. Расшифровать значение товарных знаков (2-3 образца) на потребительских товарах, рассмотреть соответствие их установленным требованиям качества изготовления и безопасности для людей. Расшифровать штриховые коды 2-3х образцов товаров. Изучить наличие сертификатов на поступившие товары Изучить нормативные и технологические документы, регламентирующие ассортимент товаров Проанализировать размещение и выкладку товаров (на примере конкретной ассортиментной группы)	18	
Раздел 4. МДК 01.04 Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда		60	
Раздел 4			
Тема 4.1. Введение. Предмет курса. Товародвижение.	Содержание	4	
	1. Актуальность и возрастающее значение курса в современных условиях. Развитие материально-технической базы торговли в условиях рыночных отношений. Научно-технический прогресс и его влияние на развитие торговли.	2	1
	2. Товародвижение. Составляющие процесса товародвижения. Условия оптимизации процесса товародвижения. Роль технических средств в организации товародвижения и технологических процессах.	2	2
Тема 4.2. Классификация торгового оборудования.	Содержание	6	2
	1. Классификация и краткая характеристика оборудования оптовых складов.		
	2. Классификация и краткая характеристика оборудования для розничной торговли.	2	
	3. Классификация и краткая характеристика оборудования для товароснабжения магазинов и других коммерческих организаций.	2	
	Практические работы	16	2

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа		Объем часов	Уровень освоения
	1.	Изучение оборудования предприятий розничной торговли непродовольственными товарами. Знакомство с видами оборудования, его назначением и применением.	4	
	2.	Изучение оборудования предприятий розничной торговли продовольственными товарами. Особенности оборудования для торговли продовольственными товарами, назначение и фактическое использование.	4	
	3.	Изучение оборудования и процессов товародвижения предприятия оптовой торговли.	4	
	4.	Изучение оборудования для товароснабжения торговых организаций.	4	
Тема 4.3. Механизация и автоматизация технологических процессов в торговле.	Содержание		6	2
	1.	Механизация и автоматизация технологических процессов на торговых предприятиях. Основные факторы, учитываемые при разработке схем механизации.	2	
	2.	Предварительные условия, необходимые для механизации и автоматизации технологических процессов на предприятиях оптовой и розничной торговли. Цели и основные этапы механизации и автоматизации. Стадии механизации и автоматизации процессов товародвижения.	2	
	3.	Типовые варианты схем механизации предприятий оптовой торговли. Механизация и автоматизация магазинов.	2	
Тема 4.4. Краткая характеристика основных групп торгового оборудования	Содержание		14	2
	1.	Фасовочно-упаковочное оборудование.	2	
	2.	Тара-оборудование	2	
	3.	Подъемно-транспортное оборудование	4	
	4.	Технические средства и технологическое оборудование для хранения	2	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа		Объем часов	Уровень освоения		
		различных товаров				
	5.	Холодильное оборудование	4			
	Практические работы		14	3		
	1.	Посещение салона по продаже торгового оборудования различного назначения. Сравнительный анализ достоинств, недостатков и предпочтительных сфер применения различных видов оборудования (по заданию преподавателя). розничной торговли	4			
	2.	Разработка рекомендаций по техническому перевооружению предприятия розничной торговли непродовольственными товарами.	4			
	3.	Разработка рекомендаций по техническому перевооружению предприятия розничной торговли продовольственными товарами.	6			
	Всего:		60			
Самостоятельная работа при изучении раздела 1. Анализ оборудования предприятия оптовой торговли (по выбору студента) и разработка рекомендаций по совершенствованию его технической оснащенности. 2. Предварительные условия для механизации технологических процессов товародвижения на оптовых предприятиях. 3. Предварительные условия для механизации технологических процессов товародвижения на розничных предприятиях. 4. Анализ оборудования магазина продовольственных товаров (по выбору студента) и разработка рекомендаций по совершенствованию его технической оснащенности. 5. Классификация фасовочно-упаковочного оборудования по периодичности действия и по источнику энергии. 6. Классификация фасовочно-упаковочного оборудования по характеру технологических операций и по консистенции товаров. 7. Эксплуатационно-технические и санитарно-гигиенические требования к торговой мебели. Эргономические и эстетические требования к торговой мебели.			24			
Производственная практика (по профилю специальности) Виды работ: эксплуатация и обслуживание торгового оборудования, используемого на складе и при транспортировании, погрузке-разгрузке товаров;			18			

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения
учет реализации и остатков товарных позиций с использованием современного торгового оборудования; Оформление заявок и товарных накладных на поставку и реализацию товаров.			
	Всего:	625	

Обозначения:

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

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ МОДУЛЯ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы профессионального модуля требует наличия учебного кабинета «Междисциплинарных курсов», библиотеки и читального зала с выходом в Интернет.

Наличие мастерских: учебный магазин; учебный склад.

Наличие лабораторий: информационных технологий в профессиональной деятельности; товароведения и экспертизы продовольственных товаров; товароведения и экспертизы непродовольственных товаров; технического оснащения торговых организаций.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета и технические средства обучения: учебно-наглядных: схемы, таблицы, формулы; вербальных: рабочая, учебно-методическая литература, справочники, законодательные акты, нормативные документы; технические средства: электронно-вычислительная техника, мультимедийное оборудование.

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

Законы и нормативные документы РФ в действующих редакциях:

1. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс РФ. Часть 1 от 30.11.1994. № 51-ФЗ [принят ГД ФС РФ 21.10.1994 г.] // Собрание законодательства РФ. 1994. № 32. Ст. 3301.
2. Российская Федерация. Законы. Гражданский кодекс РФ. Часть 2 от 26.01.1996. №14-ФЗ [принят ГД ФС РФ 22.12.1995 г.] // Собрание законодательства РФ. 29.01.1996. № 5. Ст.410.
3. Российская Федерация. Законы. О защите прав потребителей: федер. закон: [принят Верховным Советом Российской Федерации 07 февраля 1992 г.] (с дополнениями и изменениями в редакции федеральных законов) № 2300-1– ФЗ. – Новосибирск: Сиб. Унив. Изд- во, 2010. – 32 с.
4. Российская Федерация. Законы. О техническом регулировании: федер. закон: [Принят Государственной Думой 15 декабря 2002 года] (с дополнениями и изменениями в редакции федеральных законов) № 184 – ФЗ от 27.12.2002 г. – М.: Омега-Л. – 66 с.
5. Постановление Правительства РФ Правила продажи товаров по образцам от 21.07. 1997 19.01.1998г. № 918. -14с.
6. Правила продажи отдельных видов товаров. Перечни товаров. - М.: А-Приор, 2009. - 32с.
7. Санитарные правила для предприятий торговли. – М.:ИНФРА-М, 2009 – 43с.
8. СП 2.3.6.1066-01 Санитарно-эпидемиологические требования к организациям торговли и обороту в них продовольственного сырья и пищевых продуктов. утв. Главным государственным санитарным врачом РФ 6 сентября 2001 г. – М.: Минздрав России, 2001. – 36с.
9. ГОСТ Р 55888-2013 Услуги розничной торговли. Система менеджмента безопасности пищевых продуктов. Рекомендации по применению ГОСТ Р ИСО 22000-2007 для сферы розничной торговли. – М.: Стандартиформ, 2015. – 46 с.
10. ГОСТ Р 51773-2009. Услуги торговли. Классификация предприятий торговли. – М.: Стандартиформ, 2010. – 20 с.
11. ГОСТ Р 51303-2013 Торговля. Термины и определения. – М.: Стандартиформ, 2014. – 40 с.
12. ГОСТ Р 51074-2003 Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования. – М.: Стандартиформ, 2008. – 43 с.

Основные источники:

1. Калачев, С. Л. Теоретические основы товароведения и экспертизы: учебник для среднего профессионального образования / С. Л. Калачев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 478 с. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/467577>.
2. Лифиц, И. М. Товарный менеджмент : учебник для прикладного бакалавриата / И. М. Лифиц, Ф. А. Жукова, М. А. Николаева. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 405 с. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/466184>.
3. Основы коммерческой деятельности : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 506 с. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <http://biblio-online.ru/bcode/452612>.

Дополнительные источники:

1. Грибанова И.В. Товароведение [сайт]: учебное пособие/ Грибанова И.В., Первойкина Л.И.— Электрон. текстовые данные. — Минск: Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2018. — 360 с. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/67766.html>. — ЭБС «IPRbooks»
2. Кажаява О.И. Деловые игры и задачи по товароведению и экспертизе продовольственных товаров [сайт]: учебное пособие/ О.И. Кажаява— Электрон. текстовые данные. — Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2018. — 125 с. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/54111.html>. — ЭБС «IPRbooks»
3. Кащенко Е.Г. Товароведение однородных групп. Трикотажные товары [сайт]: учебное пособие/ Кащенко Е.Г., Калиева О.М., Мельникова Т.Ф.— Электрон. текстовые данные. — Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2018. — 261 с. — URL:<http://www.iprbookshop.ru/54167.html>.— ЭБС «IPRbooks»
4. Кащенко Е.Г. Товароведение мебельных товаров [сайт]: учебное пособие/ Кащенко Е.Г., Калиева О.М., Береговая И.Б. — Электрон. текстовые данные. — Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2018. — 147 с. — URL:<http://www.iprbookshop.ru/71344.html>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Кременевская М.И. Товароведение и экспертиза продовольственных товаров [сайт]: учебно-методическое пособие/ М.И. Кременевская— Электрон. текстовые данные.— СПб.: Университет ИТМО, 2018. — 97 с. — URL:<http://www.iprbookshop.ru/65320.html>. — ЭБС «IPRbooks»
6. Левкин Г.Г. Товароведение рыбы и рыбных товаров [сайт]: конспект лекций/ Г.Г. Левкин. — Электрон. текстовые данные. - Саратов: Вузовское образование, 2018. — 212 с. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/70755.html>.— ЭБС «IPRbooks»
7. Минько Э.В. Товароведение и экспертиза товаров [сайт]: учебное пособие/ Минько Э.В., Минько А.Э.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019.— 373 с.— URL: <http://www.iprbookshop.ru/70618.html>.— ЭБС «IPRbooks»
8. Мухутдинова С.М. Товароведение и экспертиза плодоовощных товаров [сайт]: учебное пособие/ Мухутдинова С.М., Караулова А.Н. — Электрон. текстовые данные. — М.: Российская таможенная академия, 2019. — 158 с. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/69820.html>. — ЭБС «IPRbooks»
9. Основы товароведения [сайт]: пособие/ В.Е. Сыцко [и др.]. — Электрон. текстовые данные.— Минск: Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2019. — 264 с. — URL:<http://www.iprbookshop.ru/67702.html>. — ЭБС «IPRbooks»
10. Памбухчиянц В.К. Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле): Учебник/ Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К., Памбухчиянц О.В., - 12-е изд., перераб и доп. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 456 с.

11. Товароведение однородных групп товаров. Ювелирные товары [сайт]: учебное пособие/ Е.Г. Кащенко [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2019. — 152 с. — URL:<http://www.iprbookshop.ru/69960.html>. — ЭБС «IPRbooks»
12. Товароведение упаковочных материалов и тары для продовольственных товаров [сайт]: учебное пособие/ Е.А. Стебенева [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Воронеж: Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2018. — 260 с. — URL:<http://www.iprbookshop.ru/72772.html>. — ЭБС «IPRbooks»
13. Товароведение и экспертиза вкусовых товаров: учебное пособие/ Т.Н. Иванова, О. В. Евдокимова, Е. В. Красильникова [и др.]. — М.: ИНФРА-М, 2018. - 239 с.
14. Трухина Т.П. Товароведение продовольственных товаров [сайт]: учебное пособие/ Трухина Т.П. — Электрон. текстовые данные. — Благовещенск: Дальневосточный государственный аграрный университет, 2018. — 229 с. — URL:<http://www.iprbookshop.ru/55916.html>. — ЭБС «IPRbooks»

Интернет-ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система:[сайт]. – URL: <http://znanium.com>
2. «Гарант» – справочно-правовая система:[сайт]. – URL: <http://www.park.ru>.
3. Консультант Плюс: [сайт]. – URL: <http://www.consultant.ru>.
4. Информационно-правовая система «Кодекс»:[сайт]. – URL:<http://www.kodeks.net>.
5. Журнал «Конъюнктура товарных рынков» (Маркетинг&Логистика) - URL:<http://www.ktr.itkor.ru>.
6. Роспотребнадзор - Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека: [сайт]. – URL: <http://25.rospotrebnadzor.ru/>
7. Союз потребителей России: [сайт]. – URL: <http://souz-potrebiteley.ru/>
8. Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации [сайт]. - URL:<http://docs.cntd.ru/>
9. РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера) [сайт]. - URL: <http://www.rbc.ru>.

3.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Освоение ПМ 01 Управление ассортиментом товаров производится в соответствии с учебным планом по специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза потребительских товаров и календарным графиком. Образовательный процесс организуется строго по расписанию занятий.

График освоения ПМ предполагает последовательное освоение МДК 01.01 Основы управления ассортиментом товаров, МДК 01.02 Товароведение продовольственных товаров, МДК 01.03 Товароведение непродовольственных товаров, МДК 01.04 Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда включающих в себя как теоретические, так и практические занятия.

Изучение теоретического материала может проводиться как в каждой группе, так и для нескольких групп.

При проведении практических занятий деление группы студентов на подгруппы не предусмотрено.

В процессе освоения ПМ предполагается проведение рубежного контроля знаний, умений у студентов. Сдача рубежного контроля (РК) является обязательной для всех обучающихся. Результатом освоения ПМ выступают ПК, оценка которых представляет собой создание и сбор свидетельств деятельности на основе заранее определенных критериев.

С целью оказания помощи студентам при освоении теоретического и практического материала, выполнения самостоятельной работы разрабатываются учебно- методические комплексы.

С целью методического обеспечения прохождения учебной и/или производственной практики, выполнения курсового проекта/курсовой работы разрабатываются методические рекомендации для студентов.

При освоении ПМ каждым преподавателем устанавливаются часы дополнительных занятий, в рамках которых для всех желающих проводятся консультации. График проведения консультаций размещен на входной двери каждого учебного кабинета и/или лаборатории.

Обязательным условием допуска к производственной практике в рамках профессионального модуля ПМ 01 Управление ассортиментом товаров является освоение учебной практики для получения первичных профессиональных навыков в рамках профессионального модуля ПМ 01 Управление ассортиментом товаров.

Текущий учет результатов освоения ПМ производится в журнале по ПМ. Наличие оценок по ЛПР и рубежному контролю является для каждого студента обязательным. В случае отсутствия оценок за ЛПР и ТРК студент не допускается до сдачи квалификационного экзамена по ПМ.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

4.1. Результаты освоения общих компетенций

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Точность представления о сущности и значимости будущей профессии. Адекватность самооценки при освоении профессии.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы.
ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Обоснованность постановки цели, выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области учета	
ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Адекватность принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях	Исследовательская деятельность. Создание мультимедийных презентаций.
ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Адекватность отбора и использования информации профессиональной задачи	
ОК 5 Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий	Правильность и чёткость выполнения заданий с применением информационно-коммуникационных технологий в соответствии с поставленными целями и задачами	Деловая игра Защита рефератов
ОК 6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Корректность и однозначность в ходе общения с коллегами, руководством и потребителями	Наблюдение за процессами оценки и самооценки, видение путей самосовершенствования,
ОК 7 Брать на себя ответственность за работу	Адекватность в принятии решений	

членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий		стремление к повышению квалификации.
ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Организовывать самостоятельную работу при изучении профессионального модуля	Портфолио, экспертные оценки, журналы обучающихся, выпускная квалификационная работа
ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	Адекватность и конкретность в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	

4.2. Конкретизация результатов освоения ПМ

ПК 1.1. Выявлять потребность в товарах	
Иметь практический опыт:	<ul style="list-style-type: none"> – составление ассортиментного перечня с учетом особенностей данной организации; – планирование и расчет необходимого ассортимента; – описание каналов поставок и составление договоров о поставках; – разработка мероприятий по выявлению необходимости количества продукции для предприятия; – ведение учета реализации и остатков товарных позиций с использованием современного торгового оборудования.
Уметь:	<p>Исследовать предпочтения потребителей методом анкетирования, на примере конкретного товара</p> <p>Определять жизненный цикл товаров</p> <p>Расчет показателей ассортимента</p> <p>Расчет энергетической ценности и естественной убыли</p>
Знать:	<p>Принципы выявления потребностей в товарах</p> <p>Развитие материально-технической базы торговли в условиях рыночных отношений.</p> <p>Основы товародвижения. Составляющие процесса товародвижения.</p> <p>Условия оптимизации процесса товародвижения.</p> <p>Роль технических средств в организации товародвижения и технологических процессах.</p>
Самостоятельная работа	<p>Проанализировать ассортимент действующего магазина.</p> <p>Ознакомиться с ассортиментным перечнем товаров в магазинах различных типов.</p> <p>Составить схему классификации ассортимента товаров.</p> <p>Разработать таблицу показателей ассортимента товаров.</p> <p>Сравнить различные виды торгового оборудования, используемого для учета реализации и остатков товарных позиций</p>
ПК 1.2. Осуществлять связи с поставщиками и потребителями продукции.	
Иметь практический опыт:	<ul style="list-style-type: none"> - Организация контроля за ходом поставки и расчет штрафных санкций. - Анализа ассортимента пищевых жиров в торговом предприятии

Уметь:	<ul style="list-style-type: none"> - Изучение внутренних и внешних факторов, влияющих на товарную политику конкретного предприятия - Сравнительный анализ структуры ассортимента торгового предприятия в условиях внедрения категорийного менеджмента - Технология документального оформления закупок. - Обоснование выбора поставщика
Знать:	<ul style="list-style-type: none"> - Понятие технологии закупки и поставки товаров. - Характеристику этапов закупочной работы. - Главные этапы выбора поставщика - Принципы закупки и поставки, их организация. - Классификацию и краткую характеристику оборудования оптовых складов. - Классификацию и краткую характеристику оборудования для розничной торговли. - Классификацию и краткую характеристику оборудования для товароснабжения магазинов и других коммерческих организаций
Самостоятельная работа	<p>Составить схему классификации договоров, применяемых в торговле.</p> <p>Составить схему технологического процесса переработки грузов на складе.</p> <p>Составить схему последовательности операций по приемке товаров.</p>
ПК 1.3. Управлять товарными запасами и потоками	
Иметь практический опыт:	<ul style="list-style-type: none"> - Формирования товарных запасов, их роль при формировании ассортимента в торговле. - Рассчитать экономические показатели оценки результатов управления товарными запасами. - Решение профессиональных задач по оформлению результатов приемки по количеству и качеству. - Эксплуатировать и обслуживать используемое на складе и при транспортировании, погрузке-разгрузке товаров оборудование
Уметь:	<ul style="list-style-type: none"> - Нормировать товарные запасы. - Изучение методов учета и анализа товарных запасов - Расчет показателей, характеризующих товарные запасы
Знать:	<p>Понятие товарных запасов, их роль при формировании ассортимента в торговле.</p> <p>Основные экономические показатели оценки результатов управления товарными запасами.</p> <p>Экономико-математические методы управления процессами товародвижения и товароснабжения.</p> <p>Классификацию и краткую характеристику оборудования оптовых складов.</p> <p>Классификацию и краткую характеристику оборудования для розничной торговли.</p> <p>Классификацию и краткую характеристику оборудования для товароснабжения магазинов и других коммерческих организаций</p>
Самостоятельная работа	<p>Проанализировать товарные запасы на конкретном предприятии</p> <p>Сравнить различные виды торгового оборудования, используемого на складе и при транспортировании, погрузке-разгрузке товаров.</p>
ПК 1.4. Оформлять документацию на поставку и реализацию товаров.	
Иметь практический опыт:	<ul style="list-style-type: none"> - Составление проекта договора и спецификации. - Оформление заявки и товарные накладные на поставку и реализацию товаров. Использовать современное техническое и программное обеспечение при оформлении документации
Уметь:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Выделение категорий в товарном ассортименте. Составление товарного классификатора 2. Исследование ценовой политики внутри категории

	<p>3. Проведение анализа товарной категории, оценка эффективности товарной категории</p> <p>4. Разработка рекомендаций по техническому перевооружению предприятия розничной торговли продовольственными товарами</p> <p>5. Разработка рекомендаций по техническому перевооружению предприятия розничной торговли непродовольственными товарами</p>
Знать:	<p>Порядок заключения и исполнения договоров</p> <p>Фасовочно-упаковочное оборудование</p> <p>Понятие тара-оборудование</p> <p>Подъемно-транспортное оборудование</p> <p>Технические средства и технологическое оборудование для хранения различных товаров</p> <p>Холодильное оборудование</p>
Самостоятельная работа	<p>Составить договор купли-продажи на конкретный вид товаров</p> <p>Составить договор поставки</p> <p>Сравнить различные виды торгового оборудования, используемого при оформлении документации на поставку и реализацию товаров</p>

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ВЛАДИВОСТОКСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
по профессиональному модулю

ПМ.01 Управление ассортиментом товаров

программы подготовки специалистов среднего звена

*38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских
товаров*

Форма обучения: *очное*

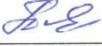
Владивосток 2023

Контрольно-оценочные средства разработаны на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования программы подготовки специалистов среднего звена специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров, утвержденного приказом Минобрнауки России от 28 июля 2014 г., №835.

Разработчик(и): А.В.Павелко, преподаватель,
О.В.Мясникова, преподаватель

Рассмотрено и одобрено на заседании цикловой методической комиссии

Протокол № 9 от «05» мая 2023 г.

Председатель ЦМК  А.В.Павелко
подпись

Согласована:

Ведущий государственный эксперт ФБУ
«Приморская лаборатория судебной экспертизы
Министерства юстиции РФ»


Е.Н. Андрианова/
(подпись, печать)

1 Общие сведения

Контрольно-оценочные средства (далее – КОС) предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу профессионального модуля ПМ.01 Управление ассортиментом товаров.

КОС включают в себя контрольные материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по профессиональному модулю, который проводится в форме экзамена

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

Код ОК, ПК ¹	Код результата обучения ¹	Наименование результата обучения ¹
ОК1 ОК2 ОК3 ОК4 ОК5 ОК6 ОК7 ОК8 ОК9 ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4	31	ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства
	32	товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели
	33	виды, назначение, структуру договоров с поставщиками и потребителями
	34	технологические процессы товародвижения
	35	формы документального сопровождения товародвижения; правила приемки товаров
	36	способы размещения товаров на складах и в магазинах
	37	условия и сроки транспортирования и хранения товаров однородных групп
	38	основные мероприятия по предупреждению повреждения и порчи товаров
	39	классификацию торгово-технологического оборудования, его назначение и устройство
	310	требования к условиям и правила эксплуатации торгово-технологического оборудования
	311	нормативно-правовое обеспечение санитарно-эпидемиологического благополучия (санитарные нормы и правила)
	312	законы и иные нормативные правовые акты, содержащие государственные нормативные требования охраны труда, распространяющиеся на деятельность организации
	313	обязанности работников в области охраны труда
	314	причины возникновения и профилактики производственного травматизма; фактические или потенциальные последствия собственной деятельности (или бездействия) и их влияние на уровень безопасности труда
	315	возможные последствия несоблюдения технологических процессов и производственных инструкций подчиненными работниками (персоналом)
	У1	распознавать товары по ассортиментной принадлежности
	У2	формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах
	У3	применять средства и методы маркетинга для формирования спроса и стимулирования сбыта
	У4	рассчитывать показатели ассортимента;
	У5	оформлять договоры с контрагентами; контролировать их

Код ОК, ПК ¹	Код результата обучения ¹	Наименование результата обучения ¹
		выполнение, в том числе поступление товаров в согласованном ассортименте по срокам, качеству, количеству
	У6	предъявлять претензии за невыполнение контрагентами договорных обязательств
	У7	готовить ответы на претензии покупателей; производить закупку и реализацию товаров
	У8	учитывать факторы, влияющие на ассортимент и качество при организации товародвижения
	У9	соблюдать условия и сроки хранения товаров
	У10	рассчитывать товарные потери; планировать меры по ускорению оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь
	У11	соблюдать санитарно-эпидемиологические требования к торговым организациям и их персоналу, товарам, окружающей среде
	У12	соблюдать требования техники безопасности и охраны труда
	П1	анализ ассортиментной политики торговой организации
	П2	выявление потребности в товаре (спроса)
	П3	участие в работе с поставщиками и потребителями
	П4	приемка товаров по количеству и качеству
	П5	размещение товаров
	П6	контроль условий и сроков транспортировки и хранения товаров
	П7	обеспечение товародвижения в складах и магазинах
	П8	эксплуатация основных видов торгово-технологического оборудования
	П9	участие в проведении инвентаризации товаров

3 Соответствие оценочных средств контролируемым результатам обучения

3.1 Средства, применяемые для оценки уровня теоретической подготовки

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС ³	
			Текущий контроль ⁴	Промежуточная аттестация ⁴
Раздел (модуль) 1				
МДК 01.01 Основы управления ассортиментом товаров				
Тема 1.1 Цели, задачи, предмет и структура учебной дисциплины	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵ Самостоятельная работа (п.5.6, задание 1,2)</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1) Курсовая работа (п. 6.5)</i>
Тема 1.2 Потребность и спрос	31	Способность составить ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1) Курсовая работа (п. 6.5)</i>
	У3	Способность применять средства и методы маркетинга для формирования спроса и		

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС ³	
			Текущий контроль ⁴	Промежуточная аттестация ⁴
		стимулирования сбыта		
Тема 1.3 Товарная политика розничного торгового предприятия	31	Способность составить ассортимент однородных групп определенного класса, их потребительские свойства	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1) Курсовая работа (п. 6.5)</i>
	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели		
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах		
Тема 1.4 Жизненный цикл товара	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1) Курсовая работа (п. 6.5)</i>
	36	Способность указать способы размещения товаров на складах и в магазинах		
	37	Способность указать условия и сроки транспортирования и хранения товаров однородных групп		
	У8	Способность описать факторы, влияющие на ассортимент и качество при организации товародвижения		
Тема 1.5 Стратегия и ассортиментная политика торгового предприятия СРС к теме 1.5	31	Способность составить ассортимент однородных групп определенного класса, их потребительские свойства	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵ Самостоятельная работа (п.5.6, задание 3,4)</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1) Курсовая работа (п. 6.5)</i>
	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели		
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
Тема 1.6 Понятие категорийного	31	Способность составить ассортимент однородных групп определенного класса, их	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1) Курсовая</i>

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС ³	
			Текущий контроль ⁴	Промежуточная аттестация ⁴
менеджмента СРС к теме 1.6		потребительские свойства		<i>работа (п. 6.5)</i>
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
Тема 1.7 Методология категорийного ассортимента	31	Способность составить ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1) Курсовая работа (п. 6.5)</i>
	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели		
Тема 1.8 Организация хозяйственных связей СРС к Теме 1.8	33	Способность определять виды, назначение, структуру договоров с поставщиками и потребителями	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵ Самостоятельная работа (п.5.6, задание 5)</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1) Курсовая работа (п. 6.5)</i>
	У5	Способность оформлять договоры с контрагентами; контролировать их выполнение, в том числе поступление товаров в согласованном ассортименте по срокам, качеству, количеству		
Тема 1.9 Закупка и поставка товаров СРС к теме 1.9	33	Способность определять виды, назначение, структуру договоров с поставщиками и потребителями	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵ Самостоятельная работа (п.5.6, задание 7)</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1) Курсовая работа (п. 6.5)</i>
	36	Способность определять способы размещения товаров на складах и в магазинах		
	37	Способность определять условия и сроки транспортирования и хранения товаров однородных групп		
	38	Способность определять основные мероприятия по предупреждению повреждения и порчи товаров		
	У9	Способность устанавливать условия и сроки хранения товаров		
	У10	Способность рассчитывать товарные потери; планировать меры по ускорению оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь		
Тема 1.10	34	Способность дать	<i>Устный опрос</i>	<i>Тестовые</i>

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС ³	
			Текущий контроль ⁴	Промежуточная аттестация ⁴
Технологический процесс товародвижения СРС к теме 1.10		характеристику технологических процессов товародвижения	<i>(п. 5.1)⁵</i>	<i>задания(п. 6.1) Курсовая работа (п. 6.5)</i>
	У8	Способность учитывать факторы, влияющие на ассортимент и качество при организации товародвижения		
Тема 1.11 Формирование и планирование товарных запасов СРС к теме 1.11	31	Способность составить ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵ Самостоятельная работа (п.5.6, задание б)</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1) Курсовая работа (п. 6.5)</i>
	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели		
	33	Способность определять виды, назначение, структуру договоров с поставщиками и потребителями		
	36	Способность определять способы размещения товаров на складах и в магазинах		
	37	Способность определять условия и сроки транспортирования и хранения товаров однородных групп		
	38	Способность определять основные мероприятия по предупреждению повреждения и порчи товаров		
	У3	Способность применять средства и методы маркетинга для формирования спроса и стимулирования сбыта		
Тема 1.12 Результаты оценки управления ассортиментом товаров	31	Способность составить ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1) Курсовая работа (п. 6.5)</i>
	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах		
Раздел 2. МДК 01.02 Товароведение продовольственных товаров				
Тема 2.1. Основы товароведен	31	Способность составить ассортимент товаров однородных групп	<i>Устный опрос (п. 5.1)</i>	<i>Вопросы на экзамен (п.6.4)</i>

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС ³	
			Текущий контроль ⁴	Промежуточная аттестация ⁴
ия продовольственных товаров		определенного класса, их потребительские свойства		
	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели		
	37	Способность определять условия и сроки транспортирования и хранения товаров однородных групп		
	38	Способность определять основные мероприятия по предупреждению повреждения и порчи товаров		
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
Тема 2.2. Зернофуражные товары	31	Способность составить ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства	Устный опрос (п. 5.1) Рефераты (п.5.2)	Тест (п.6.1), вопросы на экзамен (п.6.4)
	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели		
	37	Способность определять условия и сроки транспортирования и хранения товаров однородных групп		
	38	Способность определять основные мероприятия по предупреждению повреждения и порчи товаров		
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
Тема 2.3. Плодоовощные товары СРС к теме	31	Способность составить ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства	Устный опрос (п. 5.1) Рефераты (п.5.2), эссе (п.5.6)	Тест (п.6.1), вопросы на экзамен (п.6.4)

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС ³	
			Текущий контроль ⁴	Промежуточная аттестация ⁴
2.3	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели		
	37	Способность определять условия и сроки транспортирования и хранения товаров однородных групп		
	38	Способность определять основные мероприятия по предупреждению повреждения и порчи товаров		
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
Тема 2.4. Вкусовые товары СРС к теме 2.4	31	Способность составить ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства	Устный опрос (п. 5.1) Рефераты (п.5.2), эссе (п.5.6)	Тест (п.6.1), вопросы на экзамен (п.6.4)
	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели		
	37	Способность определять условия и сроки транспортирования и хранения товаров однородных групп		
	38	Способность определять основные мероприятия по предупреждению повреждения и порчи товаров		
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
Тема 2.5. Сахар. Мед. Крахмал. Кондитерские изделия	31	Способность составить ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства	Устный опрос (п. 5.1)	Тест (п.6.1), вопросы на экзамен (п.6.4)
	32	Способность выявлять товароведные характеристики		

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС ³	
			Текущий контроль ⁴	Промежуточная аттестация ⁴
		реализуемых товаров, их свойства и показатели		
	37	Способность определять условия и сроки транспортирования и хранения товаров однородных групп		
	38	Способность определять основные мероприятия по предупреждению повреждения и порчи товаров		
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
Тема 2.6. Молочные товары СРС к теме 2.6	31	Способность составить ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства	Устный опрос (п. 5.1) Рефераты (п.5.2), эссе (п.5.6)	Тест (п.6.1), вопросы на экзамен (п.6.4)
	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели		
	37	Способность определять условия и сроки транспортирования и хранения товаров однородных групп		
	38	Способность определять основные мероприятия по предупреждению повреждения и порчи товаров		
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
Тема 2.7. Яичные товары	31	Способность составить ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства	Устный опрос (п. 5.1)	Вопросы на экзамен (п.6.4)
	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели		

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС ³	
			Текущий контроль ⁴	Промежуточная аттестация ⁴
	37	Способность определять условия и сроки транспортирования и хранения товаров однородных групп		
	38	Способность определять основные мероприятия по предупреждению повреждения и порчи товаров		
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
Тема 2.8. Пищевые жиры СРС к теме 2.8	31	Способность составить ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства	Устный опрос (п. 5.1), эссе (п.5.6)	Тест (п.6.1), вопросы на экзамен (п.6.4)
	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели		
	37	Способность определять условия и сроки транспортирования и хранения товаров однородных групп		
	38	Способность определять основные мероприятия по предупреждению повреждения и порчи товаров		
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
Тема 2.9. Мясо и мясные товары	31	Способность составить ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства	Устный опрос (п. 5.1) Рефераты (п.5.2)	Тест (п.6.1), вопросы на экзамен (п.6.4)
	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели		
	37	Способность определять условия и сроки		

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС ³	
			Текущий контроль ⁴	Промежуточная аттестация ⁴
		транспортирования и хранения товаров однородных групп		
	38	Способность определять основные мероприятия по предупреждению повреждения и порчи товаров		
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
Тема 2.10. Рыба и рыбные товары	31	Способность составить ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства	Устный опрос (п. 5.1)	Тест (п.6.1), вопросы на экзамен (п.6.4)
	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели		
	37	Способность определять условия и сроки транспортирования и хранения товаров однородных групп		
	38	Способность определять основные мероприятия по предупреждению повреждения и порчи товаров		
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
	31	Способность составить ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства		
Раздел 3. МДК 01.03 Товароведение непродовольственных товаров				
Тема 3.1 Хозяйственные товары из пластмасс СРС к теме 3.1	31	Способность составить ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства	<i>Устный опрос (п. 5.1) Реферат (п.5.2)</i>	<i>Вопросы на экзамен (п. 6.4)</i>
	32	Способность выявлять товароведные характеристики		

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС ³	
			Текущий контроль ⁴	Промежуточная аттестация ⁴
		реализуемых товаров, их свойства и показатели		
	37	Способность определять условия и сроки транспортирования и хранения товаров однородных групп		
	38	Способность определять основные мероприятия по предупреждению повреждения и порчи товаров		
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
Тема 3.2 Металлохозяйственные товары СРС к теме 3.2	31	Способность составить ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства	<i>Устный опрос (п. 5.1) Реферат (п.5.2)</i>	<i>Вопросы на экзамен (п. 6.4)</i>
	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели		
	37	Способность определять условия и сроки транспортирования и хранения товаров однородных групп		
	38	Способность определять основные мероприятия по предупреждению повреждения и порчи товаров		
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
Тема 3.3 Ювелирные товары	31	Способность составить ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства	<i>Устный опрос (п. 5.1)</i>	<i>Вопросы на экзамен (п. 6.4)</i>
	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели		

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС ³	
			Текущий контроль ⁴	Промежуточная аттестация ⁴
	37	Способность определять условия и сроки транспортирования и хранения товаров однородных групп		
	38	Способность определять основные мероприятия по предупреждению повреждения и порчи товаров		
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
Тема 3.4 Стекланные бытовые товары СРС к теме 3.4	31	Способность составить ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства	<i>Устный опрос (п. 5.1) Реферат (п.5.2)</i>	<i>Вопросы на экзамен (п. 6.4)</i>
	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели		
	37	Способность определять условия и сроки транспортирования и хранения товаров однородных групп		
	38	Способность определять основные мероприятия по предупреждению повреждения и порчи товаров		
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
Тема 3.5 Керамические бытовые товары СРС к теме 3.5	31	Способность составить ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства	<i>Устный опрос (п. 5.1) Реферат (п.5.2)</i>	<i>Вопросы на экзамен (п. 6.4)</i>
	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели		
	37	Способность определять условия и сроки		

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС ³	
			Текущий контроль ⁴	Промежуточная аттестация ⁴
		транспортирования и хранения товаров однородных групп		
	38	Способность определять основные мероприятия по предупреждению повреждения и порчи товаров		
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
Тема 3.6 Мебельные товары	31	Способность составить ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства	<i>Устный опрос (п. 5.1)</i>	<i>Вопросы на экзамен (п. 6.4)</i>
	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели		
	37	Способность определять условия и сроки транспортирования и хранения товаров однородных групп		
	38	Способность определять основные мероприятия по предупреждению повреждения и порчи товаров		
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
Тема 3.7 Парфюмерно-косметические товары	31	Способность составить ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства	<i>Устный опрос (п. 5.1)</i>	<i>Вопросы на экзамен (п. 6.4)</i>
	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели		
	37	Способность определять условия и сроки транспортирования и хранения товаров однородных групп		

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС ³	
			Текущий контроль ⁴	Промежуточная аттестация ⁴
	38	Способность определять основные мероприятия по предупреждению повреждения и порчи товаров		
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
Тема 3.8 Канцелярские и школьно-письменные товары	31	Способность составить ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства	<i>Устный опрос (п. 5.1)</i>	<i>Вопросы на экзамен (п. 6.4)</i>
	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели		
	37	Способность определять условия и сроки транспортирования и хранения товаров однородных групп		
	38	Способность определять основные мероприятия по предупреждению повреждения и порчи товаров		
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
Тема 3.9 Товары бытовой химии СРС к теме 3.9	31	Способность составить ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства	<i>Устный опрос (п. 5.1) Реферат (п.5.2)</i>	<i>Вопросы на экзамен (п. 6.4)</i>
	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели		
	37	Способность определять условия и сроки транспортирования и хранения товаров однородных групп		
	38	Способность определять основные мероприятия по		

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС ³	
			Текущий контроль ⁴	Промежуточная аттестация ⁴
		предупреждению повреждения и порчи товаров		
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
Тема 3.10 Текстиль- ные товары (ткани) СРС к теме 3.10	31	Способность составить ассортимент однородных групп определенного класса, их потребительские свойства	<i>Устный опрос (п. 5.1) Самостоятельная работа (п.5.6, задание 21)</i>	<i>Вопросы на экзамен (п. 6.4)</i>
	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели		
	37	Способность определять условия и сроки транспортирования и хранения товаров однородных групп		
	38	Способность определять основные мероприятия по предупреждению повреждения и порчи товаров		
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
Тема 3.11 Швейно- трикотаж- ные товары СРС к теме 3.11	31	Способность составить ассортимент однородных групп определенного класса, их потребительские свойства	<i>Устный опрос (п. 5.1) Самостоятельная работа (п.5.6, задание 22, 23)</i>	<i>Вопросы на экзамен (п. 6.4)</i>
	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели		
	37	Способность определять условия и сроки транспортирования и хранения товаров однородных групп		
	38	Способность определять основные мероприятия по предупреждению повреждения и порчи товаров		

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС ³	
			Текущий контроль ⁴	Промежуточная аттестация ⁴
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
Тема 3.12 Обувные товары	31	Способность составить ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства	<i>Устный опрос (п. 5.1)</i>	<i>Вопросы на экзамен (п. 6.4)</i>
	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели		
	37	Способность определять условия и сроки транспортирования и хранения товаров однородных групп		
	38	Способность определять основные мероприятия по предупреждению повреждения и порчи товаров		
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
Тема 3.13 Пушно- меховые и овчинно- шубные товары	31	Способность составить ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства	<i>Устный опрос (п. 5.1)</i>	<i>Вопросы на экзамен (п. 6.4)</i>
	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели		
	37	Способность определять условия и сроки транспортирования и хранения товаров однородных групп		
	38	Способность определять основные мероприятия по предупреждению повреждения и порчи товаров		
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной		

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС ³	
			Текущий контроль ⁴	Промежуточная аттестация ⁴
		принадлежности		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
Тема 3.14 Игрушки	31	Способность составить ассортимент товаров однородных групп определенного класса, их потребительские свойства	<i>Устный опрос (п. 5.1)</i>	<i>Вопросы на экзамен (п. 6.4)</i>
	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели		
	37	Способность определять условия и сроки транспортирования и хранения товаров однородных групп		
	38	Способность определять основные мероприятия по предупреждению повреждения и порчи товаров		
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
Раздел 4. МДК 01.04 Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда				
Тема 4.1. Введение. Предмет курса. Товародвижение.	39	Способность понимать классификацию торгово-технологического оборудования, его назначение и устройство	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵</i>	<i>Вопросы к контрольной работе (п. 6.2)</i>
Тема 4.2. Классификация торгового оборудования.	39	Способность понимать классификацию торгово-технологического оборудования, его назначение и устройство	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵</i>	<i>Вопросы к контрольной работе (п. 6.2)</i>
	У12	Способность соблюдать требования техники безопасности и охраны труда		
	П8	Способность эксплуатации основных видов торгово-технологического оборудования		
	П9	Способность принимать участие в проведении инвентаризации товаров		

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель ² овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС ³	
			Текущий контроль ⁴	Промежуточная аттестация ⁴
Тема 4.3. Механизация и автоматизация технологических процессов в торговле.	39	Способность понимать классификацию торгово-технологического оборудования, его назначение и устройство	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵</i>	<i>Вопросы к контрольной работе (п. 6.2)</i>
	310	Способность соблюдать требования к условиям и правила эксплуатации торгово-технологического оборудования		
Тема 4.4. Краткая характеристика основных групп торгового оборудования	314	Способность указать причины возникновения и профилактики производственного травматизма; фактические или потенциальные последствия собственной деятельности (или бездействия) и их влияние на уровень безопасности труда	<i>Устный опрос (п. 5.1)⁵</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>
	315	Способность описать возможные последствия несоблюдения технологических процессов и производственных инструкций подчиненными работниками (персоналом)		
	У12	Способность соблюдать требования техники безопасности и охраны труда		
	П8	Способность эксплуатировать основные виды торгово-технологического оборудования		

² - для формулировки показателей использовать положения Таксономии Блума.

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

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

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

3.2 Средства, применяемые для оценки уровня практической подготовки

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
Раздел 1. МДК 01.01 Основы управления ассортиментом товаров				
Тема 1.1 Практическое занятие 1	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности	<i>Письменное задание № 1 (п. 5.3) Письменный отчет по практической работе</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>
	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах		
	П1	Способность проводить анализ ассортиментной политики торговой организации		
Тема 1.2 Практическое занятие 2	У3	применять средства и методы маркетинга для формирования спроса и стимулирования сбыта	<i>Письменное задание № 2 Письменный отчет по практической работе</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>
	П2	выявление потребности в товаре (спроса)		
Тема 1.3 Практическое занятие 3	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности	<i>Письменное задание № 3 Письменный отчет по практической работе</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>
	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах		
	П1	Способность проводить анализ ассортиментной политики торговой организации		
Тема 1.4 Практическое занятие 4	У3	Способность применять средства и методы маркетинга для формирования спроса и стимулирования сбыта	<i>Письменное задание № 4 Письменный отчет по практической работе</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>
	П2	Способность выявлять потребности в товаре (спроса)		
Тема 1.5 Практическое занятие 5 Практическое занятие 6 Практическое занятие 7 Практическое занятие 8 Практическое	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности	<i>Расчетно-графическая работа 1 Расчетно-графическая работа 2 Письменное задание № 5 Расчетно-графическая</i>	<i>Практическое задание к экзамену 1 (п. 6.3)</i>
	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах		

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
Практическое занятие 9 Практическое занятие 10	У4	Способность рассчитывать показатели ассортимента;	<i>работа 3</i> <i>Расчетно-графическая работа 4</i> <i>Расчетно-графическая работа 5</i> <i>Письменный отчет по практическим работам</i>	
	П1	Способность проводить анализ ассортиментной политики торговой организации		
	П2	Способность выявлять потребности в товаре (спроса)		
Тема 1.6 Практическое занятие 11	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности	<i>Расчетно-графическая работа 6</i> <i>Письменный отчет по практической работе</i>	<i>Тестовые задания (п. 6.1)</i>
	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах		
	У4	Способность рассчитывать показатели ассортимента;		
	П1	Способность проводить анализ ассортиментной политики торговой организации		
Тема 1.7 Практическое занятие 12 Практическое занятие 13	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности	<i>Письменное задание № 6</i> <i>Письменное задание № 7</i> <i>Письменный отчет по практической работе</i>	<i>Вопросы на экзамен</i>
	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах		
	У4	Способность рассчитывать показатели ассортимента;		
	П1	Способность проводить анализ ассортиментной политики торговой организации		
	П5	Способность размещать товары		
Тема 1.8 Практическое занятие 14 Практическое занятие 15	У5	Способность оформлять договоры с контрагентами; контролировать их выполнение, в том числе поступление товаров в согласованном ассортименте по срокам, качеству, количеству	<i>Письменное задание № 8</i> <i>Письменное задание № 9</i> <i>Письменный отчет по практической</i>	<i>Вопросы на экзамен</i>

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
	У6	Способность предъявлять претензии за невыполнение контрагентами договорных обязательств	<i>работе</i>	
	ПЗ	Способность организовывать работу с поставщиками и потребителями		
	П4	Способность проводить приемку товаров по количеству и качеству		
	П9	Способность проведения инвентаризации товаров		
Тема 1.9 Практическое занятие 16 Практическое занятие 17	У7	Способность готовить ответы на претензии покупателей; производить закупку и реализацию товаров	<i>Письменное задание № 10</i> <i>Письменное задание № 11</i> <i>Письменный отчет по практической работе</i>	<i>Вопросы на экзамен</i>
	ПЗ	Способность организовывать работу с поставщиками и потребителями		
Тема 1.10 Практическое занятие 18 Практическое занятие 19 Практическое занятие 20	У8	Способность учитывать факторы, влияющие на ассортимент и качество при организации товародвижения	<i>Письменное задание № 12</i> <i>Письменное задание № 13</i> <i>Письменное задание № 14</i> <i>Письменный отчет по практической работе</i>	<i>Вопросы на экзамен</i> <i>Практическое задание к экзамену 2 (...)</i>
	У9	Способность определять условия и сроки хранения товаров		
	У10	Способность рассчитывать товарные потери; планировать меры по ускорению оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь		
	П4	Способность проводить приемку товаров по количеству и качеству		
	П6	Способность проводить контроль условий и сроков транспортировки и хранения товаров		
	П7	Способность обеспечивать товародвижение в складах и магазинах		
	П6	Способность проводить контроль условий и сроков транспортировки и хранения товаров		
Тема 1.11	У2	Способность формировать	<i>Письменное</i>	<i>Вопросы на</i>

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
Практическое занятие 21		торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах	<i>задание № 15 Письменный отчет по практической работе</i>	<i>экзамен</i>
	У10	Способность рассчитывать товарные потери; планировать меры по ускорению оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь		
	П2	Способность выявлять потребности в товаре (спроса)		
Тема 1.12 Практическое занятие 22	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах	<i>Расчетно-графическая работа 7 Письменный отчет по практической работе</i>	<i>Практическое задание к экзамену</i>
	П1	Способность анализировать ассортиментную политику торговой организации		
Раздел 2. МДК 01.02 Товароведение продовольственных товаров				
Тема 2.1 Лабораторная работа № 1	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели	Письменный отчет по лабораторной работе	Вопросы на экзамен
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
	У10	Способность рассчитывать товарные потери; планировать меры по ускорению оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь		
	П4	Способность проводить приемку товаров по количеству и качеству		
	П5	Способность рационально размещать товары		
	П6	Способность контролировать условия и сроки		

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
		транспортировки и хранения товаров		
Тема 2.2 Лабораторная работа № 2	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели	Письменный отчет по лабораторной работе	Вопросы на экзамен
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
	У10	Способность рассчитывать товарные потери; планировать меры по ускорению оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь		
	П4	Способность проводить приемку товаров по количеству и качеству		
	П5	Способность рационально размещать товары		
Тема 2.3 Лабораторная работа № 3	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели	Письменный отчет по лабораторной работе	Вопросы на экзамен
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
	У10	Способность рассчитывать		

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
		товарные потери; планировать меры по ускорению оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь		
	П4	Способность проводить приемку товаров по количеству и качеству		
	П5	Способность рационально размещать товары		
	П6	Способность контролировать условия и сроки транспортировки и хранения товаров		
Тема 2.4 Лабораторная работа № 4	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели	Письменный отчет по лабораторной работе	Вопросы на экзамен
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
	У10	Способность рассчитывать товарные потери; планировать меры по ускорению оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь		
	П4	Способность проводить приемку товаров по количеству и качеству		
	П5	Способность рационально размещать товары		
	П6	Способность контролировать условия и сроки транспортировки и хранения товаров		
Тема 2.5 Лабораторная работа № 5	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых	Письменный отчет по лабораторной	Вопросы на экзамен

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
		товаров, их свойства и показатели	работе	
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
	У10	Способность рассчитывать товарные потери; планировать меры по ускорению оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь		
	П4	Способность проводить приемку товаров по количеству и качеству		
	П5	Способность рационально размещать товары		
	П6	Способность контролировать условия и сроки транспортировки и хранения товаров		
Тема 2.6 Лабораторная работа № 6	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели	Письменный отчет по лабораторной работе	Вопросы на экзамен
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
	У10	Способность рассчитывать товарные потери; планировать меры по ускорению оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь		

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
	П4	Способность проводить приемку товаров по количеству и качеству		
	П5	Способность рационально размещать товары		
	П6	Способность контролировать условия и сроки транспортировки и хранения товаров		
Тема 2.7 Лабораторная работа № 7	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели	Письменный отчет по лабораторной работе	Вопросы на экзамен
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
	У10	Способность рассчитывать товарные потери; планировать меры по ускорению оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь		
	П4	Способность проводить приемку товаров по количеству и качеству		
	П5	Способность рационально размещать товары		
	П6	Способность контролировать условия и сроки транспортировки и хранения товаров		
Тема 2.8 Лабораторная работа № 8	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели	Письменный отчет по лабораторной работе	Вопросы на экзамен
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
	У10	Способность рассчитывать товарные потери; планировать меры по ускорению оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь		
	П4	Способность проводить приемку товаров по количеству и качеству		
	П5	Способность рационально размещать товары		
	П6	Способность контролировать условия и сроки транспортировки и хранения товаров		
	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели		
У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности			
У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах			
У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров			
У10	Способность рассчитывать товарные потери; планировать меры по ускорению оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь			
П4	Способность проводить приемку товаров по количеству и качеству			
П5	Способность рационально			
Тема 2.9 Лабораторная работа № 9				

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
		размещать товары		
	П6	Способность контролировать условия и сроки транспортировки и хранения товаров		
Тема 2.10 Лабораторная работа № 10	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели	Письменный отчет по лабораторной работе	Вопросы на экзамен
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
	У10	Способность рассчитывать товарные потери; планировать меры по ускорению оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь		
	П4	Способность проводить приемку товаров по количеству и качеству		
	П5	Способность рационально размещать товары		
	П6	Способность контролировать условия и сроки транспортировки и хранения товаров		
Раздел 3. МДК 01.03 Товароведение непродовольственных товаров				
Тема 3.1 Лабораторная работа № 1	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели	<i>Письменный отчет по лабораторной работе</i>	<i>Вопросы на экзамен</i>
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа		

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
		потребности в товарах		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
	У10	Способность рассчитывать товарные потери; планировать меры по ускорению оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь		
	П4	Способность проводить приемку товаров по количеству и качеству		
	П5	Способность рационально размещать товары		
	П6	Способность контролировать условия и сроки транспортировки и хранения товаров		
Тема 3.2 Лабораторная работа № 2	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели	<i>Письменный отчет по лабораторной работе</i>	<i>Вопросы на экзамен</i>
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
	У10	Способность рассчитывать товарные потери; планировать меры по ускорению оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь		
	П4	Способность проводить приемку товаров по количеству и качеству		
	П5	Способность рационально размещать товары		
П6	Способность контролировать условия и сроки транспортировки и хранения			

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
		товаров		
Тема 3.3 Лабораторная работа № 3	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели	<i>Письменный отчет по лабораторной работе</i>	<i>Вопросы на экзамен</i>
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
	У10	Способность рассчитывать товарные потери; планировать меры по ускорению оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь		
	П4	Способность проводить приемку товаров по количеству и качеству		
	П5	Способность рационально размещать товары		
	П6	Способность контролировать условия и сроки транспортировки и хранения товаров		
Тема 3.4 Лабораторная работа № 4	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели	<i>Письменный отчет по лабораторной работе</i>	<i>Вопросы на экзамен</i>
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
	У10	Способность рассчитывать товарные потери;		

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
		планировать меры по ускорению оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь		
	П4	Способность проводить приемку товаров по количеству и качеству		
	П5	Способность рационально размещать товары		
	П6	Способность контролировать условия и сроки транспортировки и хранения товаров		
Тема 3.5 Лабораторная работа № 5	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели	<i>Письменный отчет по лабораторной работе</i>	<i>Вопросы на экзамен</i>
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
	У10	Способность рассчитывать товарные потери; планировать меры по ускорению оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь		
	П4	Способность проводить приемку товаров по количеству и качеству		
	П5	Способность рационально размещать товары		
	П6	Способность контролировать условия и сроки транспортировки и хранения товаров		
Тема 3.6 Лабораторная работа № 6	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели	<i>Письменный отчет по лабораторной работе</i>	<i>Вопросы на экзамен</i>

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
	У10	Способность рассчитывать товарные потери; планировать меры по ускорению оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь		
	П4	Способность проводить приемку товаров по количеству и качеству		
	П5	Способность рационально размещать товары		
	П6	Способность контролировать условия и сроки транспортировки и хранения товаров		
Тема 3.7 Лабораторная работа № 7 Лабораторная работа № 8	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели	<i>Письменный отчет по лабораторной работе</i>	<i>Вопросы на экзамен</i>
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
	У10	Способность рассчитывать товарные потери; планировать меры по ускорению оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь		
	П4	Способность проводить приемку товаров по		

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
		количеству и качеству		
	П5	Способность рационально размещать товары		
	П6	Способность контролировать условия и сроки транспортировки и хранения товаров		
Тема 3.8 Лабораторная работа № 9	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели	<i>Письменный отчет по лабораторной работе</i>	<i>Вопросы на экзамен</i>
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
	У10	Способность рассчитывать товарные потери; планировать меры по ускорению оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь		
	П4	Способность проводить приемку товаров по количеству и качеству		
	П5	Способность рационально размещать товары		
	П6	Способность контролировать условия и сроки транспортировки и хранения товаров		
Тема 3.9 Лабораторная работа № 10	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели	<i>Письменный отчет по лабораторной работе</i>	<i>Вопросы на экзамен</i>
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа		

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
		потребности в товарах		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
	У10	Способность рассчитывать товарные потери; планировать меры по ускорению оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь		
	П4	Способность проводить приемку товаров по количеству и качеству		
	П5	Способность рационально размещать товары		
	П6	Способность контролировать условия и сроки транспортировки и хранения товаров		
Тема 3.10 Лабораторная работа № 11	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели	<i>Письменный отчет по лабораторной работе</i>	<i>Вопросы на экзамен</i>
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
	У10	Способность рассчитывать товарные потери; планировать меры по ускорению оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь		
	П4	Способность проводить приемку товаров по количеству и качеству		
	П5	Способность рационально размещать товары		
	П6	Способность контролировать условия и сроки транспортировки и хранения		

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
		товаров		
Тема 3.11 Лабораторная работа № 12 Лабораторная работа № 13	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели	<i>Письменный отчет по лабораторной работе</i>	<i>Вопросы на экзамен</i>
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
	У10	Способность рассчитывать товарные потери; планировать меры по ускорению оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь		
	П4	Способность проводить приемку товаров по количеству и качеству		
	П5	Способность рационально размещать товары		
П6	Способность контролировать условия и сроки транспортировки и хранения товаров			
Тема 3.12 Лабораторная работа № 14	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели	<i>Письменный отчет по лабораторной работе</i>	<i>Вопросы на экзамен</i>
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
	У10	Способность рассчитывать товарные потери;		

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
		планировать меры по ускорению оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь		
	П4	Способность проводить приемку товаров по количеству и качеству		
	П5	Способность рационально размещать товары		
	П6	Способность контролировать условия и сроки транспортировки и хранения товаров		
Тема 3.13 Лабораторная работа № 15	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели	<i>Письменный отчет по лабораторной работе</i>	<i>Вопросы на экзамен</i>
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
	У10	Способность рассчитывать товарные потери; планировать меры по ускорению оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь		
	П4	Способность проводить приемку товаров по количеству и качеству		
	П5	Способность рационально размещать товары		
	П6	Способность контролировать условия и сроки транспортировки и хранения товаров		
Тема 3.14 Лабораторная работа № 16	32	Способность выявлять товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели	<i>Письменный отчет по лабораторной работе</i>	<i>Вопросы на экзамен</i>

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
	У1	Способность распознавать товары по ассортиментной принадлежности		
	У2	Способность формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах		
	У9	Способность соблюдать условия и сроки хранения товаров		
	У10	Способность рассчитывать товарные потери; планировать меры по ускорению оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь		
	П4	Способность проводить приемку товаров по количеству и качеству		
	П5	Способность рационально размещать товары		
	П6	Способность контролировать условия и сроки транспортировки и хранения товаров		
	П6	Способность контролировать условия и сроки транспортировки и хранения товаров		
Раздел 4. МДК 01.04 «Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда»				
Тема 4.2 Практическое занятие 1 Практическое занятие 2 Практическое занятие 3 Практическое занятие 4	У12	Способность соблюдать требования техники безопасности и охраны труда	<i>Письменный отчет по практической работе</i> <i>Устный опрос (п. 5.1)</i>	<i>Вопросы к контрольной работе (п. 6.2)</i>
	П8	Способность эксплуатации основных видов торгово-технологического оборудования		
	П9	Способность принимать участие в проведении инвентаризации товаров		
Тема 4.4 Практическое занятие 5 Практическое занятие 6 Практическое занятие 7	У12	Способность соблюдать требования техники безопасности и охраны труда	<i>Письменный отчет по практической работе</i> <i>Устный опрос (п. 5.1)</i>	<i>Тестовые задания(п. 6.1)</i> <i>Защита отчета по выполнению итогового задания</i>
	П8	Способность эксплуатации основных видов торгово-технологического оборудования		

Краткое наименование раздела (модуля) / темы дисциплины	Код результата обучения	Показатель овладения результатами обучения	Наименование оценочного средства и представление его в КОС	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация

4 Описание процедуры оценивания

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

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

При проведении промежуточной аттестации оценивается достижение студентом запланированных по дисциплине результатов обучения, обеспечивающих результаты освоения образовательной программы в целом.

Критерии оценивания устного ответа

(оценочные средства: *собеседование*.)

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

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

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

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

Критерии оценивания письменной работы

(оценочные средства: *расчетно-графическая работа, письменный отчет по практической работе, письменный отчет по лабораторной работе, курсовая работа*).

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

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

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

2 балла - работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Проблема не раскрыта. Выводы отсутствуют. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

Критерии оценивания тестового задания

Оценка	<i>Отлично</i>	<i>Хорошо</i>	<i>Удовлетворительно</i>	<i>Неудовлетворительно</i>
Количество правильных ответов	91 % и \geq	от 76% до 90,9 %	не менее 61%	менее 61%

Критерии выставления оценки студенту на экзамене

(оценочные средства: *устный опрос в форме ответов на вопросы билетов, выполнение практических заданий, решение кейс-задач.*)

Оценка по промежуточной аттестации	Характеристика уровня освоения дисциплины
«отлично»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на итоговом уровне: обнаруживает всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.
«хорошо»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на среднем уровне: основные знания, умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
«удовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных

	компетенций на базовом уровне: имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, в ходе контрольных мероприятий допускаются значительные ошибки, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ, при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.
«неудовлетворительно»	Студент демонстрирует сформированность дисциплинарных компетенций на уровне ниже базового: выявляется полное или практически полное отсутствие знаний значительной части программного материала, студент допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы, умения и навыки не сформированы.

5. Примеры оценочных средств для проведения текущей аттестации

5.1 Вопросы для собеседования (устного опроса):

Раздел 1. МДК 01.01 Основы управления ассортиментом товаров

Тема 1.1 Цели, задачи, предмет и структура учебной дисциплины

1. Определение понятия "товар".
2. Классификация товаров потребительского назначения. Классификация товаров промышленного назначения.
3. Отличительные особенности услуг. Классификация услуг
4. Дайте определение понятия «ассортимент».
5. По каким признакам классифицируют ассортимент.
6. Перечислите основные свойства ассортимента продукции.
7. Укажите принципы управления ассортиментом товаров
8. Укажите основные направления управления ассортиментом
9. Дайте определение понятия «объект» управления ассортиментом
10. Укажите методы исследования ассортимента товаров

Тема 1.2 Потребности и спрос

1. Виды потребностей.
2. Влияние потребностей на спрос.
3. Закон спроса «Парадоксы» закона спроса.
4. Дайте определение понятия «спрос».
5. Что такое эластичность спроса? Виды эластичности.
6. Дополнительные затраты.
7. Ценовая эластичность спроса.
8. Процедура оценки объемов потребительского спроса и исследования его структуры.
9. Основные методы изучения спроса

Тема 1.3 Товарная политика розничного торгового предприятия

1. Понятие товарной политики
2. Роль товарной политики в комплексе маркетинга предприятия
3. Специфика товарной политики торгового предприятия
4. Цели и задачи товарной политики предприятия.
5. Этапы разработки товарной политики предприятия.
6. Виды товарного ассортимента: промышленный, торговый, простой, сложный, групповой, развернутый, смешанный).
7. Составляющие товарной политики предприятия
8. Факторы влияющие на товарную политику торгового предприятия

9. Матрица БКГ и ее использование в формировании товарного ассортимента

Тема 1.4 Жизненный цикл товара

1. Концепция «Жизненного цикла товара».
2. Разработка товара.
3. Выведение на рынок.
4. Рост.
5. Зрелость.
6. Упадок.
7. Зависимость ценообразования от жизненного цикла товара
8. Методы определения жизненного цикла
9. Товарный знак
10. Правовое обеспечение товарных знаков
11. Раскройте зависимость ассортиментной политики от стадий ЖЦТ.

Тема 1.5 Стратегия и ассортиментная политика торгового предприятия

1. Понятие широты ассортимента.
2. Что такое ассортиментный минимум?
3. Каким образом формируется ассортимент?
4. Определение рационального ассортимента.
5. Причины создания рационального ассортимента.
6. Выбор стратегии предприятия для повышения эффективности ассортимента.
7. Основные понятия в области управления ассортиментом товаров.
8. Принципы управления ассортиментом товаров: безопасность, эффективность, совместимость, взаимозаменяемость, систематизация и соответствие.
9. Объекты и предмет управления ассортиментом товаров.
10. Этапы формирования ассортимента в розничном торговом предприятии.
11. Стратегия и тактика управления ассортиментом.
12. Ассортиментная политика розничного торгового предприятия.
13. Свойства и показатели ассортимента
14. Содержание ABC-анализа.
15. XYZ – анализ.
16. Совмещенный ABC – и XYZ – анализ.
17. Матрица БКГ и ее использование в формировании товарного ассортимента

Тема 1.6 Понятие категорийного менеджмента

1. Определение товарной категории.
2. Роль товарной категории в ассортименте магазина.
3. Группы товаров, входящие в состав одной товарной категории
4. Предпосылки формирования системы категорийного менеджмента.
5. Категорийный менеджмент: принципы, организация.
6. Этапы внедрения категорийного менеджмента в управление товарным обеспечением предприятия.
7. Стратегические цели и задачи управления ассортиментом торгового предприятия в рамках категорийного менеджмента.
8. Сущность товарной категории. Цели и задачи формирования товарной категории.
9. Структура категории как основа для формирования матрицы.
10. Виды, типы товарных категорий, правила их формирования.
11. Специфика процесса управления в категорийном менеджменте.
12. Необходимые изменения в организационной структуре торгового предприятия при внедрении категорийного менеджмента.

Тема 1.7 Методология категорийного ассортимента

1. Категорийный менеджмент: принципы, организация.
2. Этапы внедрения категорийного менеджмента в управление товарным обеспечением предприятия.
3. Стратегические цели и задачи управления ассортиментом торгового предприятия в рамках категорийного менеджмента.
4. Сущность товарной категории. Цели и задачи формирования товарной категории.
5. Структура категории как основа для формирования матрицы.
6. Основные методы анализа и оптимизации структуры ассортимента.
7. Основные этапы процесса управления товарным обеспечением магазина в рамках категорийного менеджмента.
8. Составление ассортиментной матрицы товарной категории.
9. Формирование категорий в ассортименте.
10. Определение структуры ассортимента.
11. Балансировка ассортимента по широте.
12. Балансировка ассортимента по глубине.
13. Корректировка цен на товары внутри категории.
14. Распределение торговых площадей между категориями.

Тема 1.8 Организация хозяйственных связей

1. Дайте определение понятия хозяйственных связей в торговле.
2. Каким правовым актом регулируются хозяйственные взаимоотношения между поставщиками и покупателями товаров?
3. В чем состоит сущность прямых хозяйственных связей и их эффективность?
4. Какие условия необходимо учитывать при установлении прямых хозяйственных связей?
5. Как изменилась роль заявок и заказов при организации хозяйственных связей в рыночных условиях?
6. Дайте определение понятию "Договор".
7. Перечислите и охарактеризуйте основные виды договоров, применяемых в торговле.
8. В какой форме может быть заключен договор?
9. Что такое оферта и акцепт?
10. Что является существенными условиями договора?
11. Каков порядок заключения договора?
12. Каков порядок изменения или расторжения договора?
13. В чем проявляется ответственность сторон за нарушение условий договора?
14. Что такое неустойка и в чем она может выражаться?

Тема 1.9 Закупка и поставка товаров

1. В чем сущность закупочной работы?
2. Назовите основные этапы коммерческой работы по закупкам товаров.
3. Как используется маркетинг в закупочной работе?
4. Изложите классификацию поставщиков товаров.
5. Как организовать рациональный учет и контроль по закупкам товаров?
6. Каков порядок предъявления претензии поставщикам?
7. Организация и планирование закупочной деятельности; стадии планирования и содержание плана.
8. Анализ конъюнктуры товарного рынка как основа планирования закупки товаров
9. Принципы оценки и отбора поставщиков.
10. Выбор оптимального способа закупки: прямые закупки товаров; закупки через посреднические структуры; размещение заказов через публичные торги.
11. Преимущества закупки товаров на ярмарках, выставках-продажах, биржах и аукционах.

12. Организация управления закупочной деятельностью и функции структурных подразделений.
13. Проблемы, связанные с управлением закупками.

Тема 1.10 Технологический процесс товародвижения

1. Понятие товародвижения
2. Технологические операции по поступлению и отпуску товаров
3. Технология снабжения предприятий торговли
4. Хранение товаров. Методы и режимы хранения
5. Товарные потери
6. Предупреждение товарных потерь
7. Классификация тары
8. Функции тары
9. Возвратная тара
10. Задачи и принципы управления товарным обеспечением.
11. Какие показатели используются для оценки товарного обеспечения

Тема 1.11 Формирование и планирование товарных запасов

1. Понятие товарных запасов
2. Роль товарных запасов при формировании ассортимента
3. Показатели, характеризующие товарные запасы
4. Регулирование товарных запасов
5. Оборачиваемость товарных запасов.
6. Прогнозирование спроса на основе статистики.
7. Определение уровня страхового запаса.
8. Анализ товаров по параметрам влияния. Излишки и дефицит.
9. Методы учета товарных запасов
10. Основные экономические показатели оценки результатов управления товарными запасами

Тема 1.12 Результаты оценки управления ассортиментом товаров

1. Понятие оптимизации ассортиментного портфеля.
2. Определение точки безубыточности
3. Основные методы анализа и оптимизации структуры ассортимента
4. Классификация методов стимулирования сбыта в торговле.
5. Планирование и прогнозирование продаж.
6. Контроль продаж, мониторинг продаж, оценка эффективности продаж.

Раздел 2. МДК 01.02 Товароведение продовольственных товаров

Тема 2.1. Основы товароведения продовольственных товаров

1. . Дать определение нормативной документации на продовольственные товары
2. По каким показателям определяется качество пищевых продуктов.
3. Какова структура построения нормативной документации
4. Какие ГОСТы применяют для экспертизы качества продовольственных товаров
5. .Что такое пищевая ценность продукта.
6. .Как рассчитать пищевую ценность продуктов,
7. .Содержание каких веществ учитывается при расчете пищевой ценности .
8. .Что такое биологическая ценность продукта

Тема 2.2. Зерномучные товары

1. Строение зерна на примере зерна пшеницы.
2. Химический состав зерна и распределение питательных веществ по анатомическим частям.

3. Зерно. Правила и режимы хранения.
4. Экспертиза качества зерна.
5. Дефекты зерна и причины их возникновения.
6. Крупа. Классификация.
7. Товароведная характеристика крупы.
8. Потребительские свойства крупы.
9. Экспертиза качества крупы
10. Мука. Классификация.
11. Товароведная характеристика муки.
12. Потребительские свойства муки.
13. Экспертиза качества муки

Тема 2.3. Плодоовощные товары

1. Технологии хранения отдельных видов плодов и овощей.
2. Характеристика основных микробиологических заболеваний отдельных видов плодов, овощей и ягод.
3. Причины их возникновения и меры предупреждения развития, влияние на качество и безопасность продукции.
4. Технология производства и товароведная характеристика квашеных и соленых овощей.
5. Плоды свежие. Классификация. Пищевая ценность. Хранение. Процессы, протекающие при хранении. Экспертиза качества.
6. Семечковые и косточковые плоды. Пищевая ценность. Товароведная характеристика. Дефекты и болезни.
7. Ягоды и орехоплодные. Пищевая ценность. Товароведная характеристика. Дефекты и болезни.
8. Тропические и субтропические плоды. Пищевая ценность. Товароведная характеристика. Дефекты и болезни.
9. Свежие овощи. Классификация. Пищевая ценность. Хранение. Процессы, протекающие при хранении. Экспертиза качества.
10. Клубнеплоды. Пищевая ценность. Товароведная характеристика. Дефекты и болезни.
11. Корнеплоды. Пищевая ценность. Товароведная характеристика. Дефекты и болезни.

Тема 2.4. Вкусовые товары

1. Этиловый спирт. Водка. Характеристика сырья. Товароведная характеристика. Экспертиза качества. Дефекты и причины их возникновения.
2. Ликероводочные изделия. Классификация. Характеристика сырья. Товароведная характеристика. Экспертиза качества. Дефекты и причины их возникновения.
3. Виноградные вина. Классификация. Характеристика сырья. Товароведная характеристика. Экспертиза качества. Дефекты и причины их возникновения.
4. Пиво. Характеристика сырья. Товароведная характеристика. Экспертиза качества. Дефекты и причины их возникновения.
5. Чай. Классификация. Пищевая ценность. Товароведная характеристика. Экспертиза качества. Дефекты, фальсификация. Хранение.
6. Кофе и кофейные напитки. Классификация. Пищевая ценность. Товароведная характеристика. Экспертиза качества. Дефекты, фальсификация. Хранение.
7. Пряности. Классификация. Пищевая ценность. Использование. Товароведная характеристика. Экспертиза качества. Дефекты. Фальсификация. Хранение.
8. Приправы. Классификация. Поваренная соль: виды. Товароведная характеристика. Экспертиза качества. Дефекты и причины их возникновения. Хранение.

Тема 2.5. Сахар. Мед. Крахмал. Кондитерские изделия

1. Характеристика сырья, используемого в производстве кондитерских изделий.
2. Какую роль выполняет патока при производстве карамели?
3. В каких кондитерских изделиях нормируется содержание редуцирующих веществ и почему?
4. По каким признакам можно отличить карамель с тянутой оболочкой от карамели с натянутой оболочкой?
5. От чего зависит гигроскопичность карамели?
6. По каким признакам можно отличить на конфетах шоколадную глазурь от жировой?
7. Характеристика наиболее распространенных дефектов карамели и конфет.
8. Какая зависимость между видами карамели, конфет и гарантийным сроком их хранения?
9. Характеристика обыкновенного, десертного, белого, пористого шоколада и сладкой плитки.
10. В чем заключаются лечебные свойства меда?
11. По каким признакам и показателям определяют натуральность меда? Что такое сахарный мед?
12. Что положено в основу формирования ассортимента печенья, крекеров, галет, пряников, вафель, кексов, пирожных, тортов?
13. По каким показателям учитывается качество мучных изделий, их дефекты?
14. Каким изменениям подвергаются мучные кондитерские изделия при хранении?
15. Что положено в основу классификации мармелада, пастильных изделий, варенья, джема, повидла, желе, цукатов?
16. Признаки формирования ассортимента мармелада фруктово-ягодного, желейного, желейного с фруктовыми добавками, пастилы клеевой и заварной, зефира.
17. В каком направлении совершенствуется современный ассортимент кондитерских изделий?

Тема 2.6. Молочные товары

1. Молоко коровье. Классификация.
2. Товароведная характеристика. Экспертиза качества молока.
3. Дефекты и причины их возникновения. Хранение.
4. Кисломолочные продукты. Классификация.
5. Товароведная характеристика. Экспертиза качества кисломолочных продуктов.
6. Дефекты и причины их возникновения. Хранение.
7. Сыры. Классификация. Товароведная характеристика.
8. Экспертиза качества сыров.
9. Дефекты сыров и причины их возникновения. Хранение.

Тема 2.7. Яичные товары

1. Почему на предприятиях общественного питания используются только куриные яйца?
2. Назовите основные части яйца и их соотношение по массе.
3. Какое количество белков содержится в яйце?
4. Как классифицируется яйцо в зависимости от способа и сроков хранения?
5. Назовите показатели, определяющие категорию яиц.
6. Дайте определение продукту – меланж.
7. Укажите условия хранения яичного порошка.

Тема 2.8. Пищевые жиры

1. Классификация пищевых жиров.
2. Какова пищевая ценность пищевых жиров? Назовите рекомендуемые нормы их потребления.
3. Классификация и ассортимент растительных масел.
4. Способы получения растительных масел.
5. Преимущества и недостатки отдельных способов получения масла.

6. Методы рафинации растительных масел.
7. Условия и сроки хранения растительных масел.
8. Назовите вещества, сопутствующие глицеридам. Как эти вещества влияют на пищевую ценность жиров?
9. Сырье и способы получения животных топленых жиров.
10. Ассортимент животных топленых жиров.
11. Показатели качества животных топленых жиров, условия и сроки их хранения.
12. Модифицированные жиры.
13. Какое сырье используется для получения маргарина?
14. Схема получения маргарина.
15. Классификация и ассортимент маргариновой продукции.
16. Показатели качества, условия и сроки хранения маргарина.
17. Характеристика кулинарных, кондитерских и хлебопекарных жиров, их использование.
18. Сырье, используемое для получения майонеза.
19. Способы получения майонеза.
20. Классификация и ассортимент майонеза.
21. Требования к качеству, условия и сроки хранения майонеза.
22. Виды порчи пищевых жиров.

Тема 2.9. Мясо и мясные товары

1. Мясо убойных животных.
2. Товароведная классификация мяса. Пищевая ценность.
3. Клеймение и маркировка мяса. Экспертиза качества. Хранение.
4. Мясо птицы. Классификация. Пищевая ценность.
5. Экспертиза качества мяса птицы. Хранение.
6. Субпродукты. Классификация. Пищевая ценность. Экспертиза качества. Хранение.
7. Мясные полуфабрикаты. Классификация. Пищевая ценность.
8. Экспертиза качества мясных полуфабрикатов. Хранение.
9. Колбасные изделия. Классификация. Пищевая ценность.
10. Товароведная характеристика колбасных изделий. Экспертиза качества. Хранение. Дефекты и причины их возникновения.
11. Мясные консервы. Классификация. Маркировка.
12. Экспертиза качества консервов. Хранение. Дефекты и причины их возникновения.

Тема 2.10. Рыба и рыбные товары

1. Чем объясняется высокая пищевая ценность и хорошая усвояемость мяса рыб?
2. Назовите способы замораживания рыбы.
3. Дайте характеристику икры осетровых рыб.
4. В чем заключаются достоинства рыбных полуфабрикатов?
5. Какие применяются способы посола рыбы? Их особенности и влияние на качество.
6. Каким образом виды разделки влияют на качество соленой рыбы?
7. Каким образом изменяется химический состав рыбы после посола?
8. Как влияют на сохраняемость соленых рыбных товаров различные виды тары и упаковки?
9. Какие семейства и виды рыбы после посола пригодны к использованию без тепловой обработки и, какие используются как полуфабрикаты для дальнейшей переработки?
10. Приведите пример торговой классификации соленой рыбы?
11. Укажите условия и сроки хранения соленой и маринованной рыбной продукции?
12. Охарактеризуйте сущность способов посола (простого,пряного, маринованного)

13. Какие вещества обуславливают вкусовые свойства копченой рыбы?
14. Какие вещества обуславливают окраску копченой рыбы?
15. Чем объясняются различия в физико-химических показателях рыбы горячего и холодного копчения?
16. Охарактеризуйте морские водоросли и их использование.
17. Чем отличаются рыбные пресервы от консервов?

5.2 Темы рефератов

Раздел 2. МДК 01.02 Товароведение продовольственных товаров

1. Пищевая ценность бобовых и злаковых круп.
2. Болезни и дефекты хлеба.
3. Строение и химический состав зерна на примере зерна пшеницы.
4. Распределение питательных веществ по анатомическим частям.
5. Технология производства и товароведная характеристика пшеничной и ржаной муки.
6. Ассортимент и качество макаронных изделий.
7. Способы консервирования свежих плодов и овощей.
8. Грибы свежие и переработанные. Классификация. Пищевая ценность. Способы консервирования. Экспертиза качества.
9. Классификация и пищевая ценность семечковых и косточковых плодов.
10. Дефекты и болезни плодов и овощей.
11. Новые технологии и способы хранения плодов и овощей
12. Классификация и пищевая ценность чая и чайных напитков. Хранение. Дефекты и фальсификация.
13. Классификация и пищевая ценность кофе и кофейных напитков. Хранение. Дефекты и фальсификация.
14. Процессы, формирующие качество пива.
15. Основные способы производства сухих молочных продуктов, их достоинства и недостатки.
16. Формирование качества и экспертиза кисломолочных продуктов.
17. Экспертиза молочных консервов.
18. Формирование качества и экспертиза сыров.
19. Клеймение и маркировка мяса.
20. Основные способы производства колбас.
21. Новейшие технологии, применяемые в производстве колбасных изделий.

Раздел 3. МДК 01.03 Товароведение непродовольственных товаров

Тема 3.1 Хозяйственные товары из пластмасс

1. Назовите достоинства и недостатки пластических масс.
2. Какие полимерные материалы обладают хорошими электроизоляционными свойствами.
3. Какие полимеры обладают высокой светопрозрачностью.
4. Назовите способы переработки пластмасс в изделие.
5. Назовите область применения полиэтилена, полипропилена, поливинилхлорида, полистерола, полиметилметакрилата, полиамида, полиуретана, фенопласта, аминопласта.
6. Какие требования предъявляются к качеству изделий из пластмасс пищевого назначения.
7. Каковы условия маркировки, хранения и упаковки изделий из пластмасс.
8. Какие дефекты не допускаются в сортных изделиях из пластмасс.

Тема 3.2 Металлохозяйственные товары

1. Основные свойства и марки черных металлов. Область применения.
2. Основные свойства и марки цветных металлов. Область применения.
3. Перечислите основные способы изготовления металлических товаров.

4. Какие защитные покрытия наносят для защиты металлических изделий от коррозии.
5. Классификация ассортимента металлической посуды.
6. Марки металлов и сплавов, применяемые для производства металлической посуды.
7. На какую металлическую посуду наносят антипригарные покрытия.
8. Основные свойства и виды антипригарных покрытий.
9. Укажите преимущества и недостатки каждого вида металлической посуды.
10. Классификация, ассортимент и методы контроля столовых приборов и кухонных принадлежностей.
11. Правила маркировки металлохозяйственных товаров.

Тема 3.3 Ювелирные товары

1. Основные материалы для изготовления ювелирных товаров.
2. Благородные (драгоценные) металлы и их сплавы.
3. Драгоценные и поделочные камни.
4. Классификация и свойства ювелирных камней.
5. Ассортимент драгоценных и поделочных камней.
6. Способы производства ювелирных изделий.
7. Обработка и отделка ювелирных изделий, сортность.
8. Классификация и ассортимент ювелирных товаров.
9. Требования к качеству ювелирных товаров.
10. Маркировка драгоценных металлов и изделий из них.
11. Упаковка ювелирных товаров.
12. Транспортирование ювелирных товаров.
13. Хранение ювелирных товаров в магазине и подготовка их к продаже.

Тема 3.4 Стеклообразующие материалы

1. Основные процессы стеклообразования.
2. Способы выработки стеклоизделий: прессование, выдувание, прессовыдувание, центробежный способ формования, вытягивание, прокат.
3. Виды силикатных стекол; свойства и применение свинцовых и бесвинцовых стекол.
4. Физико-механические и химические свойства стекла.
5. Технологический процесс производства стеклянных изделий; основные этапы производства.
6. Способы декорирования изделий в горячем и холодном состоянии.
7. Способы формования и декорирования стеклоизделий
8. Нанесение разделок на готовые изделия механическим и химическим способами.
9. Классификация изделий из стекла по происхождению, химическому составу, основным свойствам и назначению; по способу формования (выработке), по форме, размерам, видам и сложности декорирования, комплектности.
10. Факторы, влияющие на расширение ассортимента стеклоизделий.
11. Основные группы и важнейшие виды стеклоизделий.
12. Виды хрустальных стекол.
13. Термостойкая посуда.
14. Сортная посуда.
15. Требования к качеству стеклянных бытовых товаров; маркировке, таре и упаковке.
16. Экспертиза качества изделий из стекла и хрусталя..
17. Требования, предъявляемые к качеству.
18. Дефекты стеклоизделий, их влияние на качество изделий.
19. Установление норм боя при увеличении расстояния перевозки и доставке смешанными видами транспорта.
20. Факторы, формирующие потребительские свойства стеклянных изделий

21. Контроль качества стеклянных бытовых товаров.
22. Показатели качества стеклянной бытовой посуды.
23. Дефекты стеклоизделий, их влияние на качество в зависимости от вида, расположения, размера дефекта и размера стеклоизделия.
24. Отличительные особенности маркировки выдувных, прессовывдувных изделий, способы наклеивания бумажной этикетки; указание товарного знака завода, номера стандарта, сорта (хрустальных выдувных), группы разделки, цены.
25. Маркировка прессованных изделий оттиском необходимых данных на дне изделий при формовке.

Тема 3.5 Керамические бытовые товары

1. Сырье для производства керамических товаров.
2. Основные и вспомогательные материалы, применяемые для получения керамических масс.
3. Характеристика процесса производства керамики.
4. Способы формования изделий.
5. Характеристика механических и термических свойств керамики.
6. Сушка и обжиг керамических изделий.
7. Рельефное и гладкое, подглазурное и надглазурное декорирование по сырому черепку.
8. Особенности украшения препаратом золота, растворами солей, красящих окислов и декоративными глазуриями.
9. Виды разделок в зависимости от назначения и природы изделий.
10. Отличительные признаки фарфоровых, фаянсовых, майоликовых и гончарных изделий.
11. Классификация и характеристика ассортимента бытовых керамических изделий по форме, размерам, наличию глазурного слоя, назначению, комплектности, видам и группам сложности разделок и сортам.
12. Факторы, влияющие на расширение ассортимента керамических изделий.
13. Характеристика ассортимента основных групп и важнейших видов керамических изделий.
14. Структура ассортимента.
15. Ассортимент импортных керамических изделий.
16. Классификационная характеристика строительных керамических материалов и изделий.
17. Оценка качества изделий из керамики инструментальным и органолептическим методами.
18. Виды дефектов черепка и глазури и дефекты декорирования.
19. Деление фарфоровых изделий по уровню качества.
20. Особенности стандартизации и требования нормативных документов изделий из керамики.
21. Контроль соответствия маркировки, упаковки и транспортирования фарфоровых, фаянсовых, майоликовых и гончарных изделий.
22. Приемка керамических посудохозяйственных товаров по качеству и количеству.
23. Нормы боя керамических товаров.

Тема 3.6 Мебельные товары

1. Ассортимент бытовой, медицинской, мебели для предприятий торговли, гостиниц, здравниц, общежитий, для предприятий бытового обслуживания, для библиотек и читальных залов, для предприятий общественного питания, спортивных залов и сооружений, а также залов ожидания транспортных учреждений.
2. Классификация мебели по функциональному назначению.
3. Ассортимент корпусной мебели для хранения.

4. Характеристика мебели предназначенной для сидения (лежания), виды, характеристика.
5. Ассортимент мебели для работы, приема пищи (столы разного назначения).
6. Классификационная характеристика ассортимента мебели по конструктивным признакам, технологии изготовления и материалам.
7. Требования к качеству мягких элементов в мебели, облицовочным материалам, зеркалам, стеклам и к мебельной фурнитуре.
8. Методы контроля, применяемые при проведении экспертизы мебели.
9. Установление уровня качества мебели.
10. Основные показатели качества при проведении неразрушающего контроля.
11. Требования, предъявляемые к проектному решению, производственному исполнению, маркировке и упаковке мебели.
12. Экспертиза изделий мебели у покупателя.
13. Проверка условий эксплуатации мебели.
14. Контроль соответствия маркировки, упаковки и транспортирования мебельных товаров.

Тема 3.7 Парфюмерно-косметические товары

1. Сырье и материалы для производства парфюмерно-косметических товаров.
2. Классификация и характеристика парфюмерных товаров.
3. Классификация и характеристика косметических товаров.
4. Особенности обоняния человека. Влияние запахов на человека.
5. Потребительские свойства парфюмерных товаров.
6. Духи.
7. Парфюмерные и туалетные воды.
8. Одеколоны и душистые воды.
9. Упаковка парфюмерных товаров. Маркировка.
10. Требования к качеству парфюмерных товаров.
11. Признаки отличия фирменной парфюмерии от подделок.
12. Потребительские свойства косметических товаров.
13. Факторы, формирующие потребительские свойства косметических товаров.
14. Средства для ухода за кожей.
15. Средства для бритья и ухода за кожей после бритья.
16. Средства для ухода за зубами и полостью рта.
17. Средства для ухода за полосами.
18. Декоративная косметика.
19. Упаковка косметических товаров.
20. Маркировка косметических товаров.
21. Требования к качеству косметических товаров.
22. Потребительские свойства туалетного мыла.
23. Классификация туалетного мыла. Новое в ассортименте туалетного мыла.
24. Требования к качеству туалетного мыла.

Тема 3.8 Канцелярские и школьно-письменные товары

1. Классификация ассортимента школьно-письменных товаров, требования к качеству
2. Карандаши
3. Автоматические ручки и канцелярские ручки
4. Перья и пишущие узлы, баллоны для чернил к авторучкам
5. Наборы и приборы для письма
6. Чернила и тушь
7. Требования к качеству школьно-письменных товаров
8. Анализ состояния рынка школьно-письменных товаров
9. Потребительские свойства и факторы формирующие качество канцелярских товаров

Тема 3.9 Товары бытовой химии

1. Какие товары относят к товарам бытовой химии?
2. Охарактеризуйте ассортимент средств для стирки и мытья с учетом их классификации.
3. Какие показатели свойств средств для стирки и мытья определяют покупательские предпочтения?
4. Как классифицируются лакокрасочные товары? Охарактеризуйте их основные виды.
5. В чем отличие эмалей от красок?
6. Каков принцип условного обозначения лакокрасочных товаров?
7. Какие показатели свойств влияют на качество лакокрасочных товаров?
8. От чего зависит клеящая способность клеев?
9. По каким признакам и как подразделяют ассортимент клеев?
10. Какие показатели свойств определяют качество клеев?

Тема 3.10 Текстильные товары (ткани)

1. Дать определения понятий «текстильное волокно», «текстильная нить», «элементарное волокно», «комплексное волокно». Привести примеры.
2. Перечислите природные текстильные волокна растительного происхождения.
3. Перечислите природные текстильные волокна животного происхождения.
4. Волокна, относящиеся к искусственным.
5. Перечислите виды синтетических текстильных волокон.
6. Основные свойства текстильных нитей и их показатели.
7. Перечислите классы ткацких переплетений.
8. Дайте определения понятиям «раппорт переплетения», «величина перекрытия», «сдвиг перекрытия».
9. Какие ткацкие переплетения вы знаете, их отличительные признаки.
10. Назовите виды отделки тканей
11. Дайте определение нетканым материалам, назовите их отличия от тканей?
12. Перечислите способы скрепления элементов структуры нетканого полотна.
13. Приведите примеры использования нетканых материалов.

Тема 3.11 Швейно-трикотажные товары

1. По каким признакам классифицируется одежда?
2. В чём разница терминов «костюм» и «комплект»?
3. Как обозначается размер одежды?
4. Назовите особенности конструкции следующих видов одежды: жилет, полупальто, пальто, пиджак.
5. Дайте определение понятию «верхняя одежда», приведите примеры видов, относящихся в эту группу.
6. Перечислите виды одежды для новорожденных, какие требования предъявляются к конструкции и материалам одежды для новорожденных.
7. Назовите требования, предъявляемые к швейным изделиям.
8. Что такое размер, рост, полнота и как они определяются?
9. Назовите факторы, формирующие качество швейных изделий.
10. Что такое силуэт, фасон, покров одежды?
11. Какие изделия входят в ассортимент верхней одежды?
12. Назовите изделия, входящие в ассортимент женского легкого платья.
13. Как проводят приемку изделий по качеству?
14. Каковы правила определения сортности швейных изделий?
15. Какие дефекты относятся к производственно-швейным?
16. При каких условиях необходимо хранить швейные изделия?
17. Что указывается в маркировочных ярлыках на швейные изделия?
18. Приведите определение трикотажа или трикотажного переплетения.
19. Классификация трикотажных переплетений.

20. Внешние отличительные признаки глади, ластика, двухизнаночного трикотажа, интерлока, гладкого покровного трикотажа.
21. Внешние отличительные признаки кулирного и основовязаного трикотажа.

Тема 3.12 Обувные товары

1. Назовите основные виды сырья, используемые в производстве натуральных кож.
2. Перечислите основные способы дубления и их влияние на свойства кожи.
3. Дайте общую характеристику искусственным, синтетическим и композиционным козам, назовите их отличия.
5. Каков порядок определения материала верха обуви, состоящей из нескольких материалов?
6. Перечислите требования, предъявляемые к потребительским свойствам обуви.
7. Охарактеризуйте основные операции пошива обуви.
8. Перечислите основные методы крепления обуви.
9. Охарактеризуйте материалы, применяемые для верха кожаной обуви.
10. Приведите классификацию кожаной обуви.
11. Перечислите признаки, по которым классифицируют резиновую обувь.
12. Перечислите основные этапы производства валяной обуви.

Тема 3.13 Пушно-меховые и овчинно-шубные товары

1. Охарактеризуйте пушно-меховое сырье по показателям качества.
2. Перечислите основные этапы производства пушно-мехового сырья.
3. Перечислите основные виды пушно-мехового полуфабриката.
4. Охарактеризуйте этапы процесса изготовления пушно-мехового полуфабриката.
5. Укажите наиболее характерные черты современной моды на пушно-меховые изделия.
6. Какие вы знаете основные категории пушно-меховых товаров?
7. Что называют пушно-меховым сырьем?
8. Что такое пушно-меховой полуфабрикат?
9. Что называют меховым изделием?
10. Что такое классификация пушно-меховых товаров и по какому принципу она строится?
11. Что называют ассортиментом пушно-меховых товаров?
12. Пушные полуфабрикаты: ассортимент, потребительские свойства, назначение, сортировка
13. Меховые изделия: классификация, ассортимент, потребительские свойства, назначение, сортировка.
14. Охарактеризуйте пороки кожаной ткани и волосяного покрова меховой шкурки.
15. Принципы сортировки пушно-меховых полуфабрикатов и изделий из них.
16. Товароведная характеристика меховых головных уборов и меховых частей одежды
17. Волосяной покров пушно-меховых шкурок; его строение, влияние на свойства полуфабриката и изделий
18. Охарактеризуйте видовой ассортимент каракулесмушковой группы полуфабрикатов
19. Основные положения НД, регламентирующие маркировку, упаковку, транспортирование и сохранение меха, меховых и овчинно-шубных изделий
20. По каким физико-механическим показателям необходимо оценивать качество меховых изделий (одежды, головных уборов, воротников, женских уборов, перчаток) при их обязательной сертификации?
21. Требования, предъявляемые к качеству меховых и овчинно-шубных изделий. Влияние процессов производства меховой одежды на формирование ее потребительских свойств.
22. Возможные пороки и их характеристика.

Тема 3.14 Игрушки

1. Роль игрушки в развитии ребенка.
2. Основные направления в развитии новых игрушек.

3. Общая классификация игрушек: по воспитательному (педагогическому) и возрастному назначению, материалу изготовления, степени автоматизации.
4. Групповая классификация и характеристика ассортимента игрушек.
5. Материалы, применяемые для изготовления игрушек.
6. Требования, предъявляемые к качеству игрушек.
7. Маркировка игрушек.
8. Особенности сертификации игрушек

Раздел 4. МДК 01.04 Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда

Тема 4.1. Введение. Предмет курса. Товародвижение.

1. На каких предприятиях имеются штатные специалисты по торговому оборудованию?
2. На каких предприятиях имеются специализированные отделы по монтажу и обслуживанию торгового оборудования?
3. Кто занимается гарантийным обслуживанием торгового оборудования?
4. Примеры использования результатов научно-технического прогресса в торговле
5. Звенья процесса товародвижения
6. Составляющие процесса товародвижения.
7. Условия оптимизации процесса товародвижения.

Тема 4.2. Классификация торгового оборудования

1. Какие виды торгового оборудования используются в небольших магазинах розничной торговли?
2. Какие виды торгового оборудования используются в супермаркетах
3. Какие виды торгового оборудования используются на оптово-торговых предприятиях?
4. Какие виды торгового оборудования используются для товароснабжения магазинов?

Тема 4.3. Механизация и автоматизация технологических процессов в торговле

1. Механизация
2. Комплексная механизация
3. Автоматизация
4. Комплексная автоматизация
5. Предварительные условия для механизации технологических процессов товародвижения на оптовых предприятиях.
6. Предварительные условия для механизации технологических процессов товародвижения на розничных предприятиях.

Тема 4.4. Краткая характеристика основных групп торгового оборудования

1. Классификация фасовочно-упаковочного оборудования по периодичности действия.
2. Классификация фасовочно-упаковочного оборудования по источнику энергии.
3. Классификация фасовочно-упаковочного оборудования по характеру технологических операций.
4. Классификация фасовочно-упаковочного оборудования по консистенции товаров.
5. Назначение установки ДОЗА-2400П.
6. Назначение установки АЛУР-1500СМ.
7. Назначение установки УФАС-1200.
8. Назначение тары-оборудования.
9. Достоинства тары-оборудования.
10. Требования к таре-оборудованию.

11. Что может использоваться в качестве тары-оборудования?
12. Какие виды подъемно-транспортного оборудования используются для перевозки и подъема груза?
13. Какие виды подъемно-транспортного оборудования используются только для подъема груза?
14. Какие виды подъемно-транспортного оборудования используются только для перемещения (перевозки) груза?
15. Назначение штабелера.
16. Назначение автопогрузчика.
17. Назначение грузового лифта.
18. Назначение тельфера.
19. Назначение электротали.
20. Назначение электрокара.
21. Посредством чего осуществляется подъем груза весом 2 т в тележке с гидроприводом?
22. Какой двигатель установлен на автопогрузчике?
23. Какой температурный режим хранения продукта обеспечивается при охлаждении льдом?
24. Какой температурный режим хранения продукта обеспечивается при охлаждении льдо-соляной смесью?
25. Какой температурный режим хранения продукта обеспечивается при охлаждении "сухим льдом"?
26. Основной недостаток хладагента хладона-12.
27. Основной недостаток хладагента хладона-404А.
28. Основной недостаток хладагента аммиака.
29. Какой хладагент наносит наименьший вред окружающей среде?
30. Какой хладагент применяется чаще остальных?
31. Какой хладагент запрещается использовать с 1989?
32. Какой хладагент запрещается использовать с 2020?
33. Самый дешевый хладагент.
34. Самый токсичный хладагент.
35. Хладагент, имеющий самый высокий КПД.
36. Самый "озоноразрушающий" хладагент.
37. Какое вещество при использовании для охлаждения продуктов переходит из твердого состояния в жидкое?
38. Какое вещество при использовании для охлаждения продуктов переходит из твердого состояния в газообразное?
39. Какое вещество при использовании для охлаждения продуктов переходит из жидкого состояния в газообразное?
40. За счет чего в холодильном агрегате закипает хладагент при низкой температуре?
41. Когда хладагент в холодильном агрегате переходит из газообразного состояния в жидкое?
42. Что происходит в конденсаторе холодильного агрегата при высокой температуре?
43. Свет, который рекомендуется использовать для освещения мясных продуктов в витринах.
44. Свет, который рекомендуется использовать для освещения овощей в витринах.
45. Свет, который рекомендуется использовать для освещения кондитерских изделий в витринах.
46. За счет чего обеспечивается равномерная температура в холодильном шкафу?
47. Что происходит в конденсаторе холодильного агрегата?
48. Что происходит в испарителе холодильного агрегата?
49. Что происходит в компрессоре холодильного агрегата?
50. Что происходит в терморегулирующем вентиле холодильного агрегата?
51. Температурный режим для хранения охлажденных напитков.
52. Температурный режим для хранения скоропортящихся продуктов.

53. Температурный режим для кратковременного хранения замороженных продуктов.
54. Температурный режим для длительного хранения замороженных продуктов.

5.2 Темы рефератов

Раздел 3. МДК 01.03 Товароведение непродовольственных товаров

1. Изучение ассортимента строительных товаров. Анализ маркировки строительных товаров в соответствии с требованиями нормативных документов
2. Изучение ассортимента лакокрасочных товаров. Расшифровка маркировки лакокрасочных товаров

5.3 Практические работы

Раздел 1. МДК 01.01 Основы управления ассортиментом товаров

Практическая работа 1

Тема: Изучение принципов управления ассортиментом товаров

Цель работы: дать характеристику ассортимента товаров на примере конкретной торговой точки, рассмотреть методы реализации основных принципов управления ассортиментом

Теоретическая часть

Ассортимент товаров - совокупность их видов и разновидностей, объединенных по одному или нескольким признакам (например, по сырьевому или потребительскому назначению).

Ассортимент - набор продуктов, предлагаемых предприятием потребителю, системно образованный по отношению к последнему, который обеспечивает максимальную кумулятивную прибыльность на заданном промежутке времени.

По определению Ф. Котлера, **товарный ассортимент** – это группа товаров, тесно связанных между собой, либо в силу схожести их функционирования, либо в силу того, что их продают одним и тем же группам клиентов, или через одни те же типы торговых заведений, или в рамках одного и того же диапазона цен.

Товарная номенклатура - перечень однородных и разнородных товаров общего или аналогичного назначения. Товарная номенклатура предназначена для регламентирования определенной профессиональной деятельности.

Ассортимент товаров классифицируют:

- 1) по местонахождению: промышленный (производственный) и торговый ассортимент.
- 2) в зависимости от широты охвата товаров ассортимент: простой; сложный; групповой; развернутый; сопутствующий.
- 3) по степени удовлетворения потребностей ассортимент: рациональный; оптимальный.
- 4) в зависимости от значений показателей ассортимента выделяют: насыщенный, специализированный, простой, ограниченный ассортимент.

Управление ассортиментом товара - деятельность, направленная на достижение требований рациональности ассортимента.

Основными элементами управления являются установление требований к рациональности ассортимента, определение ассортиментной политики организации и формирование ассортимента.

Принципами управления ассортимента являются безопасность, эффективность, совместимость, взаимозаменяемость, систематизация, соответствие.

Принцип безопасности — основополагающий принцип, который заключается в отсутствии недопустимого риска, связанного с возможностью нанесения товаром (или услугой, или процессом) ущерба жизни, здоровью и имуществу людей. Безопасность одновременно является одним из обязательных потребительских свойств товара, которое рассматривается как риск или ущерб для потребителя, ограниченный допустимым уровнем.

Принцип эффективности — принцип, заключающийся в достижении наиболее оптимального результата при производстве, упаковке, хранении, реализации и потреблении (эксплуатации) товаров. Данный принцип имеет важное значение при формировании ассортимента, а также обеспечении качества и количества товаров на разных этапах товародвижения. Все виды товароведной деятельности должны быть направлены на повышение эффективности. Это достигается комплексным подходом, основанным на выборе таких методов и средств, которые обеспечивают наилучшие конечные результаты при минимальных затратах. Так, эффективность упаковки или хранения определяется количеством сохраненных товаров надлежащего качества и затратами на эти процессы.

Принцип совместимости — принцип, определяемый пригодностью товаров, процессов или услуг к совместному использованию, не вызывающему нежелательных взаимодействий. Совместимость товаров принимается во внимание при формировании ассортимента, размещении их на хранение, выборе упаковки, а также оптимального режима. Совместимость деталей, комплектующих изделий при монтаже, наладке и эксплуатации сложнотехнических и других товаров — неперемное условие сохранения их качества у потребителя. Совместимость товаров при их потреблении имеет важное значение для наиболее полного удовлетворения потребностей. Так, использование несовместимых пищевых продуктов может вызвать серьезные нарушения обмена веществ у человека.

Принцип взаимозаменяемости — принцип, определяемый пригодностью одного товара, процесса или услуги для использования вместо другого товара, процесса или услуги в целях выполнения одних и тех же требований. Взаимозаменяемость товаров обуславливает конкуренцию между ними и в то же время позволяет удовлетворять аналогичные потребности различными товарами. Чем ближе характеристики отдельных товаров, тем больше они пригодны к взаимозаменяемому использованию. Способность товара или отдельных комплектующих его изделий быть использованными вместо другого для выполнения тех же требований играет важную роль при формировании ассортимента взаимозаменяемых товаров.

Принцип систематизации — принцип, заключающийся в установлении определенной последовательности однородных, взаимосвязанных товаров, процессов или услуг. С учетом многообразия объектов систематизация в товароведении имеет чрезвычайно важное значение, так как позволяет объединить их во взаимосвязанные и взаимоподчиненные категории (систематические категории), составить систему, построенную по определенному плану.

Принцип систематизации положен в основу группы методов, в состав которых входят классификация, обобщение и кодирование. Он широко применяется в товароведении. Системный подход к управлению товародвижением, базирующийся на принципе систематизации, означает, что каждая система является интегрированным целым, даже если она состоит из отдельных, разобщенных подсистем. Системный подход позволяет увидеть товар, его товароведные характеристики, процессы по обеспечению качества и количества как комплекс взаимосвязанных подсистем, объединенных общей целью, раскрыть его интегративные свойства, внутренние и внешние связи.

Принцип соответствия — принцип, заключающийся в соблюдении установленных требований. При этом характеристики товаров или процессов производства, транспортирования, хранения, реализации и эксплуатации должны соответствовать регламентируемым требованиям нормативных документов или запросам потребителей.

В товароведении данный принцип играет решающую роль при управлении ассортиментом, оценке качества, обеспечении условий и сроков перевозки, хранения и реализации, а также при выборе упаковки. На этом принципе базируется определение градаций качества, выявление дефектов и прогнозирование сохраняемости товаров

1. Дать характеристику ассортимента товаров конкретного торгового предприятия
2. Рассмотреть принципы управления ассортиментом и методы их реализации, результаты оформить в таблицу 1.

Таблица 1 Принципы управления ассортиментом товаров

Принцип управления ассортиментом	Метод реализации в торговом предприятии

Практическая работа 2

Тема: Исследование предпочтений потребителей методом анкетирования, на примере конкретного товара

Цель работы: проведение исследования предпочтений потребителей методом анкетирования, на примере конкретного товара

Теоретическая часть

Предпочтения потребителей – это одна из характеристик, влияющих на рыночные механизмы. Это привычки, традиции и вкусовые особенности покупателей. Предпочтения - наиболее непредсказуемый и вариативный фактор.

На предпочтения покупателей огромное влияние оказывают маркетинг, брендинг и трендовые тенденции. Новая информация о продукте и воздействие на покупателей с помощью рекламы может в корне изменить отношение к нему среди потребителей. Изменение предпочитаемых характеристик может произойти ввиду изменений в экономической системе государства, политических пертурбаций, социальных изменений и т.д.

Потребительское тестирование – проверка свойств товара, заявленных изготовителем, а также характеристик, важных с точки зрения потребителя. Задача потребительского тестирования – не только оценить, безопасен ли товар, но и насколько он удобен, долговечен, как он выполняет те функции, ради которых его покупают.

Сравнительное потребительское тестирование – это сравнение потребительских свойств нескольких товаров, обладающих схожими параметрами. Например, образцов растворимого кофе одной ценовой категории, DVD-магнитофонов с жестким диском и т. п.

Объектом потребительского тестирования могут быть абсолютно любые товары и услуги: продукты питания, одежда, сложные бытовые приборы, автомобили и даже условия полетов в разных авиакомпаниях. Конечно, для каждой группы товаров и услуг применяются свои методики и процедуры исследования, но важно понимать, что потребители имеют право протестировать любой товар или услугу. И никаких запретов здесь не существует.

Для выбора товара покупатель должен оценить его предельную полезность и провести сравнительный анализ с другими продуктами, предлагаемыми на рынке. Совокупный набор товаров, схожих по своим критериям, образует эффект безразличия у потребителей. Для них все товары в совокупности обладают равными ценностями и не имеют никаких весомых отличий между собой. Потребитель способен заменить эти товары, не уменьшая при этом уровень удовлетворенности.

Одними из методов маркетинговых исследований потребительских предпочтений являются опросы, проводимые в месте покупки товара или услуги.

Проведение опросов подразумевает два возможных подхода к их организации: анкетирование и интервью. Большой разницы между ними нет. Единственное различие в том, кто заполняет опросный лист. При проведении анкетирования это делает респондент, а при проведении интервью -- интервьюер.

Анкетирование – это письменная форма опроса, осуществляемого вне непосредственного контакта с респондентом.

Интервьюирование – это письменная форма опроса, осуществляемого в процессе непосредственного контакта с респондентом. Интервью отличается большей точностью,

трудоемкостью, значительными затратами времени и необходимостью специальной подготовки интервьюеров.

Изучение отношения потребителей к товарам, торговым маркам, производителям. В рамках данного исследования оцениваются: степень известности торговых марок, степень лояльности потребителей к продуктам компании, стабильность отношений с потребителями, угрозы переключения целевых потребителей на торговые марки / продукты других производителей. Определяются аспекты деятельности компании, нуждающиеся в усилении для эффективного увеличения уровня лояльности клиентов.

Результатами этого исследования являются:

-рейтинг спонтанной и детерминированной известности (знание и распознавание) различных торговых марок (первоначальная осведомленность, знание главных свойств товара, полное знакомство);

-позитивные и негативные ассоциации, связанные с торговой маркой;

-отношение к торговой марке (что нравится/не нравится, оценка торговых марок по различным компонентам маркетингового комплекса и характеристикам/свойствам продукта);

-имидж торговых марок в глазах потребителей;

-определение лояльности потребителей;

-определение степени готовности приобретения товаров определенной торговой марки.

Сбор данных осуществляется путем опроса потребителей методом личного интервью.

Практическая часть

Задание 1. Провести подготовительное исследование.

Для проведения исследования необходимо определить:

1. Период проведения исследования.

2. Исследовательскую проблему

3. Предмет исследования

Задание 2. Составить анкету

В анкете отразить следующие проблемы:

1. Определить, какая часть потребителей пользуется выбранной продукцией.

2. Выявить причины отказа от использования (потребления) продукции.

3. Определить частоту использования (покупки) продукции.

4. Определить, в каких местах потребители предпочитают приобретать продукцию.

Определить, какие фирмы-производители продукции являются наиболее предпочтительными для потребителей

5. Выявить основные факторы, влияющие на выбор той или иной фирмы-производителя.

6. Подробно рассмотреть влияние ценового фактора на степень лояльности потребителей к выбранной фирме-производителе продукции.

8. Определить, с какой целью потребитель приобретает продукцию.

9. Выявить мероприятия, которые могли бы повлиять на предпочтения потребителей в отношении исследуемой продукции.

10. Оценить привлекательность различных мероприятий, проводимых в магазинах, реализующие исследуемую продукцию.

Задание 3. Провести выявление предпочтений потребителей продукции методом анкетирования

Задание 4. Провести обработку данных результатов анкетирования

Практическая работа 3

Тема: . Изучение внутренних и внешних факторов, влияющих на товарную политику конкретного предприятия

Цель работы: ознакомиться с факторами, влияющими на товарную политику торгового предприятия, исследовать влияние этих факторов на товарную политику конкретного предприятия.

Теоретическая часть

Товарная политика используется в маркетинге с целью максимального удовлетворения всех пожеланий клиента и, как следствие, для увеличения прибыли. То есть, в качестве первостепенных факторов рассматривается именно желание и возможность потребительской группы приобрести тот или иной товар, а не способность производственных мощностей.

Товарная политика нацелена на реализацию именно той продукции, которая необходима клиентам, а не на принуждение их приобретать те товары или услуги, которые выгодно изготавливать предприятиям. При этом недостаточно просто заняться производством в соответствии с желаниями потребителей, нужно делать качественный продукт. Ведь главной характеристикой товара является качество, его можно условно разделить на реальное и воспринимаемое:

Первое - это то, которым обладает готовая продукция в действительности, о нем имеют представление руководители и технологи предприятия, так как занимаются ее непосредственной разработкой. Под воспринимаемым качеством подразумевается впечатление клиента от пользования определенным продуктом. С точки зрения товарной политики, важно именно последнее, ведь от него зависит уровень продаж. Если клиенту не нравится покупка, то мнения технологов он не послушает и больше никогда не обратит внимания на данную фирму.

Еще одной важной особенностью в маркетинговой деятельности является конкурентоспособность конкретного товара на рынке. Причем товарная политика в данном случае подразумевает способность конкурировать с другими по потребительским свойствам. Распространенной ошибкой в продвижении продукта является то, что специалисты рассматривают его как предмет, а следовало бы понять, насколько он удовлетворяет нужды клиента. Потребителю, по сути, совершенно не важно, что собой представляет товар, для него главное, какую пользу он ему принесет и насколько он будет удовлетворен.

Если предприятие занимает свою нишу на рынке, но не наблюдается увеличения уровня доходности, то следует выбрать один из трех следующих видов товарной политики. Горизонтальная предполагает введение в производственную деятельность новой продукции, которая не слишком отличается от уже существующей, а значит, не требует дополнительных затрат на внедренческие нужды. Она помогает компании обратить на себя внимание клиента, заинтересовать его. Например, фирма занимается строго аудиторскими проверками организаций, а теперь предоставляет консультационные услуги высококвалифицированных специалистов в области бухгалтерского учета.

В качестве радикальных мер используется конгломератная товарная политика, которая базируется на внедрении в производство новой продукции, кардинально отличающейся от специфики фирмы.

Данный метод требует серьезного подхода, так как необходимо качественное планирование всех издержек, придется осваивать новые рынки сбыта. Тем не менее, это позволит привлечь большую долю потребительской группы. Концентрическая товарная политика занимает промежуточную позицию и основана на поиске схожего по технологическим характеристикам продукта, который бы заинтересовал клиента, но не потребовал освоения других рыночных секторов.

Грамотно выбранная товарная политика позволяет предприятию не только надежно закрепиться на рынке, но и занять лидирующую позицию. Очень важным считается создание логотипа или узнаваемость марки, ведь если фирму идентифицируют клиенты, значит, она завоевала их доверие. Конечно, в этом огромная заслуга четкой работы рекламной кампании, которая также способствует приумножению числа клиентов. Но для того чтобы быть стабильно успешным, следует придерживаться тактики непрерывного обновления ассортимента продукции.

Федько В.П. и Федько Н.Г. указывают на то, что «товарная политика предприятия разрабатывается на основе учета целого ряда факторов, к числу которых можно отнести такие как: состояние спроса и ожидания покупателей, технологические возможности производства, наличие аналогов товара на предполагаемом рынке сбыта и прочее».

Так как товарная политика является одной из составляющих маркетинговой деятельности, то внутренние и внешние факторы маркетинга влияют на формирование товарной политики.

Факторы маркетинга подразделены на две группы: внутренние и внешние. В данном контексте, внутренние факторы отражают ограничения, связанные с принятием решений по формированию товарной политики.

Классификация факторов, воздействующих на товарную политику, представлена на рисунке 1.



Рисунок 1 - Классификация факторов маркетинга, воздействующих на товарную политику

Общепринятой классификацией переменных маркетинга является классификация 4P. Комплекс маркетинга направлен на потребителя, где именно он является объектом, на который компания с помощью товарной политики, ценовой политики, географического положения и рекламы воздействует на него.

Таким образом, можно сделать вывод, что учитывая в своей деятельности внутренние и внешние факторы маркетинга, товарная политика имеет как экономическое, так и социальное значение.

Практическая часть

Задание 1. Выявление внешних и внутренних факторов, влияющих на товарную политику конкретного предприятия.

Задание 2. Сформировать отчет, сделать вывод о влиянии внешних и внутренних факторов на товарную политику конкретного предприятия

Практическая работа 4

Тема: Анализ жизненного цикла товара

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

Теоретическая часть

1. Жизненный цикл товара

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

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

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

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

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

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

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

2. Разработка нового товара

Разработка нового товара включает в себя семь этапов:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

4. Сущность и значение товарной политики. Формирование товарной политики

Товарная политика – это сложная многоступенчатая деятельность фирмы.

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

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

Формирование товарной политики:

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

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

5. Пути повышения конкурентоспособности товара

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

При этом следует искать ответы на такие вопросы, как:

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

8) какие меры нужно предпринять, чтобы ликвидировать задержки, и т. п.

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

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

6. Понятие и сущность товарного знака. Значение товарного знака

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

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

Марка включает в себя:

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

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

Значение товарного знака

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

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

Практическая часть

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

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

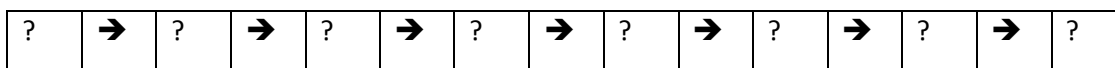


Рис. 1. Этапы процесса разработки товара-новинки

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

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

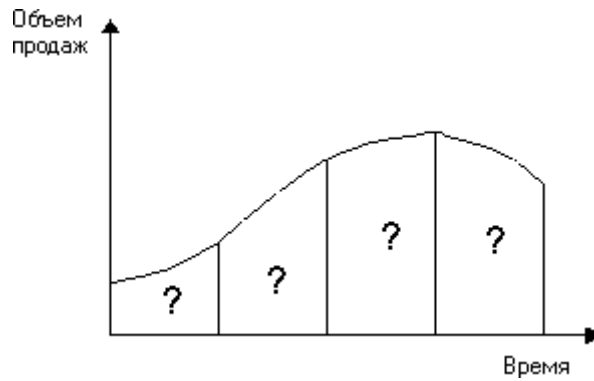


Рис. 2. График зависимости объема продаж от времени

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

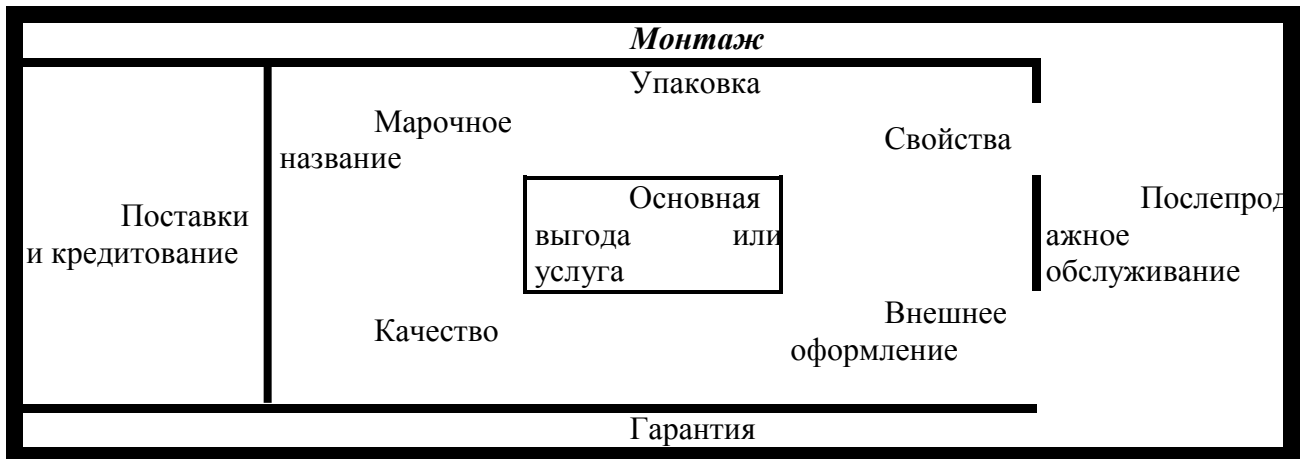


Рис. 3. Характеристика уровня товаров

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

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

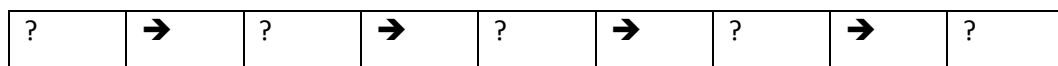


Рис. 4. Схема процесса разработки исходной цели

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Дайте ответы на следующие вопросы:

1. Какие другие пути повышения конкурентоспособности фирмы можно предложить?
2. Какие из упомянутых и предложенных Вами направлений деятельности по повышению конкурентоспособности фирмы являются наиболее действенными?

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

Задание 9. Изучите ГК РФ часть 4 (Товарные знаки и знаки обслуживания) и ответьте на вопросы:

1. Что такое товарный знак?

2. Чем товарный знак отличается от знака обслуживания?
3. Что можно зарегистрировать в качестве товарного знака?
4. Кто может обладать правом на товарный знак?
5. Что представляет собой исключительное право на товарный знак?
6. Кто осуществляет регистрацию товарного знака?
7. Какой документ удостоверяет исключительное право на товарный знак?
8. В каких случаях могут отказать в регистрации товарного знака?
9. Как правообладатель товарного знака может оповестить о своем исключительном праве на него?
10. Как выглядит знак охраны на товарный знак?
11. При каком условии может быть подано заявление о досрочном прекращении правовой охраны товарного знака?
12. Что представляет собой использование товарного знака?
13. Что означает прекращение правовой охраны на товарный знак?
14. Можно ли передать по договору исключительное право на товарный знак?
15. Что такое лицензионный договор?
16. Что должен предусматривать лицензионный договор?
17. Что обязан сделать лицензиат по условиям лицензионного договора?
18. Каков срок действия исключительного права на товарный знак?
19. Можно ли продлить срок действия исключительного права на товарный знак?
20. Сколько товарных знаков можно указать в заявке на регистрацию товарного знака?
21. Что должна содержать заявка на регистрацию товарного знака?
22. Как устанавливается приоритет товарного знака?
23. Что такое конвенционный приоритет?
24. Что такое выставочный приоритет?
25. Что включает в себя экспертиза заявки на товарный знак?
26. Может ли заявитель в период проведения экспертизы вносить изменения или дополнения в материалы заявки до того, как будет принято решение по данной заявке?
27. Что такое формальная экспертиза товарного знака?
28. В течение какого срока регистрируется товарный знак после принятия решения о государственной регистрации товарного знака?
29. Что вносится в Государственный реестр товарных знаков?
30. Каким образом можно зарегистрировать товарный знак в иностранном государстве?
31. Что такое общеизвестный товарный знак?
32. Что такое коллективный товарный знак?
33. Какой орган уполномочен принять решение о досрочном прекращении правовой охраны коллективного знака?
34. Каковы основания прекращения правовой охраны товарного знака?
35. Что означает прекращение исключительного права на товарный знак?
36. Какие товары, этикетки, упаковки товаров являются контрафактными?
37. Что вправе сделать правообладатель товарного знака при обнаружении контрафактных товаров, этикеток, упаковок товара?
38. Что вправе требовать правообладатель товарного знака от лица, нарушившего его исключительное право на товарный знак?

Практическая работа 5

Тема: Разработка положения об ассортиментной политике торгового предприятия

Цель работы: разработать общее положение об ассортиментной политике

Теоретическая часть

Ассортиментная политика определяется общим развитием и целями компании, поэтому в компании, исходя из конкурентной стратегии, должен быть документ, определяющий ее ассортиментную политику.

Общее положение об ассортиментной политике служит основой для дальнейшей работы с ассортиментом. Менеджеры, управляющие ассортиментом, стремятся добавить к ассортименту новые товары (либо выполняя требования собственных продаж, либо потому, что компании следует расширить предлагаемые товары для повышения уровня продаж и, соответственно, прибыли). Однако, по мере прибавления новых товаров, возрастают расходы на поддержание запасов товаров на складах, на переоснащение торговых площадей, на транспортировку, на рекламу. Расширение товарного ассортимента должно происходить планомерно, а не хаотично. Перенасыщение ассортимента приводит к «поеданию» одних товаров другими, когда перестает продаваться ранее нормально продаваемые позиции. К тому же излишний выбор может смутить покупателя. Из этого следует вывод по планомерности и продуманности введения новых товарных позиций в ассортимент.

Положение о ассортиментной политике регламентирует зоны ответственности отделов при работе с ассортиментом, описывает порядок ввода и вывода товарных позиций, закрепляет ассортиментную матрицу, т.е. является документом, закрепляющим всю работу с ассортиментом в компании.

Для разработки положения необходимо:

1. Определить свою стратегию в целом и позиционирование магазина
2. Определить цели и задачи управления ассортиментом, назначить ответственных за ассортимент и определить людей в подчинении
3. Прописать все аспекты управления ассортиментом:
 - а) товарный классификатор и его основные уровни;
 - б) роли и категории и их заданные пропорции;
 - в) кто за какие категории отвечает;
 - г) на каком основании товар вводится в ассортимент и порядок процедуры ввода;
 - д) на каком основании выводится из ассортимента;
 - е) процедура списания товара, отбраковки и утилизации;
 - ж) что делать с низкооборотными и неликвидными товарами;
 - з) планирование продаж;
 - и) порядок распределения товара по магазинам;
 - к) формирование ассортимента в новых магазинах;
 - л) действия при закрытии магазина и ликвидация части ассортимента

Документ «Положение об ассортиментной политике» позволит исключить такие ситуации, как:

1. Директор магазина, не посоветовавшись, заказывает товар у местного поставщика на свое усмотрение
2. Менеджер по закупке, находясь в створе с поставщиком, не обоснованно вводит в ассортимент ту или иную товарную позицию
3. Поступление товара в магазине производится без учета полочного пространства
4. Категорийный менеджер не в курсе, что планируется открытие новых магазинов
5. Никто из категорийных менеджеров не подозревает, что во всех магазинах сети идет распродажа
6. Покупатель не в состоянии сделать выбор между 15 видами томатной пасты, которую завезли

Практическая часть

Задание 1. Разработайте ассортиментную политику для розничного торгового предприятия

При разработке ассортиментной политики ответьте на вопросы:

1. Что именно мы продаем. Какие группы товаров представлены в магазине. Какие группы товаров являются основными.
2. Какой ассортимент у магазина: широкий или глубокий
3. Сколько, примерно, товарных позиций насчитывает ассортимент, какие основные бренды и товары какого производства являются основными.

4. Какой уровень цен в магазине, на какого покупателя мы ориентируемся
5. С какими поставщиками работаем и каких принципов работы придерживаемся; каковы критерии отбора поставщиков и требования к ним
6. Кто отвечает за развитие ассортимента

Задание 2 Разработайте «Положение об ассортиментной политике»

Образец положения об ассортиментной политике розничной компании

1. Ответственность за формирование и поддержание ассортимента сети магазинов несет торговый отдел (начальник торгового отдела и категорийные менеджеры).

2. Основой формирования ассортимента являются запросы покупателей, за отслеживание которых отвечает аналитическая группа торгового отдела.

3. В ассортименте сети магазинов присутствуют следующие товарные категории:

уникальные:

приоритетные:

основные (базовые):

сезонные:

сопутствующие (удобные): ...

4. Решение о вводе или выводе товарных категорий из ассортимента может быть принято рабочей группой, состоящей из генерального директора, начальника торгового отдела и маркетолога-аналитика на основании предоставленных маркетологом-аналитиком аргументов о целесообразности ввода / вывода товарных категорий.

5. Основным документом, регламентирующим ассортимент в сети магазинов, является ассортиментная матрица, включающая товары продовольственного и непродовольственного ряда и предоставляющая собой перечень наименований по утвержденной форме.

- В ассортиментной матрице выделяется ассортиментный минимум уровня 1, обязательный к представлению во всех магазинах сети и утверждаемый начальником торгового отдела.

- В ассортиментной матрице выделяется ассортиментный минимум уровня 2, обязательный к представлению в магазине сети с учетом разделения всех магазинов на группы по форматам и особенностям месторасположения, и утверждаемый начальником торгового отдела.

- Полную ассортиментную матрицу под конкретный магазин, с учетом квот по ширине и глубине ассортимента, с учетом ассортиментного минимума обоих уровней и с учетом пожеланий директора магазина, основанных на результатах анализа продаж в магазине, разрабатывают и представляют на утверждение начальнику торгового отдела соответствующие категорийные менеджеры

6. Решение об изменении ассортимента (вводе / выводе конкретных товаров) с целью оптимизации ассортиментной матрицы принимается начальником торгового отдела при участии соответствующих категорийных менеджеров на основании их отчетов по продажам.

7. Товар, принадлежащий к той или иной категории, остается в ассортиментной матрице при соответствии всем следующим критериям:

- группы А или В по результатам ABC-анализа по обороту и прибыли;

- гарантированное качество товара;

- отсутствие нареканий на качество работы поставщика;

8. Товар рассматривается к вводу в ассортиментную матрицу при соответствии одному из следующих критериев:

- спрос на товар среди представителей целевой аудитории сети магазинов и представленность его в магазинах конкурентов;

- товар является новинкой с уникальными свойствами, для которой обеспечивается массивная рекламная кампания производителя;

- товар способствует увеличению объема покупки;

9. Товар рассматривается к выведению из ассортиментной матрицы при соответствии одному из следующих критериев:
- группа С2 по результатам АСВ-анализа по обороту и прибыли в течение трех месяцев;
 - объективное снижение качества товара;
 - нарекания по качеству работы поставщика;

Положение об ассортиментной политике Гипермаркета «Линия»

1. Ответственность за формирование и поддержание ассортимента магазина несет начальник отдела маркетинга.

2. Основой формирования ассортимента являются потребности покупателей.

3. В ассортименте магазина присутствуют следующие товарные категории:

- базовые;
- приоритетные;
- сезонные;
- удобные (сопутствующие).

4. Решение о вводе и выводе товарных категорий из ассортимента принимается группой специалистов и генеральным директором Корпорации «ГРИНН» на основании документов, предоставленных маркетологами-аналитиками.

5. Основным документом, регламентирующим ассортимент сети магазинов, является ассортиментная матрица, представляющая собой перечень наименований утвержденной формы.

6. Решение об изменении ассортимента (вводе / выводе конкретных товаров) принимается генеральным директором и группой специалистов на основании отчетов по продажам, предоставленных соответствующими менеджерами.

7. Товар, относящийся к той или иной категории, остается в ассортиментной матрице при соответствии следующим критериям:

- товар является оборотоспособным и приносит должную прибыль;
- гарантированное качество товара;
- отсутствие нареканий на эффективность работы поставщика.

8. Товар рассматривается к вводу в ассортиментную матрицу при соответствии одному из следующих критериев:

- существует спрос на товар среди представителей целевой аудитории магазина, а также его представленность в магазинах конкурентов;
- товар является новинкой с уникальными свойствами, для которого обеспечивается массовая рекламная кампания производителя;
- товар способствует увеличению объема покупки.

9. Товар рассматривается к выводу из ассортиментной матрицы при соответствии одному из следующих критериев:

- товар не приносит магазину должной прибыли;
- объективное снижение качества товара;
- нарекания по качеству работы поставщика

Практическая работа 6

Тема: Составление товарного классификатора

Цель работы: научиться формировать категорию товаров, структурировать ассортимент, распределять товарные роли.

Теоретическая часть

Формирование товарной категории

Товарная категория – совокупность товаров одного или нескольких классов (групп, видов), которые воспринимаются потребителем как взаимодополняющие и/или взаимозаменяемые для удовлетворения своих потребностей.

Состав и структура каждой категории зависит от многих факторов, в первую очередь, от формата торгового подразделения. Однако обязательно должны присутствовать следующие этапы формирования товарной категории:

- название категории, определяющее выгоды/решения, которые категория предлагает покупателю;
- формирование структуры товарной категории в соответствии с логикой принятия решений покупателем при покупке товаров категории;
- формирование системы информационных матриц;
- обеспечение и поддержание структуры товарной категории.

Названия категорий (а также всех других уровней классификации) должны давать потребителю полное представление об ассортименте на каждом уровне.

В общем случае структура категории формируется в соответствии с номенклатурой свойств и показателей, существенных для данной категории товаров, как с точки зрения продавца, так и покупателя. Структура категории является картой принятия потребителем решения о покупке продукта.

Наиболее распространенными критериями формирования структуры являются «простота управления» (маршрутизация процесса, свойства продукции, компоновка товара, поставщики, условия реализации) и «логичность для потребителя». Пример структуры категории представлен на рис. 1.

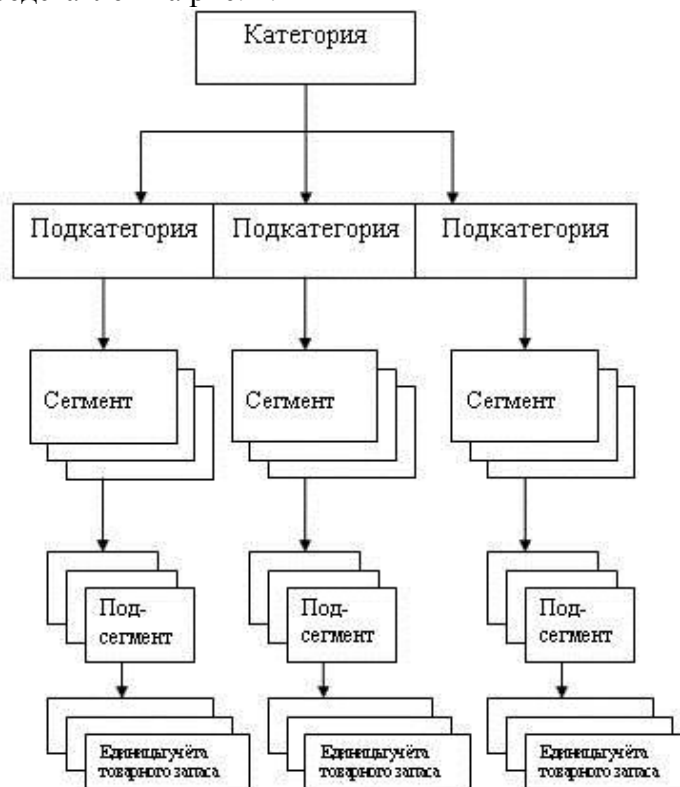


Рисунок 1. Структура категории

В соответствии с данными принципами формируются все уровни от категории до единицы учета товарного запаса. Количество ступеней определяет глубину классификации (на рис. 1 глубина равна 5). Теоретически глубина классификации бесконечна, но на практике чрезмерное углубление приводит к запутанности, и многие ступени начинают дублировать друг друга.

Для эффективного управления ассортиментом прежде всего необходимо составить товарный классификатор и ассортиментную матрицу.

Правильно составленный и структурированный товарный классификатор является тем ресурсом, который позволит магазину анализировать ассортимент и принимать решения об его обновлении или ротации.

Для описания ассортимента принят ряд основных терминов:

Товарный классификатор — разделение всех товаров на уровни: классы, товарные группы и товарные категории. При этом товары на каждом уровне объединяются в класс, или категорию, или позицию по общим признакам или свойствам.

Выделяют три основных **уровня деления товарного классификатора**.

Первый уровень — класс товаров. Чем крупнее формат магазина, тем больше уровней деления. В ряде случаев первым (высшим) уровнем классификатора может являться **класс товаров**, например «Продовольственные товары» и «Непродовольственные товары» или «Одежда» и «Обувь», — это то, что в представлении покупателя объединено общим функциональным назначением. Например: «Продовольственные товары» — это то, что едят, а «Непродовольственные товары» — то, что никак не едят, «Одежда» — то, что носят на теле, «Обувь» — то, что носят на ногах. Но в магазинах более мелкого формата или там, где все товары однородны (например, магазин торгует только одеждой, причем для определенного покупателя, скажем для молодежи), выделение класса необязательно.

Второй уровень — товарная группа. Это совокупность товаров, объединенных некими общими признаками, — видом товара, способом производства и т. д. Например: «Молочные продукты», «Хлебобулочные изделия», «Женская одежда», «Мужская обувь», «Мебель», «Светильники», «Аксессуары для дома». Как правило, в магазине любого формата этот уровень присутствует и часто является высшим уровнем, ниже которого уже идет товарная категория.

Третий уровень — товарная категория. Это совокупность товаров, которые покупатель воспринимает как сходные между собой, или товаров, объединенных совместным использованием. Проще говоря, товарная категория — это то, за каким товаром покупатель идет в магазин. (*За молоком. За хлебом. За кефиром. За туфлями, за сапогами. За моющим пылесосом. За плазменным телевизором. За обоями для прихожей. За диваном в гостиную.*) Здесь важно провести очень четкий детальный анализ своего главного покупателя, чтобы понять, какими категориями он мыслит, за чем он пришел именно в ваш магазин? Если ваш магазин имеет глубокую специализацию по тем же компьютерам, то к вам будут заходить люди, желающие получить подробную консультацию и найти нечто особенное, например компьютер для домашнего офиса с большим количеством специальных программ. В таком случае деление в вашем магазине на категории, возможно, будет следующим: «Компьютеры для офиса», «Компьютеры для дома», «Компьютеры для школьников», «Компьютеры для профессионалов», а затем уже — деление на подкатегории по брендам и производителям.

Важно еще раз отметить, что мы объединяем товары по совокупности общих признаков в **представлении нашего покупателя**. Часто бывает, что магазин делает упор на бренды, с которыми удобно работать закупщику. Например, мы продаем сантехнику финского производителя «XXX», сантехнику немецкого производителя «AAA», сантехнику французского производителя «BBB» и т. д. Но покупатель мыслит иными категориями — он пришел в магазин за умывальником, унитазом и ванной. В таком случае правильно сделать так, как удобно покупателю, а классификацию по производителям «XXX», «AAA», «BBB» перенести на уровень субкатегорий (или подкатегорий).

Примеры товарных классификаторов

- **Товарный классификатор для продуктового супермаркета.** Выделено три уровня деления: классы — «Продукты» и «Непродовольственные товары», группы — «Винно-водочные изделия», «Молочная продукция», «Хлебобулочные изделия» и т. д., товарные категории: например, в группе «Молочная продукция» выделены категории «Масло», «Молоко», «Йогурты» и т. д.

- **Товарный классификатор для магазина «Бытовая техника и электроника».** Выделены три уровня деления: классы — «Черная техника» и «Белая техника», группы — «Аудио-, видео-, DVD», «Крупногабаритная техника» и т. д., товарные категории: например, в группе «Мелкая бытовая техника» выделены категории «Миксеры», «Блендеры», «Утюги», «Кофемолки» и т. д.

• **Образец товарного классификатора для магазина строительных и отделочных материалов.** Показаны три уровня деления на примере детализации до уровня категорий: класс — «Сантехника», группа — «Ванны и кабины», категория, например, «Акриловые ванны».

Практическая часть

Задание 1. Ознакомьтесь с ассортиментом и составьте товарный классификатор. Результаты занесите в таблицу 1.

Таблица 1 – Товарный классификатор

Категория	Подкатегория	Сегмент	Подсегмент	Единица учета товарного запаса

Таблица 2 – Ассортимент товаров

Ассортимент продукции	Цена, руб.
1 Хот дог(булочка)	40
2 Гамбургер	46
3 Багет Французский с сыром	50
4 Багет мини французский	43
5 Батон нарезной	45
6 Батон плетёнка с маком	42
7 Батон с изюмом	45
8 Батон подмосковный	48
9 Батон с отрубями	43
10 Багет	38
11 Батончик ароматный	35
12 Батончик фитнес	40
13 Лепёшка диетическая с отрубями	44
14 Лепёшка ржаная с мёдом	47
15 Лепёшка ржаная с отрубями	43
16 Лепёшка чесночная фокачча	40
17 Лепёшка овощная	41
18 Матнакаш восточный	50
19 Сухарики к чаю	56
20 Сухарики	50

21 Сухарики солёные	51
22 Сухарики панировочные	33
23 Хлеб «Альпийский»	55
24 Хлеб «Ароматный»	56
25 Хлеб бездрожжевой на закваске	56
26 Хлеб «Бородинский»	42
27 Хлеб «Бородинский»	53
28 Хлеб «Бородинский»	36
29 Хлеб «Горчишный»	43
30 Хлеб «Гречишный»	43
31 Хлеб «Дачный с салом»	50
32 Хлеб «Деликатесный»	38
33 Хлеб «Деревенский»	32
34 Хлеб «Забайкальский»	34
35 Хлеб «Здоровье»	33
36 Хлеб «Зёрнышко»	35
37 Хлеб «Купеческий»	40
38 Хлеб «Подольский»	32
39 Хлеб «Прибалтийский»	32
40 Хлеб «Кутузовский»	40
41 Хлеб «Семейный»	42
42 Хлеб «Столичный»	37
43 Хлеб «Славянский»	33
44 Хлеб для тостов	49
45 Хлеб «8 злаков»	38
46 Хлеб «Сырный»	41
47 Хлеб «Украинский»	50
48 Хлеб «Чесночный»	43
49 Хлеб «Чиабата»	37
50 Булочка к чаю	28
51 Булочка ржаная к обеду	23
52 Булочка брусничная	33

53 Булочка домашняя	22
54 Булочка завитушка с маком	30
55 Булочка плетенка с творогом	25
56 Булочка сандвич	40
57 Булочка сахарное сердечко	32
58 Булочка творожно-брусничная	30
59 Булочка креветка с корицей	22
60 Булочка улитка с изюмом	24
61 Булочка фрешбон	33
62 Булочка фреш-шокобон	40
63 Булочка яблочная	30
64 Ватрушка с ветчиной и сыром	27
65 Ватрушка с творогом	31
66 Котлета в тесте	31
67 Сосиска в тесте	30
68 Пампушка с чесноком	22
69 Пирожок с картофелем	24
70 Пирожок лук-яйцо	25
71 Пирожок мини с брусникой(печёный)	21
72 Пирожок с капустой(печёный)	20
73 Пирожок с ливером(печёный)	21
74 Сдоба с кремом	25
75 Сдоба с повидлом	23
76 Сдоба со сгущённым молоком	26
77 Пирог с повидлом	74
78 Пирог с капустой	79
79 Пирог с капустой и мясом	81
80 Пирог яблочный	70
81 Тесто для пельменей	69
82 Тесто дрожжевое	58

Тема: Проведение анализа товарной категории, оценка эффективности товарной категории

Цель работы: ознакомиться с методами проведения анализа эффективности товарной категории.

Теоретическая часть

Чаще всего оценку успешности категории товаров осуществляют с помощью следующих методов исследования.

1. Исследование рынка: емкость рынка; темпы роста рынка; доля универсама на рынке розничной реализации.

2. Исследование потребителей: сегментация и выбор целевых сегментов; оценка частоты и состава покупки; оценка популярности и востребованности брендов.

3. Исследование конкурентов: товарная политика; структура ассортимента; политика цен.

4. Исследование внутренней информации универсама: ABC-, XYZ-анализы; темпы прироста и роста прибыли; темпы прироста и роста объема реализации; оборачиваемость и пр.

Любой анализ - это отражение существующей реальной ситуации. Это зеркало, фотография событий.

Суть аналитической деятельности - сравнение текущей ситуации с эталоном (план продаж и реальные продажи), и сравнение текущей ситуации с прошлым периодом (стали лучше или хуже?).

ABC анализ

По сути, ABC-анализ - это составление списков рейтингов по разным показателям. В рамках общего списка рейтингов делят три группы объектов - А, В и С, которые отличаются по своей значимости и доле:

Группа «А» - самые важные товары,

Группа «В» - «средние» по важности,

Группа «С» - «проблемные» товары.

Как проводить: Обычно объектами ABC-анализа являются товарные группы, товарные категории, товарные позиции. Особенность ABC-анализа в том, что его можно проводить на любом уровне ассортимента - группы, категории, подкатегории, бренды, товарные позиции.

Затем составляем рейтинговый список товаров по убыванию значения по обороту (или прибыли).

Чтоб выделить группы А, В или С, необходимо рассчитать долю товара от общей суммы товаров с накопительным итогом.

Группа А - товары, сумма долей с накопительным итогом которых составляет 50% от общей суммы показателей. Данные объекты должны тщательно планироваться, постоянно (возможно, даже каждодневно) и скрупулезно учитываться и контролироваться. Данные товары составляют 50% всего оборота либо прибыли, и в результате, чем стоимость товаров выше, тем дороже обходятся ошибки в процессе их анализа.

Необходимо периодически подсчитывать запасы с жесткими допусками.

Полная инвентаризация этих групп должна проходить не реже одного раза в квартал.

Возможно, нужно проводить по этим товарам выборочную инвентаризацию с периодичностью один раз в месяц.

Недопустимо какое-либо существенное отклонение данных по запасам, которые зафиксированы в базе данных, от данных, которые полученных при проведении инвентаризации.

Относительно группы «А» необходимо постоянно отслеживать спрос, объемы заказываемых партий и размер страхового запаса;

«Следует тщательно отслеживать и сокращать сроки оборачиваемости товаров. Чем меньше длительность цикла, тем меньше потребность в оборотных средствах».

Товары группы «В» - товары, следующие за группой А, сумма долей с итогом накопления которых составляет 50-80% от общей суммы показателей. Эти объекты имеют меньшую важность для компании и требуют обыкновенного контроля, налаженного (возможно, ежемесячного) учета. К ним применяются такие же меры, что и к категории А, но они осуществляются реже и при этом возможны большие приемлемые допуски.

Группа «С» - остальные товары, сумма долей с итогом накопления которых составляет 80-100% от общей суммы показателей. Эти товары характеризуются упрощенными методами учета, планирования и контроля. Однако, не смотря на их видимую малоценность, они составляют 20% от всего оборота (либо прибыли) и требуют периодического контроля.

Сокращение группы С либо нехватка номенклатуры по группе С приводит к тому, что спустя какое-то время оставшиеся товары распределятся в соответствии с тем же законом. В этом случае общий итог деятельности может упасть на 30-50%.

Инвентаризация запасов группы С может проводиться раз в полгода и при условии больших приемлемых допусков.

XYZ-анализ

XYZ-анализ - метод, позволяющий анализировать и прогнозировать стабильность продаж.

Традиционно в рознице объектами XYZ-анализа являются товарная категория или товарная единица. За основу анализа берется период продаж не менее трех месяцев.

Категория «Х» - товары, характеризуются стабильностью продаж и, как следствие, высокими возможностями прогноза продаж. Коэффициент вариации (то есть колебания спроса) не превышает 10%. Следовательно, можно по этим товарам делать оптимальные запасы и использовать математические методы прогноза спроса и оптимального запаса.

Категория «У» - товары, имеющие колебания в спросе и как следствие, средний прогноз продаж. Коэффициент вариации составляет 10% - 25%. Отклонение от средней величины продаж существует, но оно колеблется в разумных пределах - в пределах 25%.

Категория «Z» - товары с нерегулярным потреблением, какие-либо тенденции отсутствуют, точность прогноза продаж невысокая. Коэффициент вариации превышает 25% и может быть более 100%. Это может быть группа товаров, привозимая по заказу клиентов или недавно поступившая в продажу.

Формула для расчета коэффициента вариации:

$$v = \frac{\sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n}}}{\bar{x}} \times 100\%$$

(1)

где x_i -- значение параметра по оцениваемому объекту за i -тый период,

\bar{x} -- среднее значение параметра по оцениваемому объекту анализа,

n -- число периодов

Эта кажущаяся сложной и громоздкой формула легко перекладывается в формулы Excel, с помощью которых применение данного анализа становится очень простым.

Формулы Excel выглядят так: возведение в квадрат - 2, извлечение корня - 0,5

Расчет формулы подкоренного выражения: $=((B3-F3)^2+(C3-F3)^2+(D3-F3)^2)/3$

Формула извлечения корня и деления на среднее значение: $=G3*0,5/F3$

Совмещенный ABC-XYZ- анализ

Совместив данные по ABC и XYZ анализу, получим девять значений. Для каждого товара можно выработать свою политику закупок и запасов.

Таблица 2 - Совмещенный ABC-XYZ анализ

<p>AX невысокий страховой запас, возможно наличие резервного поставщика,</p>	<p>AУ запас с небольшим избытком, поставщик, тщательный резервный</p>	<p>AZ иметь резервных поставщиков, отдать самому опытному</p>
---	--	--

теоретически можно работать по системе JIT.	контроль остатков	менеджеру, постоянный контроль
VX невысокий запас, поставки JIT, резервный поставщик	VY запас с очень небольшим избытком, резервный поставщик, контроль остатков	VZ частичная работа под заказ, контроль остатков, опытный менеджер, важно - резервные поставщики
SX фиксированный заказ, система JIT, партии с увеличенным интервалом	SU отдать новичку, поставка фиксированными, но чуть более частыми партиями, чуть больше страховой запас.	CZ за новыми товарами - наблюдать, старые товары - выводить. Поставка под заказ, можно отдать новичку.

Оборачиваемость в днях - сколько дней требуется для продажи имеющихся запасов.

Иногда ее еще называют «средний срок хранения товара в днях». Так можно узнать, сколько дней требуется для продажи средних запасов:

$$\text{Об дн} = \frac{\text{Средний товарный запас (ТЗ ср)} \times \text{кол-во дней (Д)}}{\text{Объем продаж}} \quad (2)$$

Объем продаж, он же товарооборот за этот период (Т)

Оборачиваемость в разгах - сколько оборотов делает товар за период.

Об раз = Объем продаж, он же товарооборот за период (Т)/

Средний товарный запас за период (ТЗср)

Об раз = Кол-во дней (Д) / Об дн

Чем выше оборачиваемость запасов магазина, тем более эффективным является его деятельность и тем меньше потребность в оборотном капитале и тем устойчивее финансовое положение предприятия при прочих равных условиях.

Оборачиваемость сама по себе ни о чем не говорит - нужно отслеживать динамику изменения коэффициента (Об р), учитывая следующие факторы:

Коэффициент уменьшается - идет затоваривание склада

Коэффициент растет или очень высокий (срок хранения меньше одного дня) - работа «с колес», что чревато отсутствием товара на складе.

Норма оборачиваемости - это количество дней или оборотов, за которое должен быть реализован запас товара по мнению руководства фирмы, чтобы торговлю можно было считать успешной.

Выводы об оптимизации ассортимента на основе статистики.

Что необходимо анализировать:

«Исследование реализации и запасов товаров (динамику по различности по категориям и по товарным позициям). Оборачиваемость будет являться маркером этих процессов». Ухудшение оборачиваемости говорит про наличие излишнего запаса - идет либо уменьшение реализации либо затоваривание складов. В кризисный период может вырасти оборачиваемость (по товарам FMCG) - у наших людей есть тенденция вкладывать деньги в товар «про запас». Однако после этого неизбежно последует спад спроса, вызванный тем, что потребитель потратит основные накопления и запасется товарами на долгий период.

На основе ABC-анализа выявление товаров для вывода из ассортимента (с учетом сезонности и других факторов). Борьба с низколиквидными товарам: снижение цен, создание комплектов, дополнительные места продаж - все меры должны приниматься.

Постоянный мониторинг продаж по товарам групп А и В. При наличии тенденции к падению спроса сразу же реагировать - выявлять причины падения продаж конкретного товара в конкретном магазине.

Анализировать комплексные продажи - состав средней покупки по номенклатуре для выявления наиболее часто встречающихся комплектов. Такой анализ не позволит вывести из ассортимента взаимодополняемые товары.

На основе совмещенного анализа выявить стабильно продающиеся товары (АХ, ВХ, СХ) и по ним вести постоянный мониторинг запасов и спроса. Для нестабильных товаров (СУ, СZ) принять решение об их сокращении.

Помнить, что «логистический» подход абсолютно не подходит для работы с ассортиментом. Нельзя принимать решение только на основании статистики, следует оценить роль товаров в ассортименте, его цикл жизни и перспективу развития.

При проведении указанных выше методов осуществляют расчет и исследование таких показателей, как:

- товарооборот (темпы прироста и роста);
- валовая прибыль (темпы прироста и роста);
- оборачиваемость запаса товаров;
- чистая прибыль универсама;
- чистая прибыль, которая приходится на 1 м²;
- товарооборот, который приходится на одного работника;
- прибыль, которая приходится на одного работника;
- удовлетворенность потребителей;
- доля рынка по категории товаров;
- рентабельность реализации.

Стратегическая разработка категории товаров.

С позиции оценки успешности категории товаров главной целью стратегической разработки служит увеличение числа удовлетворенных потребителей из числа целевых. Благодаря правильно разработанной стратегии развития категории товаров обеспечивается стабильный приток денежных средств в результате роста числа приверженных и лояльных потребителей.

Процесс стратегической разработки категории товаров включает следующие этапы.

Для стратегической разработки категории товаров следует исследовать стратегические характеристики товаров, входящих в состав категории. Итоги подобного исследования должны быть положены в основу стратегической разработки и оценки ее успешности. Такой подход к исследованию стратегических характеристик товаров позволяет своевременно оптимизировать структуру категории товаров и осуществлять успешное управление.

Разработка тактики категории товаров. Тактическая работа -- повседневная работа по реализации мер, разработанных в рамках стратегии, направленной на развитие категории товаров. В частности, в процессе исполнения тактики категории происходит определение ассортиментной структуры категории, установление цены на товары, разработка методов продвижения товаров, а также определение способов выкладки товаров на стеллажах и полках универсама и формирование плана заказа и поставок товаров в универсам.

Реализация плана по категории товаров. На данном этапе практически реализуются разработанные планы, стратегии и тактические действия, направленные на управление развитием категории товаров.

Оценка успешности категории товаров в рамках стратегической работы при помощи выработанных критериев. Этот этап предполагает систематический расчет и исследование главных показателей, характеризующих успешность категории товаров. Для

реализации данных мероприятий можно использовать сводную матрицу категории товаров, представленную в табл., которая включает в себя все главные показатели успешности. Число показателей и периодичность их расчета могут определяться каждым универсамом самостоятельно, однако рекомендуемая периодичность составляет не реже одного раза в квартал.

«Составление сводной матрицы категории товаров не однократно, а с конкретной периодичностью позволяет оценить успешность развития категории товаров в динамике и обоснованность принимаемых управленческих решений». Систематическое исследование позволяет своевременно вносить коррективы в структуру ассортимента категории, в разработку критериев оценки успешности.

Корректировка категории товаров в случае неудовлетворительных итогов, полученных в ходе оценки успешности. В случае, когда оценка успешности категории товаров показала, что разработанная стратегия развития и тактические действия по управлению категорией товаров приносят положительные итоги и категория товаров соответствует всем выработанным критериям, заносить коррективы в ассортиментную структуру категории товаров не обязательно.

Но при этом следует учитывать, что спустя время меняются предпочтения и вкусы потребителей, возникают новые конкуренты, изменяются условия на рынке, в связи с этим и структура ассортимента должна всегда оптимизироваться. В случае, если оценка успешности категории товаров показала отрицательные итоги, это служит прямым указанием на необходимость внесения корректив в структуру ассортимента категории товаров.

При формировании отчетности по категории товаров за конкретный период, оценка успешности категории товаров должна оформляться письменно в типе отчетов, которые должны храниться в универсаме, и служить основанием принятия управленческих решений.

Как проводить анализ товарной группы (по материалам образовательного проекта)

Алгоритм проведения анализа товарной группы

Динамика продаж является неотъемлемой частью анализа любой товарной группы. Динамика анализируется по нескольким основным показателям: выручка, количество проданного товара, прибыль. Данные для динамики берутся с учетом данных прошлых лет (от 1 до 3, в зависимости от глобальности задачи). Т.е. если необходимо проанализировать продажи за последний квартал, то в совокупности берутся данные за аналогичный квартал прошлого года. Во-первых, это позволит увидеть текущую динамику, а во-вторых, выявить прирост или снижение в сравнении с прошлым годом.

Анализ чеков, так же одна из необходимых составляющих анализа группы товаров. Ранее уже упоминал об этом анализе, здесь же лишь добавлю, что также крайне желательно сравнение с прошлым годом.

ABC — анализ. При анализе товарной группы, ABC анализ логичнее проводить по двум параметрам, но это в зависимости от задачи. Обычно использую сочетание выручки и количество проданных единиц товара, но в особо редких случаях свожу количество и прибыль. И зачастую отхожу от общепринятых стандартов 80/15/5 к собственному дроблению 50/35/15.

XYZ анализ ассортимента. XYZ анализ идеально распределяет ассортимент на категории предсказуемости спроса.

Доля отсутствующих позиций – в анализе товарной группы тоже необходимый пункт, так как товара, в ходе различных причин, просто могло не быть на складе (ошибка закупщика, большой лаг поставки, перебои у поставщика) и как следствие – отсутствие продаж. При этом стоит учесть не только, сколько и каких позиций отсутствовало, но и какие из них относятся к категории «А» предыдущего анализа. С такими позициями разбираюсь отдельно – почему, кто виноват, как избежать провалов.

Изменение ассортимента. Здесь учитываются новые позиции, заведенные в ассортимент, либо позиции, исключенные из продажи. Для исключенных позиций крайне желательно просмотреть статистику продаж в предыдущем периоде и понять причину вывода из ассортимента. Этот момент легко можно выяснить, пообщавшись с категорийным менеджером, ответственным за данные позиции.

Представленность позиций в различных ценовых сегментах и соответственно доля продаж в данных сегментах. Здесь же, обычно, анализирую разбивку ассортимента по брендам (если бренд в данной группе товаров имеет какое-то значение, например электроинструмент). Обычно пересекаю два этих параметра в одной таблице (шапка – ценовой сегмент; столбец – бренд) – это и наглядно и понятно, в какой степени провалы.

Ценовой и ассортиментный анализ конкурентов. Выбираю 3-5 основных конкурентов и провожу анализ соответствующей товарной группы, по цене и представленности в ассортименте конкурента. Так заведено, что мы хотим продавать лучше конкурентов, а кто не хочет больше денег, и как следствие цены желательно должны быть ниже и ассортимент соответствующий, хотя тут уже от позиционирования компании зависит. Также здесь учитываем отклонение от средней и минимальной цены конкурентов.

Последним пунктом анализа товарной группы идет выявление предпочтений покупателей. Так как данные продаж сторонних компаний – это сложно доступный инструментарий, приходится перекапывать интернет в поисках опросов предпочтений покупателей и мнений на форумах. Можно еще провести опрос покупателей, но это при сильной необходимости. Да, не просто, а как еще. Зато это один из самых интереснейших моментов в обязанностях маркетолога.

Особенности проведения анализа товарной группы

Говоря об анализе товарной группы, стоит упомянуть о ряде особенностей, которые, так или иначе, влияют на состояние группы и общее понимание её развития:

Выкладка товарной группы в зале розничной точки продаж;

Работа продавцов-консультантов при продаже данной товарной группы;

Информированность клиентов о наличии данной товарной группы в ассортименте компании;

Несмотря на то, что это может и второстепенные моменты для анализа товарной группы в целом, но знать и понимать это нужно, возможно как раз эти параметры и основополагающие для данной группы товаров. Например, упали продажи группы, а почему, да потому что их месяц назад переложили на нижнюю полку или консультанты про них забыли, но это конечно крайности.

Отчет о проведенном анализе товарной группы

В конечном итоге, когда товарная группа подверглась тщательному анализу со всех точек зрения, формируется единый документ на 7-10 страниц. Добавляются графики, диаграммы, таблички, выводы и предложения – и все, на суд начальства. Если товарная группа характеризуется падающим трендом и обоснована её значимость для компании, предлагается план мероприятий по «реанимации» группы, который впоследствии претворяется в жизнь. Если же товарная группа не представляет никакой ценности для компании, просчитывается вариант и возможность вывода позиций группы из ассортимента.

Практическая работа 8

Тема: Изучение видов договоров, применяемых в коммерческой деятельности

Цель работы: изучить ГК РФ и ознакомиться с основными видами договоров, применяемых в коммерческой деятельности,

Практическая часть

Задание 1. Используя соответствующие статьи ГК РФ, заполнить таблицу 1.

Таблица 1 – Договора, применяемые в коммерческой деятельности

Виды договоров	Определение	Существенные условия
----------------	-------------	----------------------

Договор подряда		
Договор на выполнение научно-исследовательских работ		
Договор хранения		
Договор купли-продажи		
Договор купли-продажи недвижимости		
Договор поставки		
Договор аренды		

Контрольные вопросы

1. Каковы понятия и структура коммерческого договора?
2. Опишите сущность договора купли-продажи.
2. Какую функцию выполняют договоры купли-продажи, договор поставки?
3. В каких случаях оформляется протокол разногласий к договору поставки?
4. Какие договоры являются разновидностями договора купли-продажи?
5. Какие условия договора относятся к числу существенных?
6. При соблюдении каких условий договор купли-продажи считается согласованным?
7. Каковы последствия нарушения условий договора купли-продажи по количеству, ассортименту и качеству товара?
8. Каковы сроки предъявления претензий о недостатках товаров?
9. Какие правила определения цены при оплате товара предусмотрены законодательством?

Практическая работа 9

Тема: Правила оформления договора поставки товаров

Цель работы: ознакомиться с реквизитами договора поставки товаров, правилами его оформления, научиться самостоятельно оформлять договор поставки товаров.

Теоретическая часть

Договор поставки товаров – это документ, который заключается при осуществлении купли-продажи той или иной продукции и устанавливает график ее поставки, порядок расчетов между продавцом и покупателем, способ возврата тары (при необходимости). К договору прилагается сертификация с подробным описанием поставляемых товаров и указанием их точного количества.

Согласно договору поставки товаров, продавец обязуется поставить в указанные в документе сроки качественный товар, а покупатель – осуществить его приемку и оплату.

В бланке договора на поставку товара должны указываться следующие сведения:

- Дата и город заключения договора.
- Информация о покупателе и продавце товара: ФИО, паспортные данные, адреса проживания. Если одной или обеими сторонами договора выступают юридические лица, то указываются их реквизиты, а также, кто и на каком основании действует от их лица.
- Предмет договора с указанием типа, количества и других характеристик товаров или ссылкой на спецификацию, датой и временем осуществления поставки.
- Сведения о комплектности и качестве поставляемых товаров.
- Сведения о количестве и товарном ассортименте.
- Сведения о таре и упаковке товара.
- Сведения о сроках, условиях и порядке поставки товаров.
- Сведения о приемке товара по качеству и количеству.
- Сведения о цене товара, цене договора и порядке осуществления расчетов между поставщиком и покупателем.
- Сведения об ответственности поставщика и покупателя.

- Сведения о сроках действия договора и условиях его досрочного расторжения.
- Сведения о порядке разрешения споров между сторонами договора.
- Прочие важные сведения по сути договора.
- Реквизиты и подписи (печати) сторон.

ДОГОВОР ПОСТАВКИ № _____ (ПРИМЕР)

г. Чебоксары «__» _____ 200__ г.

ООО " _____ ", именуемое в дальнейшем «Поставщик», в лице директора _____, действующего на основании Устава, с одной стороны и

ЗАО « _____ », именуемое в дальнейшем "Покупатель", в лице генерального директора _____, действующего на основании Устава, с другой стороны, заключили настоящий договор о нижеследующем:

1. Предмет договора.

1.1. Поставщик обязуется передать в собственность, а Покупатель надлежащим образом принять и оплатить изделия _____, именуемые в дальнейшем «Товар», в количестве, по наименованиям и по ценам, определенным в Накладных, являющихся неотъемлемой частью настоящего договора, сформированных на основании заявки, согласно п.1.2.

1.2. Заявка подается Покупателем на основании прайс-листа Поставщика посредством электронных видов связи, в устной форме, по телефону, факсу или иной удобной для сторон форме.

1.3. На момент передачи Покупателю товар должен по качеству и комплектации (комплектности) соответствовать действующим ГОСТам, ТУ для данного товара.

1.4. Гарантийный срок пользования товаром определяется изготовителем, который указан на товаре.

1.5. Срок годности поставляемого Товара должен составлять не менее 70%.

1.6. Все поставки после заключения данного договора считаются поставками в рамках данного договора в течение всего срока его действия.

2. Сроки поставок, порядок оплаты.

2.1. Поставка товара осуществляется самовывозом со склада Поставщика, либо Поставщик своими силами и средствами не позднее 3 (трех) рабочих дней с момента получения заказа доставляет товар в адрес, указанный Покупателем. Передачу товара Поставщик оформляет накладной, с приложением документов, подтверждающих качество товара и счета-фактуры. При получении товара и документов, сопровождающих его, уполномоченные лица Покупателя обязаны надлежащим образом оформить соответствующие документы и вернуть по одному экземпляру Поставщику.

2.2. При доставке товара транспортом Поставщика расходы по транспортировке товара до склада Покупателя несет Покупатель на основании выставленных Поставщиком счетов.

2.3. Любое лицо, допущенное Покупателем к приемке товара, посредством составления приказа либо выдачи доверенности, считается представителем Покупателя. Принимающее товар лицо должно расписаться в накладной и счет-фактуре Поставщика, указав в них

свою должность, фамилию, заверить свою подпись штампом или печатью Покупателя. Покупатель принимает на себя все риски, связанные с действиями представителя Покупателя.

2.4. Покупатель обязуется произвести оплату за Товар Поставщику в течение 30 календарных дней с момента фактической реализации Товара Покупателем в своих аптеках.

2.5. Цена товара определяется на основании прайс-листа на момент окончательного формирования Заявки, включает в себя стоимость тары, упаковки и фиксируется в накладной и счете-фактуре в рублях.

2.6. Во всех платежных документах Покупатель обязан указывать назначение платежа с обязательной ссылкой на номер(а) накладной(ых), по которой(ым) производится оплата.

2.7. Покупатель имеет право на возврат полученного Товара Поставщику.

3. Риск случайной гибели товара.

3.1. Риск случайной гибели или случайной порчи, утраты или повреждения товара, являющегося предметом настоящего договора, несет Поставщик или Покупатель в зависимости от того, кто из них обладал правом собственности на товар в момент случайной гибели или его случайного повреждения.

4. Порядок приемки товара.

4.1. Товар, являющийся предметом настоящего договора, принимается Покупателем по наименованию, количеству и качеству при передаче/приемке товара с участием непосредственно ответственных представителей Покупателя и Поставщика.

4.2. Ответственные лица Покупателя определяются Приложением №1 к Договору поставки, которое является неотъемлемой частью договора.

4.3. Качество товара, переданного по настоящему договору, должно соответствовать техническим стандартам страны-производителя и требованиям, установленным действующим в Российской Федерации ГОСТами, ФС, ВФС, ТУ для данных видов товаров. Качество товара должно подтверждаться сертификатом качества завода-изготовителя и /или сертификатом соответствия – далее документов. Указанные документы даются в копиях. Данные о месте нахождения оригиналов документов на каждую серию товара даются в накладной или в приложении к накладной. Приложение к накладной должно быть заверено Поставщиком с указанием адреса, телефона и фамилии держателя оригиналов документов. Соглашением сторон может быть предусмотрено иное условие передачи документов, подтверждающих качество товара.

4.4. Приемка должна быть осуществлена в следующие сроки:

1. по количеству грузовых мест - в момент получения товара;
2. по количеству и дефектности упаковок - в течение 5 (пяти) рабочих дней с даты получения товара;
3. по качеству товара, в течение 5 (Пяти) рабочих дней с момента обнаружения брака продукции в течение гарантийного срока товара;
4. по иным характеристикам товара, не предусмотренным настоящим пунктом выше - в течение 10 (Десяти) рабочих дней с даты получения товара.

4.5. Приемка Товара для аптек Покупателя, находящихся не в г. Чебоксары, но в пределах Чувашской Республики, осуществляется в офисе Покупателя только по количеству мест; по ассортименту и количеству - в течение трех дней с момента доставки Товара в эти аптеки; по качеству - в соответствии с п.4.4. настоящего договора.

4.6. При обнаружении Покупателем после передачи товара скрытых недостатков (дефектов) в товаре, либо недопоставки допущенных по вине изготовителя или Поставщика, стороны составляют Акт о недостатках, в котором указывается характер указанных недостатков, либо количество товара, подлежащего допоставке.

5. Ответственность сторон по договору поставки.

5.1. Стороны договора, имущественные интересы (деловая репутация) которой нарушены в результате неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательств по договору другой стороной, вправе требовать полного возмещения причиненных ей этой стороной убытков.

5.2. Направление покупателем Поставщику претензии по количеству или рекламаций по качеству поставленной продукции, составленных в порядке и в сроки, предусмотренные настоящим договором, дает первому право требовать от Поставщика допоставки продукции или соразмерного снижения его обязательств по оплате поставленной продукции.

5.3. В случае неисполнения или ненадлежащего исполнения обязательств по договору Стороны несут ответственность в соответствии с Гражданским Кодексом РФ.

5.4. Поставщик производит замену товара ненадлежащего качества товаром, соответствующим договору, в течение 5 календарных дней с момента поступления заявки (претензии) от Покупателя.

6. Порядок разрешения споров.

6.1. Споры, которые могут возникнуть при исполнении условий настоящего договора, стороны будут стремиться разрешать в порядке досудебного разбирательства путем переговоров (обмена письмами, факсами и т.д.).

6.2. В случае не урегулирования споров и разногласий, возникших между сторонами и не разрешенных путем переговоров, споры разрешаются в суде.

7. Форс-мажор.

7.1. Ни одна из сторон не несет ответственности перед другой стороной за невыполнение обязательств, обусловленное обстоятельствами, возникшими помимо воли и желания сторон, которые нельзя предвидеть или избежать разумными способами, включая объявленную или фактическую войну, запретные действия властей, гражданские волнения, эпидемии, блокаду, эмбарго, землетрясения, наводнения, пожары и другие стихийные бедствия.

7.2. Документ, выданный соответствующим компетентным органом, является достаточным подтверждением наличия и продолжительности действия непреодолимой силы.

7.3. Сторона, которая не исполняет своего обязательства вследствие действия непреодолимой силы, должна немедленно известить другую сторону о препятствии и его влиянии на исполнение обязательств по Договору.

8. Срок действия договора.

8.1. Настоящий Договор вступает в силу с момента его подписания сторонами и действует до " ____ " _____ г.

8.2. Срок действия настоящего договора в дальнейшем будет продлеваться ежегодно сроком на один год, пока одна из сторон не заявит о своем желании расторгнуть его, предупредив об этом другую сторону в письменной форме за 1 (один) месяц до окончания срока его действия.

8.3. Стороны вправе расторгнуть данный договор по взаимному согласию. В данном случае сторона, инициирующая расторжение настоящего договора, направляет другой стороне письменное уведомление о его расторжении не позднее 1 (одного) месяца до даты предполагаемого расторжения настоящего договора.

8.4. Расторжение договора не освобождает стороны от исполнения денежных обязательств по погашению задолженности, образовавшейся при исполнении настоящего договора.

9. Заключительные положения.

9.1. Настоящий Договор составлен в двух экземплярах, имеющих одинаковую юридическую силу, по одному экземпляру для каждой из сторон.

9.2. Любые изменения и дополнения к настоящему Договору действительны при условии, если они совершены в письменной форме и подписаны сторонами или уполномоченными на то представителями сторон (в том числе в соответствии с п. 9.1.).

10. Реквизиты сторон.

Покупатель:

Поставщик:

Практическая часть

Задание 1. Согласно данным, представленным в таблице 1, составьте договор поставки товаров, недостающие данные возьмите произвольно.

Таблица 1 – Варианты предмета договора

Вариант	Предмет договора
1	Рыба океаническая, горбуша, замороженная, в мешках, по 20 кг, вес 2тонны
2	Сахар песок, в инд.упак. по 1 кг, в картонной транспортной таре 20 кг, вес 500 кг
3	Костюм спортивный жен. (фуфайка + шорты), разм. 38 – 52, 100 шт.
4	Ботинки зимние мужские, черные, разм. 39 – 46, в картонной транспортной таре, 20 ящ.
5	Хлеб Подольский, на дер.поддоне по 20 б., 5 поддонов

6	Печенье с изюмом, в ящ по 10 кг, 10 ящ
7	Вода столовая, газированная в инд.упак. по 1,5 л, 600 бут
8	Мебельный гарнитур (диван + 2 кресла), кож. обивка, 2 шт.
9	Ковровое покрытие, на нетканой основе, в рулонах 2500*10000 мм, 5 рул.
10	Холодильник двухкамерный объем 200 л., 5 шт

ДОГОВОР ПОСТАВКИ ТОВАРА

г. _____ " _____ 20__ г.

Предприятие _____, в дальнейшем именуемое Поставщик, в лице _____ тов. _____, действующего на основании _____, с одной стороны, и _____ торгбаза, в дальнейшем именуемая Покупатель, в лице _____ тов. _____ действующего на основании _____ базы, с другой стороны, заключили договор о нижеследующем:

I. Предмет договора

1. Поставщик обязуется поставить Покупателю и отгрузить по его разрядкам товары в количестве, ассортименте и в сроки, предусмотренные спецификацией, прилагаемой к настоящему договору.

Спецификация согласовывается и подписывается сторонами отдельно на каждый год до _____ предыдущего года.

II. Сроки и порядок поставки

2. Товары по количеству и ассортименту поставляются внутри квартала равными месячными партиями от квартальной суммы поставки с учетом минимальных норм отгрузки. Восполнение недогруза производится в _____ месяце.

3. Покупатель высылает Поставщику разрядки на отгрузку товаров грузополучателям за _____ дней до начала квартала и имеет право вносить в них изменения за _____ дней до наступления месяца отгрузки.

4. В случае, если указанный в разрядке Покупателя грузополучатель заявит Поставщику (грузоотправителю) свой отказ от занаряженных ему товаров, Поставщик (грузоотправитель) обязан в _____ дневный срок уведомить об этом Покупателя, который в _____ дневный срок обязан дать телеграфное распоряжение об отмене или подтверждении этой отгрузки.

5. На склад Покупателя товар завозится Поставщиком по графику завоза, который прилагается к настоящему договору.

III. Цена

6. Товар оплачивается по розничным ценам Прейскуранта N _____ с пре-

доставлением торговой скидки в размере _____% и дополнительной _____%. При отгрузке товара на склад Покупателя дополнительная скидка предоставляется в размере _____% для возмещения расходов по дальнейшей переотправке товаров.

Об изменении розничных цен Поставщик незамедлительно уведомляет Покупателя.

IV. Условия расчетов, сумма договора

7. Расчеты за товары производятся между грузоотправителем и грузополучателем в порядке акцепта платежных требований.

Платежные требования предъявляются Поставщиком в течение _____дней с момента отгрузки товара. Копии счетов Поставщик высылает Покупателю для учета в течение _____дней после отгрузки с сопроводительным письмом. За каждый невысланный своевременно счет подлежит уплате штраф в размере _____рублей.

8. При отгрузке товара по разрядке Покупателя, Поставщик должен указать в платежных документах номер и дату разрядки Покупателя.

9. Сумма договора - _____рублей.

V. Качество, маркировка, тара

Качество, маркировка и упаковка товара должны соответствовать: _____

(следует указать ГОСТ, ОСТ, ТУ или образец товара)

10. Один экземпляр техдокументации на каждый вид товара, если они ранее не направлялись Покупателю и не приложены к договору, Поставщик высылает Покупателю в срок до "_____" _____20 ____ г., в противном случае Поставщик уплачивает Покупателю штраф в сумме _____рублей.

11. Поставщик в срок не менее, чем за _____месяцев до начала производства уведомляет Покупателя о предстоящем выпуске новых товаров и высылает ему соответствующие образцы, фотографии и другую документацию с указанием ориентировочных цен на новые изделия.

12. Поставщик должен в _____срок рассмотреть предложения Покупателя об улучшении качества и повышении требований к упаковке товара, а также об изготовлении новых товаров, пользующихся спросом.

13. Тара должна иметь маркировку в соответствии с _____(ГОСТ, ОСТ, ТУ и т.п.) и обеспечивать сохранность каждого места.

VI. Дополнительные условия

14. Минимальная норма отгрузки устанавливается:

а). вагон - _____;

б). контейнер - _____.

15. Приемка товаров по количеству и качеству производится в порядке, предусмотренном Инструкциями Госарбитража СССР N П-6, П-7

16. При недостатке или недоброкачественности товара на сумму более _____рублей грузополучатель обязан известить поставщика (грузоотправи-

теля), иногородние извещаются телеграфом.

17. Во всем остальном, что не предусмотрено настоящим договором, стороны руководствуются Положением о поставках товаров народного потребления.

18. Срок действия договора - с " _____ " _____ 20 ____ года по " _____ " _____ 20 ____ года.

Юридические адреса и реквизиты сторон:

Поставщик: _____

Покупатель: _____

Отгрузочные реквизиты:

для вагонных отправок - _____

для контейнерных - _____

для мелких отправок - _____

Поставщик

Покупатель

М.П.

М.П.

Приложение к договору:

1. Спецификация и отгрузочные разрядки на I квартал 20 ____ года.
2. График завоза товара на склад Покупателя.

Практическая работа 10

Тема: Изучение технологии документального оформления закупок

Цель работы: Закрепление теоретических знаний и приобретение практических навыков по оформлению первичных бухгалтерских документов поступления сырья и продуктов на склад и отпуска их на производство.

Теоретическая часть

Все финансово-хозяйственные операции должны быть оформлены на основании должным образом составленных оправдательных документов. Данные документы являются первичной учётной информацией, используя которую ведётся бухгалтерский учёт.

Документ в переводе с латинского означает свидетельство, доказательство, поэтому любая хозяйственная операция оформляется документом, который подтверждает факт её свершения и делает бухгалтерскую запись юридически законной. Благодаря документу точно известно место, время, объект учёта и ответственные лица. Документом в учёте подтверждается законность и обоснованность всех текущих учётных записей. В составе документов бухгалтерского учёта различают:

- первичные документы;

- учётные регистры;
- отчётные документы.

Первичный документ – оправдательный документ по совершению хозяйственной операции (письменное доказательство), на основании которого ведётся бухгалтерский учёт. Первичны учётные, документы могут, составляются на бумажных и машинных носителях информации. Любой документ должен содержать ряд показателей, которые в бухгалтерском учёте называют реквизитами. Реквизиты подразделяются на обязательные и дополнительные. Обязательные реквизиты обеспечивают документам юридическую силу. К ним относятся:

- наименование документа (формы), код формы;
- дата составления;
- наименование организации, от имени которой составлен документ;
- содержание хозяйственной операции;
- измерители хозяйственной операции в натуральном и денежном выражении;
- наименование должностных лиц, ответственных за совершение хозяйственной операции и правильность её оформления;
- личные подписи указанных лиц и их расшифровка.

Дополнительные реквизиты определяются особенностями отражаемых хозяйственных операций и назначением документов. В зависимости от характера операции и технологии обработки данных, в первичные документы могут быть включены дополнительные следующие реквизиты:

- номер документа;
- расчётные счета организации;
- основание для совершения хозяйственной операции.

Вашим поставщиком может стать не только фирма или индивидуальный предприниматель, но и обычный человек. Как правило, у населения покупают продовольственные товары, выращенные на личном подсобном участке, или какое-нибудь сырьё. Многие компании охотно сотрудничают с такими продавцами, поскольку цены у них обычно ниже, чем у «коллег»-организаций. Как правильно оформить эту сделку?

Чаще всего продукты у населения закупают торговые фирмы, чтобы потом перепродать их.

Заметьте: как правило, товары у граждан приобретают лишь те сотрудники, которых директор специально назначил для этого своим приказом. Им выдают деньги под отчет из кассы фирмы (впоследствии сотрудник представит авансовый отчет). Чтобы обеспечить сохранность денег и купленной продукции, с такими работниками заключают договор о полной материальной ответственности

Этот же акт могут использовать и любые другие компании при покупке любых других товаров. Но это не значит, что бланк надо полностью копировать. Главное, чтобы в документе были указаны все обязательные реквизиты (п. 2 ст. 9 Закона от 21 ноября 1996 г. № 129-ФЗ «О бухгалтерском учете»). Вот они:

- название документа;
- дата, когда его составили;
- название фирмы, от имени которой оформлена бумага;
- содержание хозяйственной операции (в нашем случае – покупка товаров);
- количество, цена и стоимость продукции;
- должность и фамилия того, кто покупает товары от имени вашей фирмы;
- личные подписи продавца и представителя вашей компании.

Кроме того, обязательно назовите в акте фамилию, имя и отчество продавца (полностью). А также впишите его паспортные данные и домашний адрес. Будет нелишним, если руководитель вашей фирмы поставит на документе свою визу («утверждаю»).

Закупочный акт составляют в двух экземплярах. Один экземпляр остается у гражданина-продавца, а другой передают в бухгалтерию вместе с авансовым отчетом.

ОБРАЗЕЦ ЗАПОЛНЕНИЯ

ООО «Фрост+»,
г. Москва, 129224, ул. Полярная, дом 8
Утверждаю в сумме пять тысяч семьдесят пять руб. 00 коп.
Генеральный директор А. В. Сокол 1 августа 2013 г.

ЗАКУПОЧНЫЙ АКТ № 18

от 1 августа 2013 г.

Мною товароведом ООО «Фрост +» Пахомовым Николаем Александровичем
Куплено у Терехова Владимира Ивановича
Следующие продукты (товары)

Наименование продуктов	Ед. изм.	Кол-во	Цена (руб. коп)	Сумма (руб. коп)
Яблоки свежие	кг	30	40-00	1200-00
Черешня свежая	кг	20	90-00	1800-00
Помидоры свежие	кг	25	55-00	1375-00
Огурцы свежие	кг	15	20-00	300-00
Картофель	кг	50	8-00	400-00
ИТОГО			5075-00	

Сумма прописью: Пять тысяч семьдесят пять рублей

Сведения о продавце:

ИНН 134600880288

Паспорт серия 0402 номер 821437

Дата выдачи 3 марта 2003 г.

Выдан ОВД района «Перово» г. Москвы

Дата рождения 3 июня 1956 г.

Прописан г. Москва, ул. Рабочая, дом 5, кв. 10

Проживает М.О., г. Сергиев Посад, ул. Мира, дом 18, кв. 12

Справка о наличии личного подсобного хозяйства выдана

_____ справки нет _____

Деньги получил Терехов Терехов В.И.

Продукты получил Пахомов Пахомов Н.А.

Практическая часть

Задание:

1. Выполнить практические задания.
2. Ответить на контрольные вопросы.

Ситуация №1.

В столовой №1 со склада в буфет следующий товар: виноград – 5 кг.; апельсины – 30 кг.; печенье – 10 кг.; шоколад «Алёнка» - 20 шт.; минеральная вода «Зеленоградская» - 20 бутылок по 0,5 л. Оформить бланк «Накладная» на получение товара. Недостающие данные возьмите произвольно.

Ситуация №2.

На склад школьной столовой с бакалейной базы поступили следующие продукты: макароны по цене 40 рублей в количестве 40 кг; крупа гречневая по цене 100 рублей в количестве 50 кг; сахар песок по цене 36 рублей в количестве 100 кг; пшено по цене 42 рубля в количестве 30 кг. Оформите накладную на получение товара датой текущего дня. Недостающие данные возьмите произвольно.

Ситуация №3.

При приёмке овощей с плодоовощной базы №1 на склад цеха питания №39 завода «ЛЗОС» выявлена недостача картофеля. В накладной №15 от 02.10.2013г. указано, что картофель поставлен в количестве 500 кг по цене 20 руб. за килограмм. Фактически было привезено 450 кг. Оформите односторонний акт о выявленной недостаче.

Ситуация №4.

В кафе «Фламинго» для проведения банкета на центральном продуктовом рынке были закуплены следующие овощи и фрукты: яблоки – 15 кг., груши – 70 кг., сливы – 2 кг., капуста – 5 кг., картофель – 100 кг., зелень укропа – 5 пучков. Оформите бланк «Закупочный акт». Недостающие данные возьмите произвольно.

Контрольные вопросы

1. Что является бухгалтерским документом?
2. Дайте определение реквизиту. Перечислите виды реквизитов.
3. Сколько экземпляров Акта закупки необходимо заполнить, при покупке продуктов у населения?
4. Какой документ заключают с работником для сохранности денежных средств?

Практическая работа 11

Тема: Обоснование выбора поставщика

Цель работы: ознакомиться с основными критериями потенциальных поставщиков бытовой электротехнической продукции, произвести оценку поставщиков

Практическая часть

Произвести оценку поставщиков по результатам работы, для принятия решения о продлении договорных отношений с двумя из них.

Таблица 1 - Данные о потенциальных поставщиках бытовой электротехнической продукции

Критерии	Поставщики			
	А	В	С	Д
Основные критерии:				
1. Уровень цены на товар	Средний	Низкий	Средний	Высокий
2. Качество товара	Высокое	Среднее	Высокое	Среднее
3. Ассортимент товара и постоянство его наличия на складе	Насыщенный и глубокий с постоянным наличием	Ненасыщенный и глубокий с постоянным наличием	Насыщенный и глубокий с постоянным наличием	Насыщенный и глубокий с непостоянным наличием
4. Сроки и условия поставки	Сразу после оплаты	В течение 3-х дней после оплаты	В течение недели после заключения договора	В течение 3-х дней после оплаты
5. Возможный объем поставки	Произвольный	Произвольный	Произвольный	На сумму не менее 20 000 руб.
6. Форма оплаты	100% предоплаты	100% предоплаты	Оплата по факту или отсрочка	20% предоплата и 80 % отсрочка

				платежа на 7 дней
7.Транспортные условия	Самовывоз	Доставка на склад покупателя	По желанию покупателя	Доставка на склад покупателя за отдельную плату
Дополнительные критерии:				
1. Общая репутация поставщика	Все прежние договора выполнялись в срок	Все прежние договора выполнялись в срок	Все прежние договора выполнялись в срок	Ранее с этим поставщиком не работали
2.Финансовая стабильность поставщика	Устойчивая	Есть некоторые сомнения	Устойчивая	Неизвестно
3.Надежность поставки	Высокая	Высокая	Выше среднего	Сомнительная

Последовательность выполнения задания:

Выберите шкалу для оценки критериев, составьте оценочную шкалу по форме таблицы 2 (по пятибалльной шкале).

Таблица 2 - Оценочная шкала для оценки показателей выбора поставщиков

Показатель	5	4	3	2	1
	"отлично"	"хорошо"	"удовлетворительно"	"неудовлетвор."	"плохо"
1	2	3	4	5	6

1. Оцените поставщиков по заданным критериям в баллах.
2. Определите значимость критериев выбора поставщиков методом экспертным методом.
3. Определите рейтинг поставщиков бытовой электротехнической продукции и сделайте соответствующие выводы.

Практическая работа 12

Тема: Решение профессиональных задач по оформлению результатов приемки по количеству и качеству.

Цель работы: Изучить инструкции по приемке товаров по количеству и качеству П-6, П-7; решить ситуационные задачи; заполнить акт об установленном расхождении по количеству и качеству при приемке товарно-материальных ценностей

Практическая часть

Задание 1. Ответьте на вопросы, если в договоре на поставку товаров указано, что приемка по количеству и качеству соответствует инструкциям П-6, П-7.

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

лиц при приемке товара?

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Задание 2. Решить задачу по приемке продовольственных товаров на складе по количеству и заполнить акт об установленном расхождении по количеству и качеству при приемке товарно-материальных ценностей (Унифицированная форма № ТОРГ- 2)

Описание ситуации и постановка задачи

В соответствии с заключенным договором поставки № 98 от 9 сентября Каневский сахарный завод Краснодарского края 6 октября отгрузил вагон сахара на станцию Белгород в адрес оптовой базы Белгородского облпотребсоюза.

Груз прибыл на станцию назначения 15 октября в исправном вагоне с неповрежденными пломбами грузоотправителя и, согласно Уставу железных дорог, выдан грузополучателю 15 октября без проверки веса груза в 9.00 ч.

Вагон с грузом был подан к складу Белгородского ОПС и вскрыт 15 октября в 10.00 ч.

В процессе приемки товаров на складе оптовой базы 15 октября работниками склада установлено, что фактическое количество поступивших мест (ящиков) не соответствует количеству, указанному в транспортной накладной и в счете-фактуре поставщика. Поступившая с товаром тара была в исправном состоянии. Обнаружена недостача 10 ящиков с сахаром по 50 кг в каждом, о чем работники склада составили акт. В 15.00 они приостановили приемку и доложили руководству базы. Сахар разместили отдельно от других товаров и обеспечили его сохранность.

В тот же день, 15 октября, с базы была направлена телеграмма № 78 поставщику с уведомлением об установленной нехватке и с просьбой направить представителя для участия в окончательной приемке товара.

Руководство базы поставило перед коммерческим отделом задачи, организовать приемку сахара в соответствии с действующим порядком и оформить ее необходимыми документами: предъявить претензию поставщику.

Требуется выполнить поставленные задачи, используя исходные данные, приведенные ниже.

Исходные данные

1. Выписка из железнодорожной накладной на перевозку груза

Накладная № 411386.

Скорость доставки – грузовая.

Вагон № 1435339.

Грузоподъемность вагона – 62 т.

Станция отправления – Каневская Северо-Кавказская железная дорога.

Отправитель – Каневский сахарный завод.

Наименование груза – сахар.

Станция назначения – г. Белгород

Получатель – оптовая база Белгородского облпотребсоюза.

Почтовый адрес получателя – г. Белгород, ул. Коммунальная, 8.

Пломба отправителя с оттиском "431".

Количество мест	Упаковка	Наименование груза	Вес груза, определенный отправителем кг
400	Ящики картонные	Сахар-рафинад прессованный в пачках	20 000
400	Мешки тканевые	Сахар-песок рафинированный	20 000
200	Ящики картонные	Сахар-рафинад прессованный быстрорастворимый	10 000
Итого 1000	Брутто Тара Нетто		51 000 1 000 50 000

2. Выписка из счета-фактуры № 736 от 6 октября

Поставщик – Каневский сахарный завод.

Грузоотправитель – Каневский сахарный завод.

Покупатель – оптовая база Белгородского облпотребсоюза

Наименование товара	Единица измерения	Количество	Цена, руб.	Сумма, руб.
Сахар-рафинад прессованный в пачках	кг	20 000	24	480 000
Сахар-песок рафинированный	кг	20 000	20	400 000
Сахар-рафинад прессованный быстрорастворимый	кг	10 000	22	220 000
Итого		50 000		1 100 000
Ящики картонные	шт.	600	10	6000
Мешки тканевые	шт.	400	100	40 000

Итого к оплате за товар и тару				1 146 000
--------------------------------	--	--	--	-----------

3. Данные о результатах окончательной приемки

В результате окончательной приемки поступившего сахара 18 октября комиссией установлено следующее его количество:

1. сахар-рафинад прессованный в пачках — по 50 кг в каждом ящике. Всего — 19 500 кг, 390 ящиков;
2. сахар-песок рафинированный нерасфасованный — по 50 кг в каждом мешке. Всего — 20 000 кг, 400 мешков;
3. сахар-рафинад прессованный быстрорастворимый в пачках — по 50 кг в каждом ящике. Всего — 10 000 кг, 200 ящиков.

Методические указания

Прежде всего, целесообразно провести анализ ситуации, а также подробно ознакомиться с Положением о поставках товаров народного потребления и инструкцией "О порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству".

Затем на основе исходных данных работа выполняется в следующей последовательности.

1. Составляется акт об обнаруженной недостаче 10 ящиков сахара.
2. Составляется для отправки поставщику телеграмма с указанием обнаруженной недостачи и других сведений, необходимых при данной ситуации.
3. Назначается комиссия по приемке товара, которая проверяет товар и составляет акт об установленном расхождении в количестве сахара. Содержание этого акта должно отвечать требованиям инструкции "О порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству".
4. Составляется и отправляется поставщику претензия о возмещении стоимости недостающих товаров.

При составлении и оформлении любых документов, в том числе и претензии, необходимо соблюдать ряд требований и правил, предусмотренных Единой государственной системой делопроизводства. В частности, документ должен иметь следующие обязательные реквизиты:

- наименование учреждения — автора документа;
- название вида документа или унифицированной формы документа;
- заголовок к тексту;
- дату;
- текст;
- отметки о согласовании текста документа;
- подпись;
- отметку об исполнении документа и направлении его в дело;
- другие реквизиты, если того требует назначение документа.

Практическая работа 13

Тема: Изучение технологии хранения товаров

Цель работы: Закрепление теоретических знаний и приобретение практических навыков по подбору тары и выбора способа хранения сырья и продовольственных товаров на складе.

Теоретическая часть

При хранении сырья и продуктов должны соблюдаться требования санитарных норм в соответствии с СанПиН 42-123-4117 – 86 «Условия, сроки хранения особо скоропортящихся продуктов». Ответственность за соблюдение и контроль Санитарных правил несут руководители предприятий, производящих и транспортирующих скоропортящиеся продукты, предприятия общественного питания и торговли. Для предотвращения потерь и порчи продуктов необходимо обеспечить в складских

помещениях оптимальный режим хранения товаров в соответствии с их физико-химическими свойствами. Режим хранения – это определённая температура, скорость движения воздуха, относительная влажность. При хранении следует строго следить за соблюдением сроков реализации продуктов, особенно скоропортящихся:

- Крупнокусковые полуфабрикаты из мяса – 48 часов при температуре 2 – 6 С;
- Порционные полуфабрикаты без панировки – 36 часов;
- Порционные полуфабрикаты панированные – 24 часа;
- Полуфабрикаты мясные рубленые – 12 часов;
- Рыба всех наименований - 48 часов при температуре 0 – 2С, рыба

мороженая - 24 часа;

- Молочнокислая продукция – не более 36С при температуре 2 – 6С.

Существует несколько способов хранения и укладки сырья и продуктов:

1. Стеллажный – продукция хранится на полках, стеллажах, в шкафах (продукты в ящиках, масло, сыр, хлеб, вина в бутылках).

2. Штабельный - продукция хранится на подтоварниках, продукты в таре складывают в высокий штабель высотой не более 2 метров (мешки с сахаром, мукой);

3. Насыпной – продукты хранят навалом в закромах, ларях, контейнерах, бункерах без тары от стен и пола оставляют пространство в 10 – 20 см для свободного доступа воздуха (картофель, корнеплоды, лук);

4. Подвесной – используется для хранения сырья и продуктов в подвешенном состоянии (колбасы, туши, копчёности, сыры);

5. Ящичный – в ящиках хранят плоды, овощи, яйца и др.

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

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

При размещении товаров на хранение следует учитывать требования:

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

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

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

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

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

Нормы естественной убыли не применяют к штучным товарам, а также к товарам, поступающим на розничные торговые предприятия в фасованном виде (могут применяться в ограниченных размерах, если повреждена упаковка), к мороженым,

глазированным рыбным и нерыбным морепродуктам и солёным, пряным и маринованным в тузлуке, кроме семейства лососевых, продаваемых в нарезку.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Тара – это товарная упаковка, применяемая при перевозке и хранении товаров. Тара предназначена для обеспечения сохранности количества, качества товаров, предохраняет их от внешних воздействий, потерь и порчи. Различные физико-химические свойства сырья, продуктов, готовых изделий определяют необходимость использования разнообразных видов тары. Классификация тары производится по четырём основным признакам:

- по виду материала – деревянная, стеклянная, металлическая, тканевая, картонно – бумажная, пластмассовая;
- по степени жёсткости (способность сопротивляться механическим воздействиям) – жесткая, полужёсткая, мягкая;
- по степени специализации – универсальная (для нескольких видов товаров) и специализированная;
- по кратности использования – однооборотная и многооборотная (используется неоднократно).

К таре предъявляются определённые требования в соответствии с ГОСТами. К техническим требованиям относятся требования к материалу, размерам, а также

прочность, надёжность, обеспечивающую полную сохранность затариваемой продукции и многократное использование тары.

Эксплуатационные требования к таре предусматривают удобство упаковки, распаковки, приёмки, перевозки, хранения, продажи товаров.

Санитарно – гигиенические требования предполагают обеспечение возможности быстрой санитарной обработки и дезинфекции. Экологичность тары – её безвредность, при утилизации тары исключить загрязнение окружающей среды.

Тарооборот включает приёмку, вскрытие, хранение и возврат. Приёмку тары производят по количеству и качеству. Если фактическое количество, качество, цены и маркировки поступившей тары соответствуют данным сопроводительных документов, то материально – ответственное лицо расписывается на них в получении и ставится штамп приёмки, и тара приходится. Вскрытие тары должно производиться специальными инструментами с тем, чтобы сохранить её качество. Хранение тары осуществляется в специально отведённых кладовых или отдельно стоящих помещениях штабельным или стеллажным способом. Тару, имеющую специфический запах хранят отдельно. Порядок возврата тары должен быть предусмотрен в договоре поставки.

В процессе организации оборота тары имеют место расходы и потери. В общественном питании имеются большие возможности для сокращения потерь по таре. Этому способствует проведение организационно – технических и экономических мероприятий.

К организационно – техническим мероприятиям относятся:

- строгое соблюдение всех условий договора поставки по таре; приёмка тары по количеству и качеству; соблюдение правил вскрытия, хранения, возврата тары;
- своевременный ремонт возвратной тары;
- бережное отношение с тарой при погрузке, перевозке, разгрузке;
- обеспечение необходимых условий для сохранности тары;
- организация контроля за ведением тарного хозяйства со стороны администрации предприятия.

К экономическим мероприятиям относятся:

- экономический анализ всех расходов и потерь отдельно по каждому виду тары, разработка мероприятий по снижению потерь по таре;
- своевременный учёт тары, соблюдение договорных обязательств, правильное оформление сопроводительных документов.

Практическая часть

Задание 1. Для сырья, продовольственных товаров, овощей, фруктов и т.д. (таблица 1) подобрать способ хранения и тару, в которой они будут храниться. Указать температуру и сроки хранения данных товаров. Результаты оформить в таблицу 2.

Таблица 1 Сырьё и продукты подлежащие хранению

№ п/п	Наименование товаров, подлежащих хранению
1	Фрукты свежие
2	Персики (консерв.)
3	Зелень свежая
4	Клубника, брусника
5	Майонез «Слобода»
6	Ветчина из индейки
7	Сметана «Простоквашино», 15%
8	Сливочное масло
9	Жир кулинарный
10	Яйцо куриное
11	Молоко «Ясная поляна», 3,2%
12	Сыр «Российский»
13	Сосиски «Молочные»
14	Вырезка говяжья охлаждённая

15	Телятина охлаждённая
16	Курица охлаждённая
17	Кости говяжьи
18	Хрен (корень)
19	Лук репчатый
20	Морковь свежая
21	Картофель свежий
22	Свекла свежая
23	Каперсы
24	Огурцы соленые
25	Редис
26	Петрушка (корень)
27	Палтус мороженый
28	Осетр живой
29	Треска мороженая
30	Говядина мороженая

Таблица 2 - Способы хранения сырья и продуктов

№ п/п	Наименование товаров, подлежащих хранению	Вид тары	Способ хранения	Срок хранения, ч	t хранения, С
1	Фрукты свежие	Деревянные ящики	Ящичный	96	2 – 6
2				
	И т.д.				

Контрольные вопросы

1. Назовите виды потерь и процессы, их вызывающие.
2. Что такое естественная убыль?
3. Назовите основные меры по предупреждению и снижению потерь.
4. Какие процессы происходят в пищевых продуктах при хранении?
5. Расскажите об условиях и сроках хранения пищевых продуктов.
6. Назовите правила товарного соседства.
7. Назовите основополагающие принципы хранения.
8. Дайте определение понятию - Тарооборот.
9. От чего зависит сохранность и качество тары?
10. Дайте определение понятию - Упаковка.

Практическая работа 14

Тема: Оформление ценников на реализуемые товары

Цель: оформить ценники на товары.

Практическая часть

Задание 1. Повторить порядок оформления ценников в соответствии с письмом № 1-304/32-2 «О порядке оформления ценников на реализуемые товары». (Правила торговли стр. 79)

Задание 2. Оформить по 2 шт.: акционные ценники, ценники для торгового оборудования на продовольственные и непродовольственные товары, ценники на весовой продовольственный товар в соответствии с установленными требованиями (вариант формы и размер ценников подобрать на компьютере).

1. Продумать форму ценника.
2. Указать на ценнике:
 - наименование предприятия;
 - наименование товара;
 - вес;
 - изготовителя;

- цену за единицу товара;
- подпись материально - ответственного лица;
- номер товарно-транспортной накладной и дату поступления.

Выбирая, форму и размер ценников помните, что размер ценников должен соответствовать товару по размеру, размер шрифта должен быть читаем. Оформление ценников должно быть в соответствии с требованиями к оформлению.

Формы отчета: оформленный ценник на товар.

Практическая работа 15

Расчет и анализ товарных запасов и оборачиваемости

Цель работы: Овладение методикой расчета и анализа товарных запасов и их оборачиваемости.

Практическая часть

Решить предложенные задачи и проанализировать полученные результаты, используя предложенные формулы.

Необходимый объем поступления товаров в планируемом периоде, T_n , определяется по формуле

$$T_n = P + Z_k + B - Z_n,$$

где P – плановый объем товарооборота, тыс.руб.;

Z_k - необходимые товарные запасы на конец планируемого периода, тыс.руб.;

B - возможное прочее выбытие товаров, тыс.руб.;

Z_n - фактические товарные запасы на начало планируемого периода, тыс.руб.

Задача №1

Проведите анализ товарных запасов по розничному торговому предприятию на 1 октября, установив их отклонение от необходимого размера в сумме и днях, на основе следующих данных:

- фактические товарные запасы на 1 октября составляли 2120,0 тыс.руб.;
- необходимые товарные запасы (дни):
III квартал – 23,
IV квартал – 24;
- план оборота розничной торговли на IV квартал – 9090,0 тыс.руб.;
- фактический оборот розничной торговли за III квартал составил 8280,0 тыс.руб.

Задача №2

Определите фактическую оборачиваемость средств, вложенных в товарные запасы, ее отклонение от показателей прошлого года по торговому предприятию на основе следующих данных :

- оборот за отчетный год (фактически) – 55080.0 тыс.руб.;
- товарные запасы, тыс.руб.:
на 01.01 отчетного года – 3000,0,
на 01.04 отчетного года – 3020,0,
на 01.07 отчетного года – 3050,0,
на 01.10 отчетного года – 3100,0,
на 01.01 следующего года – 3070,0;
- фактическая оборачиваемость средств, вложенных в товарные запасы, за прошлый год составила 22 дня.

Задача №3

Определите влияние изменения структуры оборота розничного торгового предприятия на изменение оборачиваемости средств, вложенных в товарные запасы, на основе следующих данных:

№ п/п	Группа товаров	Оборот розничной торговли, тыс.руб.		Оборачиваемость, дни
		предшест-вующий год	отчетный год	
1	Продовольственные	18200,0	19750,0	28
2	Непродовольственные	15800,0	16250,0	39
	Итого			

Задача №4

На основе данных таблицы исчислите влияние на изменение объема оборота розничного торгового предприятия изменения поступления товаров, товарных запасов и прочего выбытия

№ п/п	Показатели	Предшест-вующий год, тыс.руб.	Отчетный год, тыс.руб.
1	Запасы товаров на начало года	4700,0	
2	Поступление товаров		
3	Реализация	61080,0	68400,0
4	Прочее выбытие	220,0	160,0
5	Запасы товаров на конец года	5100,0	5400,0

Задача №5

На основе данных таблицы исчислите влияние на изменение объема оборота розничного торгового предприятия изменения поступления товаров, товарных запасов и прочего выбытия

№ п/п	Показатели	Предшест-вующий год, тыс.руб.	Отчетный год, тыс.руб.
1	Запасы товаров на начало года	4700,0	41230
2	Поступление товаров		
3	Реализация	81040,0	68400,0
4	Прочее выбытие	120,0	
5	Запасы товаров на конец года	3500,0	5400,0

Задача №6

Рассчитайте на планируемый год возможный объем оборота розничного торгового предприятия по следующим данным:

- в отчетном году оборот составил 76800,0 тыс.руб.;
- вложенный в торговлю капитал в отчетном году составил 9300,0 тыс.руб.;
- в планируемый год намечается в сумме 9900,0 тыс.руб.;
- в планируемом году 70% прироста оборота розничной торговли намечается получить за счет повышения эффективности использования капитала.

Задача №7

Рассчитайте на планируемый год возможный объем оборота розничного торгового предприятия по следующим данным: в отчетном году оборот составил 112400,0 тыс.руб.; вложенный в торговлю капитал (основные фонды, оборотные средства) в отчетном году составил 8700,0 тыс.руб.; в планируемый год намечается в сумме 8950,0 тыс.руб.; в

планируемом году 60% прироста оборота розничной торговли намечается получить за счет повышения эффективности использования капитала.

Задача №8

Определите на планируемый год оборот предприятия общественного питания на основе следующих данных:

- в отчетном году оборот предприятия питания составил 38200,0 тыс.руб, в том числе продукции собственного производства – 24300,0 тыс.руб. Доля обеденной продукции в обороте по продукции собственного производства – 80%;

- в планируемом году планируется увеличение продукции собственного производства за счет:

- увеличения контингента питающихся - на 3%,
- увеличения продаж блюд на одного питающегося – на 2%,
- роста средней цены 1 блюда – на 9%;

- оборот от прочей продукции собственного производства составит 3900,0 тыс.руб.;

- оборот по покупным товарам возрастет за счет увеличения контингента питающихся на 3% и за счет роста цен на 8%.

Задача №9

Определите на планируемый год оборот предприятия общественного питания на основе следующих данных:

- в отчетном году оборот предприятия питания составил 76500,0 тыс.руб, Доля обеденной продукции в обороте по продукции собственного производства – 95%;

- в планируемом году планируется оборот от прочей продукции собственного производства составит 9900,0 тыс.руб.;

- оборот по товарам возрастет за счет увеличения контингента питающихся на 3% и за счет роста цен на 8%.

Задача №10

Определите на планируемый год оборот предприятия общественного питания на основе следующих данных:

- в отчетном году оборот предприятия питания составил 321200,0 тыс.руб, в том числе продукции собственного производства – 211300,0 тыс.руб. Доля обеденной продукции в обороте по продукции собственного производства – 67%;

- в планируемом году планируется увеличение продукции собственного производства за счет:

- увеличения контингента питающихся - на 1,3%,
- увеличения продаж блюд на одного питающегося – на 1,9%,
- роста средней цены 1 блюда – на 12%;

- оборот от прочей продукции собственного производства составит 5700,0 тыс.руб.;

- оборот по покупным товарам возрастет за счет увеличения контингента питающихся на 2,5% и за счет роста цен на 14%.

Контрольные вопросы:

1. Что такое товарные запасы и какие условия следует учитывать предприятию, чтобы правильно рассчитать их размер?

2. Цель планирования товарных запасов?

3. Как обосновать правильный размер товарных запасов?

4. Какая экономическая информация должна учитываться при расчете товарных запасов?

5. Какими методами пользуются для расчета товарных запасов, охарактеризуйте каждый из методов?

Раздел 4. МДК 01.04 Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда

Практическая работа 1. Тема: Изучение оборудования предприятий розничной торговли непродовольственными товарами. Знакомство с видами оборудования, его назначением и применением.

Цель работы: Знакомство с видами оборудования предприятий розничной торговли, его назначением и применением. Сравнительный анализ достоинств, недостатков и предпочтительных сверх применения различных видов оборудования (по заданию преподавателя).

Практическая работа 2. Тема: Изучение оборудования предприятий розничной торговли продовольственными товарами. Особенности оборудования для торговли продовольственными товарами, назначение и фактическое использование.

Цель работы: Изучение особенностей оборудования для торговли продовольственными товарами, назначения и фактического использования. Сравнительный анализ достоинств, недостатков и предпочтительных сфер применения различных видов оборудования (по заданию преподавателя).

Практическая работа 3. Тема: Изучение оборудования и процессов товародвижения предприятия оптовой торговли.

Цель работы: Знакомство с видами оборудования, их назначением и особенностями эксплуатации. Анализ процессов товародвижения. Разработка рекомендаций по повышению уровня механизации и автоматизации товародвижения.

Практическая работа 4. Тема: Изучение оборудования для товароснабжения торговых организаций.

Цель работы: Знакомство с видами оборудования, их назначением и особенностями эксплуатации. Анализ процессов товароснабжения. Разработка рекомендаций по повышению уровня механизации и автоматизации процессов товароснабжения.

Практическая работа 5. Тема: Посещение салона по продаже торгового оборудования различного назначения. Сравнительный анализ достоинств, недостатков и предпочтительных сфер применения различных видов оборудования (по заданию преподавателя) розничной торговли

Цель работы: Сравнительный анализ достоинств, недостатков и предпочтительных сфер применения различных видов оборудования (по заданию преподавателя).

Практическая работа 6. Тема: Разработка рекомендаций по техническому перевооружению предприятия розничной торговли непродовольственными товарами.

Цель работы: Провести анализ оборудования действующей торговой точки, выявить недостатки используемых видов торгового оборудования. Обосновать предложения по замене отдельных видов оборудования, выполнить планировку торговой точки до и после технического перевооружения.

Практическая работа 7. Тема: Разработка рекомендаций по техническому перевооружению предприятия розничной торговли продовольственными товарами.

Цель работы: Провести анализ оборудования действующей торговой точки, выявить недостатки используемых видов торгового оборудования. Обосновать предложения по замене отдельных видов оборудования, выполнить планировку торговой точки до и после технического перевооружения.

5.4 Примеры заданий для лабораторной работы

Раздел 2. МДК 01.02 Товароведение продовольственных товаров

Лабораторное занятие 1

Тема: Изучение органолептических методов контроля качества продовольственных товаров

Цель занятия: Сформировать умения студентов составлять объединенную пробу для оценки качества продовольственных товаров; освоить органолептические методы определения значений показателей качества продовольственных товаров.

Материальное обеспечение занятия: стандарты.

Работа 1. Изучение правил отбора проб продовольственных товаров и их подготовки к лабораторным испытаниям

Правила отбора проб продовольственных товаров и их подготовка к лабораторным испытаниям преследуют цель обеспечить надежность соответствующего контроля товара. Этот контроль обычно осуществляют поэтапно, рассматривая проверку партии данного товара на однородность, контроль качества упаковки и маркировки товара, отбор проб для органолептических, физико-химических, микробиологических и других испытаний и подготовку проб к лабораторным испытаниям.

На каждом этапе приемки товара, отбора и подготовки проб стараются по возможности минимально нарушать первичную упаковку и минимально расходовать товар на анализы. Но вместе с тем стараются проводить соответствующее исследование так, чтобы свести к минимуму ошибки в суждениях о качестве партии товара в целом по результатам выборочных оценок качества.

Изучите стандарт вида «Правила приемки и методы отбора проб» группу продовольственных товаров.

Результаты работы оформите в виде таблицы, табл. 1.1.

Наименование _____

ГОСТ _____

Таблица 1.1

Правила отбора объединённой пробы

Наименование	Характеристика по ГОСТу
Партия	
Однородная партия	
Выборка	
Точечная проба	
Объединенная проба	

Работа 2. Изучение основ органолептической оценки качества продовольственных товаров

Органолептический метод определения значений показателей качества продовольственных товаров играет важную роль в оценке качества продукции. Он прост и быстр, что важно, особенно в торговле. При помощи органов чувств (зрительных, осязательных, обонятельных, вкусовых, слуховых) осуществляют контроль качества продукции на пищевых предприятиях, в торговле при хранении и реализации.

Органолептическую оценку выполняют в следующей последовательности: сначала устанавливают показатели, оцениваемые визуально (зрительно): внешний вид, форму, цвет, прозрачность и т. д., после этого определяют консистенцию, запах, вкус.

Работа 3. Изучение принципов построения балльной системы органолептической оценки качества пищевых продуктов

Органолептическая оценка уровня качества пищевых продуктов может осуществляться и количественно. Такая количественная оценка уровня качества пищевых продуктов производится с помощью систем (балльных), использующих частные и общие показатели качества. Такие системы обычно классифицируют по максимальному числу

баллов общего показателя качества продукта как 100-, 25-, 20-, 10- и 5- балльные. Иногда при использовании балльной системы оценки уровня качества продуктов учитывают не только органолептические, но и физико-химические показатели качества (например, при оценке уровня качества пива).

Система органолептической балльной оценки качества пищевого продукта строится следующим образом:

- устанавливают общую максимальную органолептическую оценку качества продукта в баллах, соответствующую наивысшему уровню его качества (например, пиво - 25, масло коровье - 20, чай, вино - 10 баллов и т.д.);

- устанавливают основные признаки качества, по которым производится оценка товара. К таким признакам относятся: внешний вид, цвет, консистенция, прозрачность, вкус, запах и др.;

- каждому признаку качества присваивается определенный балл значимости. Особо важное значение придается вкусу и запаху, поэтому на оценку вкуса и запаха выделяют от 40% до 50% всех баллов;

- разрабатывают оценочную шкалу в баллах, предусматривающую допуски по отклонениям общего и частных показателей качества, в рамках которых устанавливается тот или иной уровень качества продукта. Оценочная шкала включает ограничительные значения прежде всего общего показателя качества, а иногда и частных показателей качества, регламентирующие стандартность и сортность продукта.

Например, балльная оценка качества коровьего сливочного масла (по 20-балльной системе) по общему органолептическому показателю качества для высшего сорта должна соответствовать 13-20 баллам, а по вкусу и запаху не менее, чем 6 баллам. При пользовании такого рода системой сначала устанавливают фактические баллы по частным показателям с учетом действующих оценочных шкал, затем фактические баллы по всем частным показателям суммируют, устанавливая суммарный фактический балл, характеризующий общий показатель качества. Суммарный фактический балл по общему показателю качества (а иногда и фактические баллы по частным показателям качества) сравнивают с оценочной шкалой, включающей органолептические баллы, и на основании этого делают общий вывод об уровне качества продукта, т.е. вывод о его стандартности и сортности.

Каждый студент получает образцы изделий, а также ГОСТы на указанные продукты. Оценка качества образцов масла проведите в соответствии с таблицами балльной оценки, приведенными в стандартах. Результаты работы оформите в виде таблицы, табл.2.3. Посчитайте среднеарифметические результаты в подгруппе по каждому образцу.

Таблица 2.3

Органолептическая оценка масла коровьего

Наименование показателей качества	Максимальное количество баллов	Фактическая оценка масла в баллах	
		Образец №	Среднеарифметические результаты
Вкус и запах	10		
Консистенция	5		
Цвет	2		
Упаковка и	3		
Общая оценка	20		

Вывод: о сортности и стандартности образца масла коровьего.

Лабораторное занятие 2

Тема: Изучение классификации, ассортимента и оценка качества макаронных изделий.

Цель занятия: Изучить принципы классификации и формирования ассортимента макаронных изделий, получить навыки оценки качества изделий по стандартным показателям.

Материальное обеспечение занятия: образцы изделий, стандарт, линейка, ступка с пестиком, стаканы, тёплая вода.

Работа 1. Изучите по стандарту упаковку и маркировку представленных образцов макаронных изделий и установите соответствие маркировки требованиям стандарта.

Получив образец и используя ГОСТ Р 51047-97. Пищевые продукты. Информация для потребителей. Общие требования. расшифруйте маркировку. В рабочую тетрадь запишите всю информацию на этикетке.

Работа 2. Изучение ассортимента макаронных изделий.

В соответствии с ГОСТ 875-92 в зависимости от качества и сорта муки, из которой изготовлены макаронные изделия, их подразделяют на группы А, Б, В, и классы 1-й, 2-й

- Макароны группы А получают из муки твердых сортов пшеницы (дурум) и муки высшего сорта из твердых сортов пшеницы.
- Макароны группы Б производят из муки мягкой стекловидной пшеницы,
- группы В из хлебопекарной пшеничной муки, которая по качеству и количеству клейковины должна быть не ниже макаронной муки высшего сорта.
- Макароны высшего сорта вырабатывают из муки высшего сорта, 1-го сорта - из муки 1-го сорта. Можно отличить от изделий

Органолептически макаронные изделия группы А можно отличить от изделий группы Б и В: они стекловидные, прозрачные с кремовым или желтоватым оттенком.

Изделия групп Б и В органолептически отличить трудно.

В зависимости от формы макаронные изделия подразделяют на четыре типа: трубчатые, нитеобразные, лентообразные и фигурные.

Каждый из типов подразделяют на виды, а трубчатые и на подтипы. Для установления вида трубчатых изделий и вермишели измеряют размер поперечного сечения, вид лапши определяется по её ширине. Фигурные изделия подразделяют на прессованные и штампованные.

Путём измерения размеров изделий устанавливают вид для всех образцов. Работу оформите в виде табл. 2.1.

Таблица 2.1

Ассортимент макаронных изделий

Группа	Сорт Класс	Тип и подтип	Размеры в мм				Вид изделия
			длина	ширина	толщина	поперечное сечение	
1	2	3	4	5	6	7	8
А	1-й	Трубчатые макароны	50	-	1,5	4	соломка
И т.д.							

Работа 3. Органолептическая оценка качества макаронных изделий

Запишите в тетрадь основные органолептические и лабораторные показатели качества по стандарту, которые будете определять.

Для определения запаха макаронных изделий образец тщательно измельчить в ступке.

Полученную массу просейте через сито над листом бумаги. Из мелкой крупки которая просеялась через сито (проход) отвесьте 20 г, всё это количество согрейте дыханием и определите запах.

Типичный или посторонний запах резче чувствуется, если этот "проход" пересыпать в стакан, залить тёплой водой, накрыть стакан стеклом, затем через 1-2 мин воду слить и после этого определить запах крупки.

Вкус (его типичность и наличие посторонних привкусов) следует определять разжёвыванием 1-2 навесок из "прохода", каждая масса около 1 гр, прополаскивая рот водой перед второй пробой.

Определите цвет, состояние поверхности, вид на изломе, форму образца макаронных изделий в соответствии с требованиями стандарта.

Определите состояние макаронных изделий после варки.

50-100 г изделий высыпают в кипящую воду, варят до готовности, сливают верхний слой воды, переносят на сито, дают стечь и путём внешнего осмотра определяют сохранность формы изделий, наличие потерявших форму, склеившихся, развалившихся по швам трубчатых изделий, а также наличие комков.

Оформление отчёта

Сделайте заключение о соответствии сваренного макаронного изделия требованиям стандарта данные занесите в таблицу 2.2.

Таблица 2.2

Результаты оценки качества макаронных изделий

Показатели качества	Фактически	По стандарту
1	2	3

Лабораторное занятие 3

ИЗУЧЕНИЕ АССОРТИМЕНТА И ЭКСПЕРТИЗА КАЧЕСТВА СОКОВ

Цель работы: Научиться проводить экспертизу качества плодово-ягодных и овощных соков и оформлять полученные результаты.

Подготовительная работа студента к занятию: Изучить по учебникам и лекциям товароведную характеристику соков.

Задание 1. Изучить ассортимент соков по каталогам, стандартам, натуральным образцам и заполнить таблицу.

Вид сока	Наименование сока	Торговая марка	Товарный сорт	Производитель

Задание 2 Изучение правил приемки и установление

Для проверки состояния транспортной тары и маркировки от партии продукции отбирают случайным образом определенное количество ящиков и коробок.

Для проверки правильности маркировки, состояния этикетки и оформления потребительской тары отбирают случайным образом выборку банок, бутылок, туб и др.

Определение показателей качества также начинают со случайного отбора выборки продукции в потребительской таре. Перед проведением испытаний фасованного сока составляют объединенную пробу из точечных проб. Масса объединенной пробы должна быть не менее 0,5дм³.

Например, поступила партия сока (наименование, вид – по натуральному образцу) в количестве 150 транспортных единиц (коробок, ящиков), в каждой из которых содержится по 6 тетрапакетов вместимостью 1л. Составьте выборку и заполните таблицу.

Кол-во единиц транспортной тары в партии, шт.	Кол-во единиц потребительской тары в единице транспортной тары, шт.	Объем выборки для проверки качества упаковки и маркировки	Приемочное/ Браковочное числа	Объемвыборки для контроля органолептических и физико-химических показателей	Приемочное / Браковочное числа

Задание 3. Показателей качества соков

Изучить нормативный документ на соки, установить стандартные показатели качества и периодичность их определения. Органолептические показатели сока определяют визуально в чистом цилиндрическом бокале вместимостью 250 см³, диаметром 70мм в проходящем свете.

Вкус, аромат и цвет соков должны соответствовать натуральным плодам, из которых они изготовлены.

Осветленные натуральные соки и соки с сахаром должны быть прозрачными, без осадка; *неосветленные* – равномерно и тонкопротертыми, свободно льющимися, однородной консистенции, непрозрачными; *соки с мякотью* – в виде однородной непрозрачной массы с равномерно распределенной гомогенизированной мякотью.

Допускается в соках с мякотью расслаивание и небольшой уплотненный осадок на дне, а в вишневом и сливовом соках – оседание мякоти.

Цвет соков должен соответствовать цвету спелых плодов, ягод и овощей, из которых они изготовлены, но допускаются более темные оттенки в светлых соках и незначительное обесцвечивание сока из темноокрашенных плодов и ягод.

Вкус и запах определяют сразу после налива пробы в дегустационный бокал, при этом обращают внимание на соответствие вкуса и запаха плодам, ягодам и овощам, из которых они изготовлены, на наличие неблагоприятных вкусовых свойств и прочих посторонних привкусов и запахов.

Оценить качество исследуемого образца сока по балльной шкале. Заполнить таблицу.

Вид контроля (органолептический)	Показатель качества по НТД	Методы испытантя	Результаты исследования

Задание 4. Исследовать состояние тары, правильность маркировки и объем образца сока. Результаты записать в таблицу.

Вид сока	Состояние тары	Торговая марка	Состояние маркировки	Дата разлива	Сроки реализации

--	--	--	--	--	--

Лабораторное занятие 4

Тема: Изучение классификации, ассортимента и оценка качества чая

Цель занятия: изучить принципы классификации и формирования ассортимента чая, научиться оценивать их качество по органолептическим показателям.

Материальное обеспечение занятия: натуральные образцы чая, стандарты, фарфоровые чайники и чашки, технические весы.

Работа 1. Изучите по стандарту упаковку и маркировку представленных образцов чая и установите соответствие маркировки требованиям стандарта.

Работа 2. Органолептическая оценка качества чая.

Проведите органолептическую оценку (дегустацию) образца по следующим показателям: внешний вид (уборка), настой, аромат и вкус, цвет разваренного листа.

Определение внешнего вида чая (уборка). При определении внешнего вида среднюю пробу высыпают на чистые листы бумаги и визуально определяют группу, подгруппу, к которой его можно отнести по изученной ранее классификации чая. Затем определяют однородность окраски, степень скрученности чаинок, наличие типса (золотистых кончиков — почек флеша), чайной пыли стеблей.

Приготовление настоя чая. На технических весах взвешивают 2,82 г чая, засыпают в титестерский чайник, заливают 125 мл свежезакипевшей воды и закрывают крышкой. При отсутствии чайников заварку чая делают в обычном или химическом стакане вместимостью 200 см³.

Для этого в стакан наливают 125 мл горячей воды и отмечают на наружной стороне уровень, до которого она доходит. Затем выливают эту горячую воду, насыпают в стакан 2,82 г предварительно взвешенного чая и заливают свежезакипевшей водой до уровня отметки. Стакан на 5 мин накрывают стеклом. Экстракт без чаинок сливают в белую фарфоровую чашку или химический стакан.

Настой. При оценке цвета настоя обратите внимание на яркость и густоту окраски. Яркая окраска и сопутствующая прозрачность — явные признаки высокого качества чая.

Настой темный, густо окрашенный, одновременно непрозрачный, тусклый свидетельствует о низком качестве чая. Окраска настоя дает представление о чае (черный, зеленый, желтый, красный).

Определение аромата и вкуса чая. Аромат чая образуется в первые 1,5-2 мин после его заварки и определяется (из-за летучести эфирного масла) сразу же после сливания настоя. Для определения аромата чая быстро открывают крышку заварника, подносят к носу и делают вдох.

Для определения вкуса чай пьют небольшими глотками и фиксируют первые вкусовые ощущения. Терпкость и полнота вкуса дегустируемого настоя свидетельствуют о высокой экстрактивности, т. е. о высоких вкусовых свойствах чая.

Если терпкость не ощущается, то говорят и о «плохом» вкусе.

Определение цвета разваренного листа. Для этого чайник переворачивают на крышку, отжимают от заваренного листа. Остатки настоя определяют цвет листьев и однородность их окраски (у высококачественного черного байхового чая разваренный лист имеет яркий медный цвет; темно-коричневый, тусклый или зеленый цвет разваренного листа свидетельствует о наличии дефектов).

Оформление отчёта

Результаты исследований оформите в таблицу 3.1

Таблица 3.1

Результаты оценки качества чая

Наименов	Внешний	Аромат и вкус	Настой	Цвет	Заключение	о
----------	---------	---------------	--------	------	------------	---

ание чая на этикетке и его сорт	вид сухого чая 2 балла	2 балла +2 балла	2 балла	разваренного листа 2 балла	соответствии сорт чаю на этикетке
1	2	3	4	5	6

Лабораторное занятие 5

Тема: Изучение классификации, ассортимента и оценка качества шоколада

Цель занятия: изучить принципы классификации и построения ассортимента шоколада; приобрести умения оценивать качество по органолептическим показателям.

Материальное обеспечение занятия: Технические весы, лупа с увеличением в 4-6 раз, стакан, стекло, линейка, стандарт, образцы шоколада, спиртовка.

Работа 1. Изучите по стандарту упаковку и маркировку представленных образцов шоколада и установите соответствие маркировки требованиям стандарта.

Получив образец и используя ГОСТ Р 51047-97. Пищевые продукты. Информация для потребителей. Общие требования. Расшифруйте маркировку. В рабочую тетрадь запишите всю информацию на этикетке.

Работа 2. Органолептическая оценка качества шоколада

Разверните плитку шоколада, рассмотрите на этикетке срок изготовления и соответствие гарантийному сроку хранения. Взвесьте развёрнутую плитку и установите, соответствует ли её масса указанной на этикетке. Линейкой измерьте длину, ширину и толщину, установите, насколько чётко выражены грани и рисунок.

Осмотрите лицевую и обратную поверхность шоколада, установите, гладкие ли они, имеются ли блеск (и на какой поверхности), пятна, раковины, пузырьки, сероватый налёт. Если такой налёт есть, то определите его характер. Для этого плитку шоколада подержите «поседевшей» поверхностью на далёком расстоянии от горелки или спиртовки (так, чтобы температура нагрева плитки была не выше 32 град). Если при этом налёт пропадает, то это «жировое поседение», а если останется, то «сахарное».

Рассмотрите через лупу поверхность плитки и установите наличие или отсутствие углублений от повреждения шоколадной молью, не залегают ли в углублениях личинки или экскременты моли в виде светлого порошка.

Возьмите плитку за кончик и щёлканьем по ней определите её твёрдость. Звонкий звук свидетельствует о твёрдости шоколада без добавлений. Затем возьмите плитку за оба конца и разломите её пополам. По сопротивляемости излому вторично проверьте степень твёрдости шоколада.

Осмотрите плитку шоколада со всех сторон и установите однородность окраски, наличие красно-бурого налёта и т.п. Осмотрите излом плитки и установите, ровный он или лучистый.

Кусочек шоколада положите в стакан, и накройте его стеклом, оставив на 5 минут, а затем откройте и быстро определите запах шоколада, имеет ли он свойственный ему аромат или запах добавок.

Отломите кусочек шоколада, положите его в рот и подержите до полного растворения, а затем, прижимая расплавленную массу к нёбу, установите вкус шоколада: какова его сладость, насколько чувствуется горьковатость, нет ли посторонних привкусов и т.д.

Оформление отчёта

Сравните полученные результаты с требованиями стандарта и сделайте вывод. Результаты запишите в таблицу 5.1.

Таблица 5.1

Результаты оценки качества шоколада

Показатели качества	Фактически	По стандарту
1	2	3

Лабораторное занятие 6

Тема: Изучение ассортимента и оценка качества молочной продукции

Цель занятия: изучить принципы построения ассортимента молока и сгущённых продуктов, научиться оценивать качество по органолептическим показателям качества.

Материальное обеспечение занятия: Стандарт на молоко и молочные продукты, стаканы, 50 см, термометр, горячая вода, полотенце, чайные ложки, блюдце, образцы молока в пакетах.

Работа 1. Оценка потребительских свойств молока по органолептическим показателям.

Произведите оценку качества предложенного образца молока в соответствии с требованиями действующего ГОСТа Молоко коровье пастеризованное. Технические условия.

При органолептической оценке качества молока, проверьте состояние упаковки, внешний вид консистенцию, цвет, вкус и запах молока.

Определение состояния тары. Проверить герметичность пакетов и объём молока в пакете, переливая его в мерную посуду. Изучить требования к маркировке согласно требованиям ГОСТ Р 51074-97. Проверить состояние маркировки представленного образца.

Определение внешнего вида и консистенции.

Определение цвета.

Определение запаха и вкуса.

Оформление отчёта

Результаты запишите по следующей форме, в табл.6.1.

Таблица 6.1

Результаты оценки качества молока

Название показателей	Фактически	По стандарту
1	2	3

Работа 2. Изучение классификации и ассортимента сыров

Для выполнения работы используйте ГОСТы на сыры, раздел Технические условия. Результаты выполненной работы занесите в табл. 6.2.

В таблице должно быть не менее 2-х представителей каждого типа, подкласса и группы сыров.

Таблица 6.2

Характеристика ассортимента сыров

Наименование сыров	Класс	Подкласс	Тип	Группа
1	2	3	4	5
Швейцарский	Сычужные	Твёрдые	Швейцарского	-

	натуральные		
--	-------------	--	--

Работа 3. Оценка качества сыра по органолептическим показателям

Произведите оценку качества предложенных образцов сыра по органолептическим показателям в соответствии с требованиями действующего ГОСТа на соответствующий вид сыра.

Органолептическая оценка твёрдых сычужных сыров производится по 100-бальной системе. Органолептическим методом в сырах определяют: внешний вид, консистенцию, характер рисунка, цвет, вкус, запах, упаковку и маркировку. Все твёрдые сычужные сыры, кроме пошехонского, российского по органолептическим показателям подразделяют на высший и первый сорт.

Порядок выполнения задания

Оценка внешнего вида. При оценке внешнего вида устанавливают правильность формы, размера головки сыра и соответствие её данному виду. Отмечают наличие дефектов внешнего вида. В зависимости от обнаруженных дефектов присуждают количество баллов.

Оценка рисунка сыра. Обращают внимание на типичность и разновидность рисунка. Типичность характеризуется формой рисунка и размером глазков.

Определение цвета и консистенции. Цвет сыра определяют по свежему разрезу. Консистенцию определяют, слегка сгибая ломтик сыра.

Оценка вкуса и запаха. При опробовании сыра учитывают характерные оттенки вкуса, свойственные данному виду сыра. Например, Голландскому – острый и кисловатый. Одновременно определяют наличие посторонних дефектов.

Упаковка и маркировка. Условно оценивают в исследуемых видах сыра показателем “удовлетворительная”.

Оформление отчёта

Результаты оформите в таблицу 6.3.

Таблица 6.3

Результаты оценки потребительских свойств сыра

Название показателей при оценке сыра	Предел ное количество баллов по ГОСТу	Оце нка в баллах по стандарту	Ски дка (баллов)	Оцен ка в баллах фактически
Вкус и запах(45)				
Консистенция (25)				
Внешний вид (10)				
Рисунок (10)				
Цвет теста (5)				
Упаковка и маркировка (5)				
Итого баллов				

Лабораторная работа № 7 «Экспертиза яиц»

Материалы и оборудование: яйцо куриное, ГОСТ 31654-2012, методикаопределения свежести яиц, ножницы, блюдце, лупа, стаканы (3 шт.), вода, соль, овоскоп, линейка.

Цель: ознакомиться со строением яиц и провести экспертизу качества.

Задания:

1. Ознакомиться со строением яйца
2. Провести идентификацию и экспертизу качества куриных яиц.

Задания

Задание 1. Ознакомиться со строением яйца

Ознакомьтесь со строением яйца можно путём вскрытия сырого яйца.

- вскройте скорлупу яйца: положите его горизонтально и, надкалывая остриём ножниц скорлупу по продольной линии между тупым и острым концом, осторожно при помощи пинцета удалите её по кусочкам до тех пор, пока получится достаточно большое «окошко». Далее в этом окошке следует удалить подскорлуповые оболочки и обнажить находящийся под ними белок. Рассмотрите в яйце халазы.

Зарисуйте строение яйца.

Задание 2. Провести экспертизу качества куриного яйца

2.1. Провести органолептическую оценку яиц.

- внимательно рассмотреть поверхность яиц. Описать состояние поверхности и скорлупы. Дать заключение;

- взвесить яйца. Определить категорию.

Результаты оформить в таблицу

Задание 3. Выводы по работе представьте в письменном виде.

Лабораторная работа № 8 «Экспертиза качества жиров»

Цель работы: провести оценку качества представленных образцов пищевых жиров: растительного масла по совокупности показателей установленных государственными стандартами на данный вид продукции.

Реактивы, оборудование, материалы:

мерный цилиндр вместимостью 100 мл;

химический стакан вместимостью 50 мл;

металлический стаканчик высотой не менее 50 мм;

электрическая плитка;

эксикатор;

часовое стекло;

мерный цилиндр вместимостью 25 мл;

коническая колба вместимостью 100 мл.

Оценку качества пищевых жиров рекомендуется проводить в следующей последовательности: изучение маркировки, органолептическая оценка.

Задание 1. Изучение маркировки

Маркировку на упаковке исследовать и установить ее соответствие требованиям **ГОСТ Р 51074-2003**. На основании изучения маркировки исследуемых образцов заполнить табл. 1.

Таблица 1 Анализ маркировки исследуемых образцов растительного масла

Требования ГОСТ Р 51074-2003 «Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования»	Растительное масло
1	2

<p>Общие требования к содержанию информации:</p> <p>Наименование продукта</p> <p>Наименование и местонахождение изготовителя [юридический адрес, включая страну, и, при несовпадении с юридическим адресом, адрес (а) производств (а)] и организации в Российской Федерации, уполномоченной изготовителем на принятие претензий от потребителей на ее территории (при наличии)</p> <p>Масса нетто или объем продукта</p> <p>Товарный знак изготовителя (при наличии)</p> <p>Состав продукта</p> <p>Пищевые добавки, ароматизаторы, биологически активные добавки к пище, ингредиенты продуктов нетрадиционного состава</p> <p>Пищевая ценность, содержание витаминов (для витаминизированных продуктов)</p> <p>Срок годности</p> <p>Обозначение документа, в соответствии с которым изготовлен и может быть идентифицирован продукт</p> <p>Информация о подтверждении соответствия</p>	
<p>Дополнительные требования к содержанию информации:</p> <p>Масла растительные:</p> <p>Наименование. Для смесей масел допускается применять наименование: «Растительное масло» или фирменное наименование</p> <p>Перечень всех растительных масел в порядке убывания их массовых долей (для смесей масел)</p> <p>Сорт (при наличии)</p> <p>Дата изготовления (дата розлива для продукта в потребительской таре)</p>	

Задание 2. Проведение органолептической оценки растительных масел

При органолептической оценке растительных масел определяют прозрачность, наличие отстоя, цвет, запах, вкус. Масло предварительно нагревают на водяной бане при 50°C в течение 15 мин и затем охлаждают до 20°C.

Прозрачность и наличие отстоя. Масло наливают в мерный цилиндр на 100 мл и оставляют в покое 24 ч при 20°C. В отстоявшемся масле в проходящем и отраженном свете на белом фоне определяют прозрачность. Отмечают также наличие в масле отстоя.

Цвет. При определении цвета масло наливают в химический стакан слоем не менее 50 мм (диаметр стакана – 50 мм) и рассматривают в проходящем и отраженном свете. При этом устанавливают цвет и оттенок масла (желтый, желтый с зеленоватым оттенком, темно-зеленый и т.д.). По окраске устанавливают соответствие масла определенному виду.

Запах. Чтобы определить запах, масло наносят тонким слоем на стеклянную пластинку или растирают на тыльной поверхности ладони. Для более отчетливого распознавания запаха масло, нанесенное на пластину, подогревают над водяной баней до 40-50 °С.

Вкус. Его определяют при температуре 20°C. Вкус нерафинированного растительного масла может быть специфичным. Например, подсолнечное мало имеет характерный привкус семян подсолнечника, соевое – привкус сырых бобов. Вкус рафинированных масле менее выражен. Масло прогорклое, с резким жгучим вкусом, с

посторонними привкусами, несвойственными данному виду, считается недоброкачественным.

Результаты органолептической оценки записать в табл. 2.

Таблица 2. Анализ органолептических показателей растительного масла

Показатели	Результаты анализа
Прозрачность и наличие отстоя	
Цвет	
Запах	
Вкус	

Лабораторное занятие 9

Тема: Изучение категорий упитанности, разделки, клеймения мясных туш и показателей свежести мяса

Цель занятия: изучить основы классификации, разделку мясных туш для розничной торговли, товароведческую маркировку и ветеринарное клеймение мяса; научиться определять свежесть мяса.

Материальное обеспечение занятия: сборник ГОСТов. Мясо и мясные продукты, инструкция по ветеринарному клеймению мяса, инструкция по товароведческой маркировке мяса, ветеринарно-санитарные правила использования и переработки Импортного мяса и мясопродуктов.

Работа 1. Изучение классификации мяса и маркировки мясных туш

Пользуясь "Инструкцией по ветеринарному клеймению мяса", Зарисуйте клейма овальной и прямоугольной формы, а также Ветеринарные штампы и запишите как используется мясо, имеющее соответствующие клейма. Пользуясь "Ветеринарно-санитарными правилами использования и переработки импортного мяса и мясопродуктов" запишите пути использования импортного мяса различных категорий в таблицу, табл. 9.1.

Таблица 9.1

Пути использования импортного мяса

Категория мяса	Пути использования
Категория "А"	
Категория "В"	
Категория "С"	
Категория "Д"	

Изучите и запишите в табл.9.2 классификацию и товароведческую маркировку мяса.

Таблица 9.2

Классификация и товароведческая маркировка мяса

В ид м яса	Возраст ная категория	Категория упитанност и (краткая характеристика)	Ф орма клейма	Количества клейм на туше, места расположени я
1	2	3	4	5

Работа 2. Изучение разделки туш убойных животных для розничной торговли

По пищевой и биологической ценности, вкусовым качествам и кулинарному назначению различные части одной и той же туши не равноценны между собой. Поступающие в торговлю мясные туши (баранина и козлятина) и полутуши (говядина и свинина) разделяют на части и распределяют по сортам.

Знание схем разрубки мяса убойных животных позволит своевременно контролировать правильность реализации мяса.

Пользуясь ГОСТами изучите схему разделки туши убойных животных, результаты запишите в табл.9.3.

Таблица 9.3

Сортовая разделка туш убойных животных для розничной торговли

Вид мяса	Название отрубов	Сорт	Выход отрубов по сортам
1	2	3	4

Работа 3. Изучение правил отбора образцов мяса для оценки его свежести

Пользуясь ГОСТом 7269 "Мясо. Методы отбора образцов и органолептические методы определения свежести" изучите и кратко запишите тетрадь правила отбора образцов для определения органолептических и химических показателей от каждой исследуемой мясной туши и её части обратите внимание на особенности отбора образцов от замороженных или охлажденных блоков мяса и от блоков сомнительной свежести.

Работа 4. Оценка свежести мяса

Мясо в зависимости от степени свежести подразделяют на три категории: свежее, сомнительной свежести и несвежее.

Пользуясь ГОСТом 7269 "Мясо. Методы отбора образцов и органолептические методы определения свежести" проведите органолептическую оценку качества образцов мяса и напишите заключение о его свежести.

При органолептической оценке мяса определяют внешний вид, цвет, консистенцию и его запах, состояние подкожного и костного жира и сухожилий, качество бульона после варки.

Порядок выполнения работы

1. Определяют внешний вид мяса и, проводя по поверхности образца мяса рукой, устанавливают сухая или липкая корочка подсыхания. Определяют цвет и интенсивность окраски корочки подсыхания.

2. Острым ножом надрезают мясо и оценивают его окраску. Приложив фильтровальную бумагу к разрезу устанавливают прилипает ли она к разрезу или только увлажняется и не остаются ли на ней пятна. Если мясо свежее, то на бумаге не должно оставаться следов. Путём ощупывания определяют на разрезе наличие липкости.

3. Для определения консистенции мяса надавливают большим пальцем на разрезе и наблюдают за тем, насколько быстро выравнивается образовавшаяся ямочка. В свежем мясе ямка выравнивается быстро. Медленное выравнивание ямки (около 2 мин.) характерно для мяса сомнительной свежести.

4. Определяют запах поверхности мяса, а затем чистым ножом делают глубокий надрез до кости и определяют запах в надрезе около кости; обратив внимание, нет ли запаха кислого, затхлого, особенно гнилостного в глубине надреза. Для полной характеристики запаха исследуемого образца мяса осуществляют путём варки. Это определение производят при варке бульона, необходимого для выполнения реакции с сернистой медью. Запах определяют в момент появления паров при открывании посуды, в которой производят варку.

5. Осматривают поверхностный и внутренний жир, определяют его цвет и запах, обратив внимание, нет ли сероватого или грязно-серого оттенка. Консистенцию жира определяют путём раздавливания его пальцами. При этом определяют не имеет ли он запаха осаливания.

6. Определяют состояние сухожилий в суставах путем ощупывания. Какова их упругость, плотность, состояние суставных поверхностей? Определяют также прозрачность синовиальной жидкости в суставных сумках.

Примечание: При отгрузке мяса в торговую сеть и приемке его производится только органолептическая оценка, так как на практике ответ о пригодности мяса к употреблению приходится давать быстро.

Поэтому химические и бактериологические исследования проводятся только в тех случаях, когда в результате органолептической оценки установлено, что мясо обладает сомнительной свежестью, или же при возникновении конфликтов между поставщиком и приёмщиком.

Стандартом предусмотрено два химических показателя, характеризующих степень свежести мяса: количество летучих жирных кислот и реакция с сернистой медью в бульоне.

Лабораторное занятие 10

Тема: Изучение классификации, ассортимента, маркировки и оценка качества рыбных консервов

Цель занятия: изучить принципы классификации и построения ассортимента рыбных консервов; приобрести умения оценивать их качество.

Материальное обеспечение занятия: стандарты, образцы баночных рыбных консервов, консервный нож, тарелки, приборы столовые, стаканы стеклянные лабораторные, мерные цилиндры, весы.

Работа 1. Изучите по стандарту упаковку и маркировку данных видов консервов и установите соответствие маркировки требованиям стандарта. Расшифруйте маркировку.

Получив образец рыбных консервов и используя ГОСТ Р 51047-97. Пищевые продукты. Информация для потребителей. Общие требования. расшифруйте маркировку.

В рабочую тетрадь запишите всю информацию на этикетке и маркировку (с расшифровкой) выштампованную на крышке банке.

Работа 2. Органолептическая оценка качества консервов

Пользуясь ГОСТом 280-85 произведите оценку качества предложенного образца консервов по всем показателям ГОСТа.

При органолептической оценке качества изучите нормативно-техническую документацию.

Опишите внешний вид банок предложенного образца, обратив внимание на наличие и состояние этикетки, подтёки, вздутые крышки, хлопающие крышки, деформацию корпуса, ржавчину корпуса.

Вскройте банки до полного отделения крышки, накройте банки тарелками, затем переверните их над тарелками и лёгким потряхиванием освободите банки от содержимого.

При проведении работы обратите внимание на органолептические показатели качества рыбы: вкус, запах, консистенция мяса и т.д.

Вымойте и осмотрите внимательно внутреннюю поверхность банки и крышки. Определите побелости жести (синевато-фиолетовые пятна с розовым оттенком) и коррозии (чёрные пятна).

Задание 2. Ознакомиться с номенклатурой показателей качества изделий из пластмасс.

Показатели качества изделий из пластмасс предлагается изучить по ГОСТ Р 50962-96, а так же по учебной литературе. Форма отчетности - конспект в письменном виде, оформленный в таблице 2.

Таблица 2 - Показатели качества изделий из пластмасс

№ п/п	Наименование показателя	Норма	Методы испытания

Задание 3. Ознакомиться с классификацией, изучить ассортимент изделий из пластмасс.

На основании изучения образцов из пластмасс, каталогов, учебной литературы необходимо: дать классификацию изделий из пластмасс, указать пластмассы, наиболее широко используемые при производстве изделий. Изучить способы переработки пластмасс в изделия.

На изделия контактирующие с пищевыми продуктами, дополнительно наносят маркировку, содержащую вместимость и указание для каких видов пищевых продуктов они применяются (холодных, горячих или сыпучих) – студентам необходимо указать название этих пластмасс.

На изделия, не контактирующие с пищевыми продуктами, но форма и размеры которых допускают возможность использования их для пищевых продуктов (пример на тазы, кашпо, стаканы для карандашей, мешки и др.), указывают «Для пищевых продуктов» - студентам необходимо указать эти пластмассы.

По представленным образцам дать обобщенную характеристику из пластмасс.

Результаты работы оформить в виде таблицы 3.

Таблица 3 Ассортимент и свойства изделий из пластмасс

№ п/п	Наименование изделия	Вид пластмассы	Внешние признаки изделия	Способ формования	Назначение

Вопросы для самопроверки:

1. Назовите достоинства и недостатки пластических масс.
2. Какие полимерные материалы обладают хорошими электроизоляционными свойствами.
3. Какие полимеры обладают высокой светопрозрачностью.
4. Назовите способы переработки пластмасс в изделие.
5. Назовите область применения полиэтилена, полипропилена, поливинилхлорида, полистерола, полиметилметакрилата, полиамида, полиуретан, фенопласта, аминопласта.
6. Какие требования предъявляются к качеству изделий из пластмасс пищевого назначения.
7. Каковы условия маркировки, хранения и упаковки изделий из пластмасс.
8. Какие дефекты не допускаются в сортных изделиях из пластмасс.

Лабораторная работа 2

Идентификация металлохозяйственных товаров по ассортиментной принадлежности.

Цель работы: ознакомиться с основными металлами и сплавами, применяемыми для производства металлической посуды, выявить их влияние на формирование потребительских свойств; изучить классификацию ассортимента металлической посуды; ознакомиться с нормативно – технической документацией, регламентирующей порядок и

методы контроля качества металлической посуды; провести экспертизу металлической посуды.

Материальное обеспечение:

1. Набор образцов металлической посуды.
2. Нормативно-техническая документация, подборка ГОСТов на металлическую посуду и защитно-декоративные покрытия.
3. Иллюстрированные каталоги, плакаты.

Практическая часть

Задание 1. Изучить основные свойства и марки металлов и сплавов, применяемых для производства металлохозяйственных изделий. Способы изготовления механических товаров.

Результат выполнения задания представить в виде конспекта.

Задание 2. Изучите основные способы защиты механических изделий от коррозии.

Результат выполнения задания представить в виде конспекта.

Задание 3. Ознакомиться с классификацией ассортимента металлической посуды по виду сплава, способу изготовления и виду отделки поверхности, материалы и покрытия.

Для выполнения задания рекомендуется использовать основную учебную литературу, а так же стандарты на металлическую посуду, металлы и их сплавы, защитно – декоративные покрытия.

Результаты задания оформить письменно в виде краткого конспекта.

Задание 4. По ГОСТам (ГОСТ Р 52116, ГОСТ 24303, ГОСТ 20558, ГОСТ Р 51762, ГОСТ 17151, ГОСТ 27002, ГОСТ Р 52223, ГОСТ 24308, ГОСТ24320) ознакомиться с основными видами металлической посуды, их характеристиками, основными размерами, основными видами отделки поверхности и материалами покрытия.

Результаты задания оформить письменно в произвольной форме по виду сплава, способу изготовления, отделки поверхности и материалу покрытия.

Для выполнения этого задания студент выбирает 8-10 образцов металлической посуды. Результаты экспертизы металлической посуды рекомендуется записать по форме представленной в таблице 1.

Таблица 1 - Экспертиза металлической посуды

№ п/п	Наименование изделия	Материал изделия	Метод изготовления	Вид отделки поверхности	Материал покрытия

Задание 5. Изучить классификацию и ассортимент столовых приборов и кухонных принадлежностей. Ознакомиться с классификацией.

Используя ГОСТ Р 51687 и учебные образцы изучить ассортимент столовых приборов и кухонных принадлежностей. Для этого необходимо установить тип изделия, условное обозначение, параметры, марку материала, визуальные признаки, маркировку.

Форма отчетности – конспект в письменном виде.

Вопросы для самопроверки:

1. Основные свойства и марки черных металлов. Область применения.
2. Основные свойства и марки цветных металлов. Область применения.
3. Перечислите основные способы изготовления металлических товаров.
4. Какие защитные покрытия наносят для защиты металлических изделий от коррозии.
5. Классификация ассортимента металлической посуды.
6. Марки металлов и сплавов, применяемые для производства металлической посуды.
7. На какую металлическую посуду наносят антипригарные покрытия.
8. Основные свойства и виды антипригарных покрытий.

9. Укажите преимущества и недостатки каждого вида металлической посуды.
10. Классификация, ассортимент и методы контроля столовых приборов и кухонных принадлежностей.
11. Правила маркировки металлохозяйственных товаров.

Лабораторная работа 3

Идентификация ювелирных товаров

Цель работы: изучить способы производства ювелирных товаров; ознакомиться с классификацией, ассортиментом, потребительскими свойствами ювелирных камней, изучить классификацию и ассортимент ювелирных изделий, изучить маркировку драгоценных металлов и изделий из них, ознакомиться с контролем качества ювелирных изделий.

Материальное обеспечение:

1. Федеральный закон «О драгоценных металлах и драгоценных камнях» № 41 ФЗ от 26.03.1998 г. (в ред. 10.01.2002 г.)
2. ГОСТ Р 51519.1-99 Алмазы природные необработанные. Классификация. Основные признаки.
3. ТУ 25-07.1319-77 Бриллианты. Технические условия.
4. Айлова Г.Н., Васильева М.П. и др. Товароведение и экспертиза металлохозяйственных и ювелирных товаров.
5. ОСТ 117-3-002-95. Изделия ювелирные из драгоценных металлов.
6. Иллюстративные материалы.
1. Постановление Правительства РФ «О порядке опробования и клеймения изделий из драгоценных металлов» № 643 от 18.06.1999 г.

Содержание работы

1. Изучение характеристик металлов и сплавов, используемых в ювелирных изделиях.
2. Изучение способов производства ювелирных изделий.
3. Изучение способов обработки и отделки ювелирных изделий.
4. Изучить виды ювелирных камней, методы огранки и закрепки в изделиях.
5. Изучение ассортимента ювелирных изделий.
6. Изучить маркировку ювелирных изделий.
7. Произвести товароведную оценку трех ювелирных изделий.

Практическая часть

Задание 1. Ознакомиться с видами и основными характеристиками драгоценных (благородных) металлов (табл.1).

Таблица 1. Виды и основные характеристики драгоценных металлов

Наименование	Плотность, г/см ³	Температура плавления, °С	Твердость по шкале Мооса
Золото (Au)	19,32	1063	2,5
Серебро (Ag)	10,49	960,5	2,7
Платина (Pt)	21,45	1773,5	4,5
Палладий (Pd)	12,02	1552	5
Родий (Rh)	12,41	1960	6
Иридий (Ir)	22,42	2454	6,5
Осмий (Os)	22,48	2500	7
Рутений (Ru)	12,45	2310	6,5

Задание 2. Ознакомиться с химическим составом и свойствами ювелирных сплавов на основе благородных металлов (ГОСТ 30649-99). В результате выполнения задания студенты должны усвоить перечень металлов, используемых в качестве лигатуры в ювелирных сплавах золота, серебра, платины и палладия, их условные обозначения, влияние на цвет, плотность, температуру плавления, стоимость, назначение.

Изучить порядок опробования и клеймения изделий из драгоценных металлов в соответствии с Постановлением Правительства РФ №643 от 18.06.99 г.

Ознакомиться с основными системами проб драгоценных металлов: золотниковой, метрической, каратной.

В России действует метрическая система проб, при которой содержание драгоценного металла в лигатурном сплаве выражается числом единиц массы драгоценного металла в 1000 единиц массы сплава.

До 1927 г. в нашей стране проба выражалась числом золотников химически чистого драгоценного металла в одном фунте сплава (фунт равен 96 золотникам). Следовательно, химически чистое золото имеет пробу 96.

В отдельных странах применяется каратная система проб, при которой химически чистое золото соответствует 24 каратам.

Таблица 2. Соотношение проб драгоценных металлов

Метрическая	Золотниковая	Каратная
1000	96	24
960	92	23
958	92	23
950	91	22
925	89	22
916	88	22
900	86	21
875	84	21
800	77	19
750	68	18
500	48	12
375	36	9

Задание 3 Изучение ассортимента ювелирных камней

Пользуясь справочной и учебной литературой, ознакомиться с классификацией ювелирных камней, их ассортиментом и потребительскими свойствами.

Ювелирные камни – это обширная группа камней минерального и органического происхождения, являющихся, благодаря своей красоте, долговечности, декоративности, твердости основным украшением ювелирных изделий.

Основными свойствами ювелирных камней являются: прозрачность, блеск, цвет, светопреломление, масса, твердость.

Единой систематизированной торговой классификации ювелирных камней не существует.

В соответствии с ФЗ «О драгоценных металлах и драгоценных камнях», драгоценные камни – это природные алмазы, изумруды, рубины, сапфиры и александриты, а также природный жемчуг в сыром (естественном) и обработанном виде. К драгоценным камням приравниваются уникальные янтарные образования.... Настоящий перечень драгоценных камней может быть изменен только федеральным законом».

Наиболее приемлемой в настоящее время считается подразделение камней на драгоценные (самоцветы) и поделочные. В зависимости от потребительских свойств, редкости и стоимости они делятся на группы (порядки).

Драгоценные камни:

1 *порядка*: алмаз, сапфир, рубин, изумруд, жемчуг, александрит, хризоберилл, благородная шпинель, эвклаз;

2 *порядка*: топаз, берилл, аквамарин, розовый турмалин, аметист, альмандин, гиацинт, благородный опал, циркон, пироп и др.;

3 *порядка*: гранат, бирюза, турмалин зеленый, горный хрусталь, хризопраз, лунный камень, сердолик, агат, гелиотроп, янтарь, гагат, гематит и др.

Поделочные камни:

1 *порядка*: нефрит, лазурит, амазонит, лабрадор, орлец (родонит), малахит, авантюрин, дымчатый и розовый кварц, агат, жадеит, чароит, яшма;

2 *порядка*: серпентин (змеевик), обсидиан, мраморный оникс, янтарь и др.;

3 *порядка*: гипс (селенит), мрамор, порфир, лабрадорит, кварцит и др.

Цвет является одним из наиболее характерных отличительных признаков ювелирных камней. Он зависит от спектрального состава падающего на него света и способности камня поглощать или отражать определенные световые лучи. Группировка камней по цвету и прозрачности приведена в таблице 3

Таблица 3. Классификация камней в зависимости от их цвета и прозрачности

Бесцветные и белые	Сине-зелёные	Синие и голубые	Лиловые и розовые - фиолетовые	Красные или розовые	Бурые и бурокрасные	Жёлтые и золотистые	Зелёные и золотистозелёные	Чёрные и серые	Пёстроцветные и полихромные	Ирризирующие
Прозрачные										
Алмаз, топаз (тяжеловес), фенакит, горный хрусталь, берилл	Топаз, эвклаз, турмалин, флюорит	Топаз, аквамарин, Сапфир, турмалин, кианит, кордирит, содалит, флюорит	Рубин, турмалин, альмандин, аметист	Рубин, шпинель-благородная, турмалин (рубеллит), альмандин	Гранат, турмалин, гиацинт, пирит, циркон, дымчатый кварц, титанит, янтарь	Берилл, топаз, турмалин, циркон, дымчатый кварц, янтарь, титанит	Изумруд, берилл, демонтонид, уваровит, хризоберилл, александрит, турмалин, везувин, эпидот, диоптаз, флюорит	-	Турмалин, берилл, корунд (синий с красным)	-
Просвечивающие и непрозрачные										
Кварц, халцедон, молочный оникс, алебастр, каменная соль	Амазонит, яшма	Лазурит, содалит, бирюза, лазурит, раатовкит, лабрадор	Родонит, розовый кварц, флюорит, лепидолит	Родонит, яшма, сердолик, белоречит, селенит	Родонит, шокшинский порфир (кварцит)	Сердолик, авантюрин, пирит, полупал, янтарь	Нефрит, амазонит, малахит, бирюза, хризопраз, празем, гелиотроп, везувин, фуксит, агальма	Агат, гематит, рутил, турмалин, кремневогорюк, уральский агат (переливт)	Ленточная яшма, агат (оникс), письменный агат, волосатик	Опал, лунный камень, обсидиан, селенит, волосатик с асбестом (биссолит), солнечный камень, лабрадор

							толит, змеевик (стеатит , брусит)			
--	--	--	--	--	--	--	---	--	--	--

Задание 4 Изучить основные параметры, характеризующие бриллиант.

Изучить формы и виды огранки бриллиантов и других ювелирных камней.

Пользуясь ТУ 25-07.1319, иллюстрациями и учебной литературой, ознакомьтесь с основными формами огранки бриллиантов. Зарисовать в тетрадь и обозначить элементы огранки бриллианта, уяснить влияние каждого из них на степень блеска и игры камня.

Изучить классификацию бриллиантов по массе, дефектности (группе чистоты), цвету.

Используя иллюстративные материалы, учебную литературу, следует записать в тетрадь и усвоить, на какие группы по массе, чистоте и цвету подразделяются бриллианты. Изучить шифры вставок из бриллиантов и других ювелирных камней.

Ситуационная задача.

Имеется 3 кольца из белого золота 750-й пробы со вставками из бриллиантов, на этикетках которых приведены следующие обозначения:

- а. Кр 57 – 0,95 – 1/1 А
- б. М 55 – 0,52 – 2/3 А
- в. 3 Кр 17 – 0,25 – 1/2 А

Расшифруйте шифры вставок, дайте их характеристику, проведите сравнение. Результаты обсудите.

Задание 5 Ознакомиться с классификацией и ассортиментом ювелирных изделий.

Используя справочную и учебную литературу, изучите классификацию ювелирных изделий по назначению, материалу изготовления, виду отделки (художественной обработки), материалу вставок, способу и форме огранки камней, характеру производства и другим признакам. Ознакомьтесь с ассортиментом ювелирных изделий.

Ювелирные товары по назначению делят на следующие группы:

- предметы личных украшений;
- предметы туалета;
- предметы сервировки стола;
- принадлежности для курения;
- письменные принадлежности;
- часы и принадлежности для часов;
- сувениры.

Некоторые группы включают несколько подгрупп. Например, в группу *личных украшений* входят подгруппы: украшения для рук (кольца, браслеты и пр.), головы (серьги, диадемы и пр.), шейные украшения (кулоны, цепочки, ожерелье, колье, медальоны и пр.), украшения для платья (броши), гарнитуры и наборы.

К *предметам туалета* относятся зеркала, пудреницы, запонки, булавки для шляп, зажимы для галстуков и др.

Группа *принадлежностей для курения* включает портсигары, сигаретницы, пепельницы, спичечницы, зажигалки, мундштуки и др.

Письменные принадлежности – это письменные приборы, ножи для резки бумаги, стаканы для карандашей, настольные блокноты и бьювары.

К сувенирам относят памятные медали, нагрудные значки, гербы, брелоки-сувениры, сувенирные скульптуры малых форм, изделия народных художественных промыслов и пр.

По материалу изготовления – ювелирные изделия могут быть изготовлены из сплавов золота, серебра, платины, палладия, сплавов цветных металлов и неметаллические; со вставками и без них.

По виду отделки (художественной обработке) – гладкие, полированные, золоченые, серебряные, с чеканным, гравированным рисунком, с отделкой чернением, покрытием эмалью и др.

По материалу вставки – из драгоценных, поделочных, искусственных камней, стекла и др.

По способу огранки камней – бриллиантовая, изумрудная, кабошон и др.

По способу закрепки вставок – крапановая, кармезиновая, корнеровая, каре, тиковая, фаденовая и др.

По форме огранки вставок – круглая, овальная, грушевидная, каре, фантазийная.

По характеру производства – серийного или массового (свыше 200 шт.), единичного (до 200 шт.) и индивидуального (в единственном экземпляре) производства.

По способу создания формы изделия – штампованные, вырубные, вытяжные, литые, кованные.

По способу соединения деталей – путем пайки, сварки, клейки, с подвижным и неподвижным соединением деталей:

По виду замков и подвижных соединений – шпрингельные (коробчатые), винтовые, крючковые, регулируемые, цепные, штыковые замки, соединения звеньевые, шарнирные и др.

По комплектности – штучные, парные, гарнитуры и наборы.

Дать характеристику 3х ювелирных изделий

Задание 6 Изучить требования к качеству ювелирных изделий, методы контроля качества.

Для выполнения задания необходимо изучить и законспектировать ОСТ 117-3-002-95 при этом следует:

- а) выписать допустимые и недопустимые дефекты;
- б) выписать нормируемые показатели качества, их значения, и методы определения;
- в) ознакомиться с методами контроля качества ювелирных изделий.

Решить ситуационные задачи:

- при проверке качества цепочки из сплава золота 585 пробы длиной 550 мм установлено, что ее фактическая длина составляет 556 мм; имеется одно деформированное звено. Дайте заключение о соответствии изделия требованиям НД;

- при экспертизе качества стопки из серебра 925 пробы с чернью обнаружено следующее: пропуск рисунка размером 1 мм; 4 поры, рассредоточенные по всему изделию; при наклоне на угол 15° происходит опрокидывание. Определите соответствие изделия требованиям ОСТ 117-3-002-95.

Задание 7 Изучить порядок маркировки ювелирных изделий и вставок из драгоценных камней.

Маркировку ювелирных изделий следует изучить по ОСТ 117-3-002-95.

Каждое ювелирное изделие из драгоценных металлов в обязательном порядке должно иметь знак-именник предприятия-изготовителя, зарегистрированный в установленном порядке и быть заклеено в соответствии с Порядком опробирования и клеймения изделий из драгоценных металлов.

Именник – оттиск клейма изготовителя, который ставится на всех изделиях из драгоценных металлов, содержит индивидуальные знаки изготовителя и знаки, указывающие на год клеймения (рис. 1).



Рисунок 1 – Схема оттиска клейма изготовителя

Государственное пробирное клеймо — это специальный знак, который чеканится на изделиях различными способами (или накладывается немеханическим способом: электро-искровым или с помощью лазера) государственными инспекциями пробирного контроля. Знак гарантии, осуществлённого, в интересах покупателя, государственного контроля. Наличие оттиска клейма означает, что изделие проверено в гос. инспекции, и имеет пробу не ниже, указанной в пробирном клейме. В государственное пробирное клеймо входит инициал (клеймо фирмы или мастера), а так же знак удостоверения, знак пробы, и шифра ГИПН, которые могут проставляться как вместе (в одном контуре), так и раздельно. (рис.3)

С 1958 года знак удостоверения представляет собой изображение серпа и молота на фоне пятиконечной звезды. Этот знак может быть использован и в настоящее время.

С 1994 года вводятся новые пробирные клейма, действующие по настоящее время. На клейме — изображение женской головы в кокошнике в профиль, направленной вправо. Шифр пробирной инспекции проставляется буквой русского алфавита (для каждой из 18-и пробирных инспекций — своя буква).

Государственное пробирное клеймо состоит из знака удостоверения и знака пробы, которые могут быть проставлены вместе (в одном изображении) или отдельно (рис. 2).

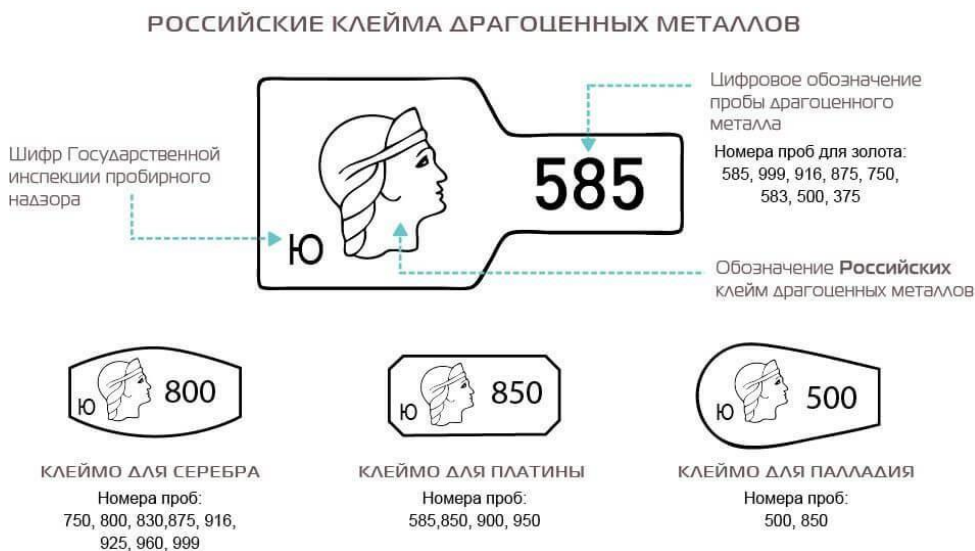


Рисунок 2 – Оттиск государственного пробирного клейма



Рисунок 3 – Схема расположения государственного пробирного клейма и именника
 Проверить соответствие маркировки не менее 3-х ювелирных изделий
 установленному порядку. Результаты занести в таблицу 4, проанализировать и обсудить.
 Таблица 4 - Соответствие маркировки ювелирных изделий установленных нормам

№ п/п	Наименование реквизитов	Наименование изделий и наличие реквизитов		
1	Наличие и товарный знак предприятия-изготовителя			
2	Артикул			
3	Наименование и проба драгоценного металла			
4	Масса изделия в граммах			
5	Цена за грамм			
6	Цена изделия			
7	Размер кольца, браслета, цепочки, длина присоединенного звена браслета			
8	Наименование материала вставки			
9	Номер изделия			
10	Месяц, год изготовления			
11	Номер акта калькуляции			
12	Обозначение НД (ОСТ, ТУ и др.)			
13	Характеристика и НД на вставки			
14	Штамп ОТК			

С 1958 года знак удостоверения представляет собой изображение серпа и молота на фоне пятиконечной звезды. Этот знак может быть использован и в настоящее время. С 1994 года в России установлен знак удостоверения, представляющий собой женскую голову в кокошнике и в профиль, повернутую направо (рис. 2). Знак пробы – цифры, показывающие количество единиц драгоценного металла в тысяче весовых единиц сплава.

Задание 8. Решите ситуационные задачи:

Расшифруйте приведённые реквизиты и охарактеризуйте вставки по способу и форме огранки, размеру, качественным характеристикам.

а). на кольце из белого золота 750 пробы имеется вставка из драгоценного камня со следующими реквизитами:

ТУ 125.071319-77

Кр 57-0,75-1/1А

б). Колье выполнено из золота со вставками из изумрудов, на маркировке которых обозначено:

ТУ 95-335-88

5 К-2,17-1/2

Вопросы для самопроверки:

1. Перечислите драгоценные металлы, используемые в ювелирных изделиях.
2. Охарактеризуйте основные свойства золота, серебра, платины, палладия, родия.
3. Перечислите металлы, используемые в качестве лигатуры в сплавах на основе золота, серебра, платины, палладия; укажите свойства, сообщаемые ими сплавам.
4. Перечислите основные системы проб изделий из драгоценных металлов.
5. Что такое «белое золото»?
6. Приведите классификацию ювелирных камней.
7. Перечислите наиболее ценные ювелирные камни.
8. Назовите основные свойства ювелирных камней.
9. Приведите группировку алмазов по размерности, форме, дефектности, цвету.
10. Перечислите основные формы и виды огранки ювелирных камней.
11. Назовите основные элементы огранки бриллианта.
12. Приведите классификацию бриллиантов по массе, цвету, дефектности.
13. Приведите классификацию ювелирных изделий.
14. Приведите характеристику ассортимента ювелирных изделий каждой группы (личных украшений, предметов туалета, сувениров и др.).
15. Перечислите виды отделки ювелирных изделий.
16. Подразделение ювелирных изделий по характеру производства.
17. Приведите виды замков и подвижных соединений.
18. Способы соединения деталей ювелирного изделия.
19. Перечислите нормируемые показатели ювелирных изделий.
20. Приведите реквизиты маркировки ювелирных изделий.
21. Дайте определение понятиям «именник» и «клеймо».
22. Охарактеризуйте методы контроля внешнего вида ювелирных изделий.

Лабораторная работа 4

Идентификация по ассортиментной принадлежности стеклянной посуды

Цель работы: научиться по внешним признакам определять вид стекломассы, способ выработки и метод декорирования стеклоизделий; ознакомиться с классификацией, изучить ассортимент стеклянных изделий.

Материальное обеспечение:

1. Набор образцов стеклоизделий, различающийся по виду стекломассы, способу выработки и методу декорирования.
2. ГОСТ 24315-80. Посуда и декоративные изделия из стекла. Термины и определения веществ стекла, способов выработки и декорирования.
3. ГОСТ 30407-96. Посуда и декоративные изделия из стекла. ОТУ.
4. ГОСТ Р 51969-2002. Посуда хозяйственная из специального бытового стекла. ОТУ.

Практическая часть

Задание 1. Ознакомиться с различными видами стекол, изделиями из стекла, декорированными в горячем и холодном состоянии по ГОСТ 24315.

В процессе этой работы необходимо научиться следующему:

1. Отличать основные виды стекол по характерным внешним признакам (таблица 1);
2. Различать по внешним признакам стеклоизделия, изготовленные различными способами (таблица 2);

3. Различать основные способы декорирования изделий из стекла по характерным внешним признакам (таблица 3, 4).

Таблица 1 - Характерные отличительные признаки изделий из основных видов стекломассы

Признак	Проявление признака в стекле	
	натрий – кальций – силикатном	хрустальном
Звук при ударе	глухой или мелодичный, быстро затухающий	продолжительный, мелодичный
Блеск	малый или повышенный	сильный
Прозрачность	пониженная или хорошая	сильная
Бесцветность (для бесцветных изделий)	желтоватый оттенок или бесцветный	бесцветные
«Игра» света	не имеют	выражается в возникновении и исчезании световых бликов при изменении положения изделия, в утолщенных частях – почти зеркальный блеск

Таблица 2 - Отличительные признаки стеклоизделий изготовленные разными способами

Отличительные признаки изделий, изготовленных разными способами			
Признак	Проявление признака в изделиях, изготовленных		
	выдуванием	прессованием	прессо – выдуванием
Форма корпуса	самая разнообразная	плоская, цилиндрическая, несколько сужающаяся книзу, с закругленными ребрами и углами; сложная (например вазы для фруктов) со следами от раскрывающихся пресс-форм	сложная, как у выдувных, но также как и на прессованных изделиях видны следы от раскрывающихся пресс-форм; преимущественно широкогорлые изделия (диаметр горла более 30 мм)
Толщина стенок	тонкие	утолщенные, не менее 2 мм (до 50 мм)	утолщенные
Гладкость поверхности	гладкая	заметная матовость, тонкая кованость, чаще с рисунком от пресс-формы	менее гладкая, чаще с рисунком от пресс-формы
Ассортимент	широкая номенклатура	стаканы, рюмки без ножки, вазы для сервировки стола,	графины, масленки

		салфетницы	
--	--	------------	--

Таблица 3 - Отличительные признаки разделок наносимых в горячем состоянии

Характерные внешние признаки разделок, наносимых на стеклоизделия в горячем состоянии	
Виды разделок	Характерные внешние признаки
Окраска стекломассы:	
Молекулярные красители:	сочный и равномерный цвет корпуса (ножка, как правило, бесцветная)
оксид меди (1-2%)	голубой
оксид меди большей концентрации, кобальт	синий
марганец	фиолетовый
оксид меди и урана	зеленый
соединение титана	дымчатый
селен	розовый
Редкоземельные красители:	цвет с оттенками
церий	желтый с золотистым
празеодим	зеленый с золотистым
неодим	сиреневый с фиолетовым
Коллоидно-дисперсные красители:	насыщенный цвет, напоминающий цвет природных рубинов
медный рубин	красный
селеновый рубин	красный с оранжевым оттенком
Глушенные стекла (железосодержащие и фосфорсодержащие соединения и оксид цинка)	непрозрачные, сильно заглушенные
Опалесцирующие стекла	слегка заглушенные (в проходящем свете – желтые, в боковом - голубые)
Сульфидные стекла	чередующиеся белые (сульфид цинка) и желтые (сульфид железа)
Нацвет	тонкая пленка из цветного стекла на изделии из бесцветного стекла
Подцвет	тонкий окрашенный слой на внутренней поверхности или внутри стенок
Накладное стекло	2-х слойные изделия: наружный слой из цветного стекла, внутренний – из бесцветного
Люстрирование	прозрачная пленка с радужным оттенком, сильным блеском
Ирризация	тонкая радужная пленка с перламутровым отблеском
Лессирование	на поверхности пленки желтого и красного цвета
Филигрань	расположенные между двумя слоями стекла (в толще стеклоизделия) ажур из двух – или трехцветных спиралевидных нитей
Валик	волнообразная поверхность корпуса
Оптический рисунок	оптический эффект за счет неравномерного распределения стекломассы: грани и волны в толще стенок изделия
Стеклоткани	разнообразные по цвету и по структуре

	переплетения рисунки из стеклянных нитей
Стеклошнур	вплавленный в поверхность изделия цветной стеклошнур
Стекловолокна	вплавленные в поверхность изделия цветные стекловолокна
Кракле	оплавленная сетка мельчайших трещин на поверхности изделия
Насыпь	на поверхности изделия вплавленное измельченное цветное стекло
Под мрамор	цветные полосы, линии, вкрапленные в основное стекло
Под малахит	цветные пятна, вкрапленные в основное стекло
Пузырьки	газополные пузыри в толще стекла

Таблица 4 - Отличительные признаки разделок, наносимых в холодном состоянии

Характерные внешние признаки разделок, наносимых на стеклоизделия в холодном состоянии	
1	2
Вид украшения	Отличительные признаки
<i>Разделки, наносимые механическим способом</i>	
Матовая лента	матовая полоска шириной до 2 мм по верхнему краю изделия
Шлифовка:	
валовая	матовые кружки, овалы
номерная	сочетание матовых кружков, овалов и бороздок
Гравировка	матовый поверхностный рисунок из бороздок в виде цветов, веток
Литерная грань	широкая грань на толстостенных изделиях
Овальная грань	композиционный рисунок из овальных граней
Алмазная грань	сложный рисунок из <i>граней</i> (глубоких и мелких, матовых и прозрачных дугообразных, вертикальных и горизонтальных), <i>ямок</i> (матовых и полированных, овальных и круглых), <i>прорезей</i> в виде пояса, <i>прошлифовок</i> (несоединенные в пояс прорези), <i>медальонов</i> (прорезей, обрамляющих другие элементы алмазной грани), <i>бус</i> (узкий поясок из коротких матовых граней, идущих по выступу изделий), <i>поясов</i> (из ромбов, овальных медальонов, желобкообразных граней, стилизованных цветов), <i>насечек</i> (мелкая сетка из нитевидных матовых граней), <i>камней</i> (выступающие многогранники, образованные гранями), <i>ромбов</i> , <i>кустов</i> (грани, выходящие из одной точки) и других элементов, названия которых созвучны природным аналогам, (например: (ананас, шишка, снежинка, паутинка, цветы,

	звезда) (многолучевая: располагается на дне изделия и лучи выходят из одной точки в центре: сложная: состоит из 5 и более концов, соединенных между собой)
Пескоструйная обработка	матовая шероховатая поверхность
Разделки, наносимые химическим способом или травлением	
Матовка	матовая бархатистая поверхность изделия
Травление:	
простое (гильоширное)	простые рисунки типа кружевных узоров
сложное (пантографическое)	более сложная композиция, пример на рисунок в виде зигзагообразных полосок по всей поверхности изделия
глубокое художественное	на 2-х и 3-х слойных изделиях: рисунок сюжетный, растительный, в том числе травление накладного стекла.
Другие виды разделок:	
Украшение золотом	отводки, усики, ленты, орнаменты, растительные мотивы и др. В сочетании с рисунком травлением – «чеканное золото».
Люстровые краски	сильно выраженный перламутровый блеск
Живописные рисунки	усик, отводка, лента, рисунки сплошные, раскидные бортовые, букетом, выполненные силикатными красками со следами от кисти
Декалькомания	многокрасочные точно выполненные рисунки
Шелкотрафаретная печать	рисунки, чаще однокрасочные, на поверхности которых заметны следы от переплетения шелкового трафарета
Фотопечать	коричневые портреты и пейзажи

Задание 2. Провести экспертизу изделий по виду стекла, методу формования и способу декорирования.

Для выполнения этого задания каждый студент получает 10-12 образцов стеклоизделий. Результаты экспертизы оформить по форме представленной в таблице 5.

Таблица 5 - Экспертиза стеклянных изделий

№ п/п	Наименование образца	Вид стекла	Метод формования	Способ декорирования

Задание 3. Изучить принципы контроля качества стеклоизделия по ГОСТ 30407.

Результаты выполнения оформить письменно в форме ответов на вопросы:

1. Что считается партией при приемке стеклоизделий по качеству и при каких условиях при проверке партию принимают.

2. Какие показатели проверяют при контроле качества.
3. Какие требования безопасности предъявляют при приемке стеклоизделий.
4. Какие методы контроля применяют при определении показателей качества.
5. Какие сведения должны содержаться в маркировке и особенности маркировки хрустальных изделий.

Задание 4. Изучите основные виды дефектов стеклоизделий по ГОСТ 30407 и ГОСТ Р 51969.

В процессе выполнения задания необходимо:

1. Ознакомиться с номенклатурой и характеристикой основных видов дефектов стеклоизделий.
2. Определите влияние различных дефектов на качество стеклоизделий, а для этого:
 - а) Составьте перечень допустимых дефектов;
 - б) напишите что учитывается при определении допустимого количества и размера дефекта;
3. Рассмотрите 5 учебных образцов и определите какие дефекты на них имеются. Результаты представить в письменной форме.

Задание 5. Изучите внешние отличительные признаки видов стеклянной посуды для сервировки стола и определите правильность наименования учебных образцов.

В результате проделанной работы в тетради дается характеристика следующих образцов стеклянных изделий: стаканы, рюмки, фужеры, бокалы, вазы, графины, кувшины. Характеристика образцов приводится по форме указанной в таблице 6.

Таблица 6 Ассортимент стеклянных изделий

№ п/п	Вид и разновидности изделия	Отличительные признаки		
		назначение	особенности формы и конструкции	размер (емкость, см ³ , высота мм, диаметр мм)

Вопросы для самопроверки:

1. Отличительные признаки стеклянных изделий из разных видов стекломассы.
2. Отличительные признаки стеклянных изделий, изготовленные разными способами.
3. Характеристика разделок, наносимых на стеклянные изделия в холодном и горячем состоянии.
4. Указать основные дефекты стеклянных изделий.
5. Особенности маркировки стеклянных изделий.
6. Требования к контролю выделения токсичных веществ с поверхности стеклянной посуды.
7. Классификация стеклянных изделий.
8. Назовите основное назначение стакана, кувшина, графина и вазы.
9. Для каких целей проводят закалку стеклянных изделий.
10. Конкурентные преимущества жаростойкой стеклянной посуды при сравнении с натрий – кальций – силикатным и хрустальным стеклами.

**Лабораторная работа 5
Изучение ассортимента керамических изделий**

Цель работы: изучить классификацию ассортимента бытовых керамических изделий; научиться распознавать вид керамической посуды и различать ее по комплектности; ознакомиться с нормативно-технической документацией, регламентирующей порядок и принципы контроля качества, правила маркировки, упаковки и условия транспортирования фарфоровых и фаянсовых изделий.

Материальное обеспечение:

1. Набор образцов керамических изделий различающийся по виду материала.
2. Наборы образцов керамических изделий с различными видами декора.
3. Наборы видов керамических изделий различающихся по способу производства.
4. ГОСТ 28390-89 Изделия фарфоровые. ТУ.
5. Гигиенические нормативы 2.3.3.972-2000. Предельно допустимые количества химических веществ, выделяющихся из материалов, контактирующих с пищевыми продуктами. –М.: Федеральный центр Госсанэпиднадзора Минздрава России, 2000. – 55 с.
6. Учебные видеofilмы: «Основные этапы производства фаянсовых изделий»; «Основные этапы производства фарфоровых изделий», «Meisen»
7. Каталоги.

Практическая часть

Задание 1. Изучение ассортимента керамических изделий

Ознакомиться с видовым ассортиментом бытовых керамических изделий; научиться по размеру и обеспеченности формы и конструкций определить наименование керамического изделия.

Установите отличительные признаки следующих пар изделий (по форме, конструкции, размерам);

1. ваза для супа – ваза для компота;
2. тарелка мелкая – блюдце;
3. тарелка глубокая – миска;
4. тарелка мелкая – блюдо;
5. миска – салатник;
6. салатник – полоскательница;
7. молочник – сливочник;
8. солонка – перечница;
9. горчица – хренница;
10. селедочница – блюдо овальное;
11. чайник – кофейник;
12. чашка чайная – чашка кофейная;
13. чашка чайная – кружка;
14. бокал – кружка;
15. сахарница – блюдо круглое;
16. ваза для варенья – ваза для фруктов;
17. блюдце чайное – кофейное – блюдце для варенья;
18. ваза для соуса – подливочник;
- 19 опишите бульонки, рюмки для яиц.

Результат работы запишите в форме таблицы 1.

Таблица 1 Отличительные признаки видов керамических изделий

Пары изделий	Отличительные признаки

Задание 2. Изучение характеристик керамических изделий

По комплектности различают посуду штучную, парную, комплект, набор, прибор, сервис, гарнитур. Вспомните, в чем различия между этими понятиями и определите вид комплектной посуды в следующих примерах:

1. заварной чайник, 6 чайных чашек с блюдцами, сахарница;
2. чашка с блюдцем и тарелка;

3. ваза для супа, 6 тарелок глубоких – диаметром 240 мм, 6 тарелок мелких – 240 мм, 6 тарелок мелких – 120 мм, масленка, солонка, перечница, горчица, хренница, соусник;

4. тарелка;

5. чашка с блюдцем и тарелка для детей;

6. тарелки разного размера;

7. ваза для супа, 6 тарелок глубоких – 240 мм, 6 тарелок мелких – 240 мм, 6 тарелок мелких 120 мм, солонка, перечница, горчица, кольцо для салфеток, ваза для цветов;

8. чашка с блюдцем.

Задание 3. Определение вида керамики и методов разделки керамических товаров

При помощи таблицы 2 определить вид керамики 2х образцов, образцы выберите самостоятельно (фото разместить в отчет). Основные ведущие отличительные признаки сформируйте, рабочую гипотезу относительно вида керамики, используйте вспомогательные признаки для подтверждения рабочей гипотезы. Результаты занести в таблицу 5.

Таблица 2 Отличительные признаки основных видов керамики

Признак	Характеристика признаку		
	1	2 фарфор	3 фаянс
Звук при ударе	продолжительный, звонкий	короткий, глухой	короткий, глухой
Наличие незаглазурованных участков	опорная поверхность или верхний край	нет	опорная поверхность
Цвет черепка	белая с голубоватым оттенком	белый с желтоватым оттенком	<i>Фаянсовая:</i> светлый, окрашенный в светлые тона; <i>Гончарная:</i> цветной, естественный цвет глины
Макроструктуры излома	плотная, стекловидная	напоминает мел	рыхлая, пористая
Просвечиваемость	просвечивает в слоях толщиной до 2,5 мм	не просвечивает	не просвечивает
Водопоглощение	почти не способен впитывать воду	легко поглощает	очень легко поглощает
Вид глазури	прозрачная, бесцветная	прозрачная бесцветная	прозрачная, непрозрачная (эмаль), цветная и бесцветная
Ассортимент	столовая, чайная и кофейная посуда, художественные изделия	в основном столовая посуда	декоративная посуда для сервировки

Пользуясь таблицей 3, установите способ формования исследуемых образцов (не забудьте предварительно составить схему анализа, т.е. выделите основные и вспомогательные отличительные признаки). Результаты занести в таблицу 5.

Таблица 3 Внешние отличительные признаки изделий разных способов формования

Признак	Способ формования		
	Пластическое	Литье в форму	
		Сливное	Наливное
Форма корпуса	тела вращения	тела вращения, овальная, сложной конфигурации	этим способом формируют ручки, плоские изделия с толстыми стенками, в т.ч. и формы тела вращения
Толщина стенок	утолщения	равнотолщинные, тонкие для изделий с запасом механической прочности (например ваза для супа, блюдо) – утолщенные	
Наличие рельефа на поверхности	с одной стороны поверхности возможен рельефный рисунок	возможен двухсторонний или рельефный ажурный рисунок	

Определите виды разделок на учебных образцах, при этом пользуйтесь справочной таблицей 4, а так же видеофильмом различных методов декорирования, каталогами продукции рекламными проспектами, альбомами методов декорирования. Результаты занести в таблицу 5.

Таблица 4 Виды разделок и их характерные внешние признаки

Виды разделок	Характерные признаки
Простейшие виды украшений	Круговые полосы по борту или корпусу изделий
1	2
Усик	шириной до 1мм
Отводка	шириной 1- 3 мм
Лента	шириной 4-10 мм
Лента с завалом	захватывает вырезной край
Буфетная лента	шириной 13-16 мм на фаянсовых изделиях
Травление по золоту	матовый плоскостной рисунок по блестящему золоту
Цировка	рисунок, полученный методом гравировки по матовому золоту
Арабеск	узкий бортовой орнамент с золотом или краской
Крытье:	
Сплошное	вся поверхность изделия за исключением носиков, крышек, места для установки чайной чашки на блюде и т.п. покрыта равномерным слоем краски
Восходящее	постепенное увеличение толщины сплошного слоя краски
Низходящее	постепенное уменьшение толщины сплошного слоя краски
«Горох»	на покрытом краской изделии рисунок «белый горох»

с прочисткой	краска, покрывающая изделие, частично (по узору) удалена
с прочисткой и раскраской	то же и узор раскрашен краской и золотом
Полукрытые	лента краска шириной 20 мм и более
Трафарет	одно – или многокрасочный рисунок, простой в виде отдельных пятен с резкими контурами и точными переходами от одного рисунка к другому
Живопись:	
надглазурная	рисунок выпуклый, яркий, сочный со следами от кисти
подглазурная по сырому материалу	расплывчатый рисунок, нежные оттенки
1	2
подглазурная по утилю	то же, но менее нежный тон
по сырой глазури	ярче, сочнее, чем подглазурный рисунок; рисунок не сложный – пятна, линии
Шелкография:	одно- или многокрасочный рисунок с тонкими и точными штрихами, рельефный на ощупь
Декалькомания:	
литографическая	многокрасочный, с тонкой детализацией и некоторой матовостью рисунок, на котором заметны точки, штрихи
шелкотрафаретная (сдвижная)	многокрасочный, точно выполненный, яркий, сочный, стилизованный рисунок
Печать:	контурный однокрасочный рисунок в виде точек, черточек и мелких штрихов (может быть с дополнительной раскраской)
Штамп:	мелкий, несложный, однотонный, повторяющийся рисунок краской или золотом
Украшение рельефа:	
разделка рельефа золотом	разрисовка всех деталей рельефа
промазка рельефа	сплошное покрытие рельефа
пестрение рельефа	частичная разрисовка, подчеркивающая отдельные элементы
Фотопечать	портреты и пейзажи коричневого цвета
Декоративные глазури:	
цветные	глазури, в состав которых введены красители
эмали	непрозрачные цветные глазури
потечные	легкоплавкие глазури по поверхности обычной глазури
матовые	матовость стекловидного покрытия (без зеркального блеска)
кристаллические	мелкие кристаллы различной формы
кракле	сетка мельчайших заплавленных трещин (может быть цветная)
кружевные	напоминает черные кружева на светлом фоне
1	2

люстровые	металлический блеск и перламутровые отливы
восстановительного огня	металлические отблески и переливы (золото, серебро, медь и т.д.)
ангобирование	рельефный рисунок из глинистого шликера (может быть в виде сплошного покрытия)
Декорирование по характеру расположения рисунков:	
сплошной рисунок	рисунок занимает всю внешнюю поверхность
бортовой рисунок	рисунок расположен непрерывной полоской по борту, низу, в центре
букет	рисунок, состоящий из 1-3 лепков (рисунков)
раскидной букет	5 лепков и более
раскидной с большим букетом	раскидные с количеством лепков не менее 4 и большой букет в центре изделия (только для столового ассортимента)
медальон	рисунок в обрамлении

Таблица 5 Экспертиза керамических изделий

№ п/п	Наименование образца	Вид материала	Способ формования	Декорирование		
				Метод	Материалы	Место нанесения

Вопросы для самопроверки:

1. Классификация керамических изделий
2. Укажите основные виды керамических изделий и их отличительные признаки
3. Назовите основные способы производства керамических изделий
4. Укажите основные способы декорирования керамических изделий и их характерные внешние признаки
5. Назовите материалы, применяемые для декорирования керамических изделий
6. Методы идентификации керамической посуды.
7. Назовите основной ассортимент бытовых керамических изделий.
8. Укажите различие посуды по комплектности.
9. Назовите отличительные признаки посуды по назначению; форме, конструкции, размера;
10. Назовите допустимые и недопустимые дефекты фарфоровых изделий;
11. Назовите основные методы контроля качества фарфоровых изделий;
12. Назовите правила маркировки фарфоровых изделий;
13. Назовите основных отечественных и зарубежных производителей бытовых керамических изделий.

Лабораторная работа 6

Анализ ассортимента мебельных товаров

Цель работы: изучить ассортимент мебельных товаров в торговых точках сетевых магазинов г. Владивостока

Объекты изучения: сетевой ритейл г. Владивостока

Сеть	Адрес
------	-------

Зелёный остров	1 г. Владивосток район "Вторая речка", ул. Русская, 94а 2 г. Владивосток район "Снеговая падь", ул. Анны Щетининой, 2 1 2-й этаж 3 г. Владивосток район "Центр", ул. Светланская, 106 ТЦ "Авангард", 4-й этаж 4 г. Владивосток район "Чуркин", ул. Калинина, 275а 5 г. Артём, ул. Кирова, 191 БЦ "Сангурай"
ИКЕА Sweet Home	район "Чуркин", ул. Пихтовая, 6 ТЦ "Владос", 2-й этаж
Азбука мебели	1. ул. Луговая 22/2б 2. ул. Ладыгина 3 3. ул. Борисенко 35

Практическая часть

Задание 1. Изучение ассортимента мебельных товаров:

1) По назначению:

- бытовую:
 - для жилых комнат,
 - для кухни,
 - для прихожей,
- детскую
- для общественных зданий (для офисов).

2) По функциональному признаку, для:

- работы,
- лежания,
- сидения,
- хранения одежды, книг, посуды;
- мебель-подставки.

3) По видам изделий

Задание 2. Построить структуру ассортимента мебели в натуральном выражении по следующим признакам:

- вид мебели;
- материал изготовления (отделки, обивки);
- производитель.

Задание 3. Представить схемы выкладки мебельных товаров

Задание 4. Изучить требования к маркировке мебельных товаров

Задание 5. Зарисовать товарный ярлык и ценник

Вопросы для самопроверки:

1. Назовите основные породы деревьев, используемых в производстве мебели.
2. Классификация мебели по назначению.
3. Назовите потребительские свойства мебели.

Лабораторная работа 7

Тема: Идентификация и фальсификация парфюмерных товаров

Цель работы: ознакомиться с ассортиментом парфюмерных товаров, провести идентификацию парфюмерных товаров, ознакомиться с методами фальсификации парфюмерных товаров.

Теоретическая часть

Слово "парфюмерия" происходит от французского слова (приятный запах; духи). Это объясняется тем, что наиболее распространенным было применение благовоний для ароматизации жилых и общественных помещений путем сжигания душистых растений и смол в специальных приспособлениях.

К парфюмерным товарам относятся духи, одеколоны, парфюмерные наборы и душистые воды, основное назначение которых ароматизировать кожу, волосы, одежду и т.п. Некоторые виды парфюмерных товаров применяются как гигиенические и освежающие средства.

Идентификация парфюмерных товаров -- это установление соответствия наименования изделия, массовой доли композиции в парфюмерной жидкости информации, указанной на маркировке и сопроводительном документе.

Идентификационная экспертиза парфюмерных товаров проводится с целью установления соответствия определенному перечню признаков, приведенному в нормативно-технической документации. Для достижения этой цели могут ставиться следующие задачи:

- к какой ассортиментной (видовой) группе относится данный товар;
- определение класса (группы) парфюмерных товаров;
- определение массовой доли композиции в парфюмерных жидкостях, содержащих более (менее) 10% воды, вводимой по рецептуре;
- определение прозрачности, стойкости запаха;
- является ли товар безопасным.

Идентификационная экспертиза ассортиментной (видовой) принадлежности -- это установление принадлежности парфюмерных товаров к определенному виду, группе и наименованию.

Ассортимент парфюмерных товаров подразделяется на следующие виды.

Духи -- это спиртовые растворы смесей душистых веществ с приятным, стойким, гармоничным запахом. Все виды духов можно сгруппировать по следующим признакам: консистенция стойкости запаха, характеру запаха, содержанию композиции назначению, месту производства.

По консистенции духи подразделяются:

- на жидкие духи -- приятно пахнущие спиртовые или водно-спиртовые растворы парфюмерных композиций с запахом цветочного или фруктового направления применяются как ароматизирующее средство;
- твердые духи -- воскообразная масса, чаще всего в виде карандаша, насыщенная парфюмерной композицией и окрашенная в определенный цвет. Применяют для нанесения на кожу;
- порошкообразные духи -- это высушенные растения, растертые в порошок и отдушенные парфюмерной композицией. Применяют для отдушки белья.

По характеру запаха духи подразделяются:

- на цветочные -- обладающие запахом какого-либо цветка (жасмин, сирень и др.)
- фантазийные -- сочетающие несколько запахов цветов или запахов, не встречающихся в природе.

По содержанию композиции (в зависимости от качества) духи подразделяются на четыре группы -- экстра, А, Б, В.

Духи группы экстра содержат не менее 10% парфюмерной композиции (от массы духов), а стойкость запаха должны сохранять не менее 60 ч.

К духам группы "А" относятся духи, содержащие, как правило, не менее 10% композиции и имеющие стойкость запаха не менее 40 ч.

К духам группы "Б" относятся духи, содержащие не менее композиции и более 10% воды и имеющие стойкость запаха менее 30 ч.

К духам группы "В" относятся главным образом духи с «точными запахами», содержащие не менее 5% композиции и 30% воды. Стойкость запаха не менее 30 ч.

Духи групп Б и В выпускают в футляре и без него.

По назначению духи подразделяются на женские и мужские.

Одеколаны -- это спиртовые или водно-спиртовые растворы парфюмерных композиций с запахом цветочного или фруктового направления. Применяют их как гигиенические, освежающие и ароматизирующие средства.

В зависимости от состава одеколаны подразделяются на группы -- цветочные и гигиенические.

Цветочные одеколаны применяют как гигиеническое и ароматизирующее средство. Гигиенические одеколаны отличаются тем, что применяются только для гигиенических целей. Их запах должен быть приятным, но несильным и не особенно стойким. Содержание композиции до 2%, причем в состав входят эфирные масла цитрусовых растений. Крепость спирта не превышает 60%.

Гигиеническое значение одеколонов заключается в дезинфицирующем и освежающем действии спирта и душистых веществ.

Одеколаны, как и духи, по содержанию композиции (в зависимости от качества) подразделяют на четыре группы -- экстра, А,Б,В,

К одеколону группы экстра относятся одеколаны высшего качества, содержащие от 3 до 5% композиции. Стойкость запаха должна сохраняться не менее 24 ч. Выпускаются в художественно оформленном футляре и корпусе.

К одеколону группы А относятся одеколаны содержащие, 1 как правило, от 3 до 5% композиции. Стойкость запаха сохраняется не менее 24 ч.

К одеколону группы Б относятся одеколаны, содержащие от 3 до 4% композиции. Стойкость запаха не нормируется.

К одеколону группы В относятся одеколаны, содержащие от 2 до 3% композиции. Стойкость запаха не нормируется.

Одеколаны групп Л, Б и В выпускают в футляре и без него.

Душистые воды -- это водно-спиртовые растворы парфюмерных композиций с запахом цветочного или фантазийного ! направления.

Практическая часть

Задание 1. Провести качественную идентификацию парфюмерных товаров.

Качественная идентификация парфюмерных товаров проводится органолептическими и физико-химическими методами.

Парфюмерные товары должны изготавливаться в соответствии с требованиями ГОСТ 17237-93 "Изделия парфюмерные жидкие" по утвержденным технологическим инструкциям и рецептурам. Парфюмерные товары должны изготавливаться из доброкачественного сырья и по составу соответствовать утвержденной рецептуре. Содержание композиции для каждого наименования обусловлено рецептурой, но оно должно быть не ' ниже норм, установленных ГОСТами для каждой группы изделий. По органолептическим и физико-химическим показателям парфюмерные жидкости должны соответствовать требованиям, перечисленным в табл.1.

Массовая доля композиции по каждому наименованию должна соответствовать расчетному содержанию по рецептурам с определенным отклонением от него.

Идентификация парфюмерной жидкости по органолептическим показателям. Внешний вид парфюмерных товаров определяют осмотром флаконов с парфюмерной жидкостью в проходящем свете электрической лампы мощностью 40 Вт на расстоянии 20 см от лампы и 40 см от наблюдателя при переворачивании флакона пробкой вниз .

Таблица 1 - Показатели качества парфюмерных жидкостей:

Показатель	Характеристика и норма
------------	------------------------

	Духи экстра	Духи	Туалетные воды	Одеколоны экстра	Одеколоны	Душистые воды
Внешний вид	Прозрачная жидкость. Допускается наличие единичных волокон					
цвет и запах	Свойственный цвету и запаху данного наименования					
Прозрачность	Отсутствие помутнения при температуре, °С					
	3°	5°	3°	3°	5'	5°
Крепость (условная), %, не менее	80	85	83	80	60	20
Стойкость пахаха, ч, не менее	60	50	40	30	24	
Сумма массовых долей душистых веществ, %, не менее	15,0	10,0	6,0	4,0	1,5	1,0

Условную крепость, выражаемую в объемных процентах, определяют спиртометром при температуре 20 С согласно ГОСТ 17237.

Для определения стойкости запаха 0,5 см³ парфюмерной жидкости помещают в фарфоровую чашку и опускают туда же кусок сухой отбеленной марли размером 5x10 см, предварительно постиранной в горячей воде без мыла. Смоченную марлю вынимают пинцетом и, не отжимая, просушивают в помещении с температурой 4-15 ... -Б20 С. Стойкость запаха определяют органолептическим методом.

Для определения прозрачности 10-20 см³ парфюмерной жидкости наливают в пробирку и закрывают ее пробкой, в которую вставляют термометр таким образом, чтобы шарик его был полностью погружен в исследуемую жидкость. Пробирку охлаждают до температуры +5 °С, а для духов группы экстра

до температуры +3 °С, вынимают из охлаждающей смеси состоящей из льда с солью, встряхивают и просматривают проходящем дневном свете или свете электрической лам мощностью 40 Вт.

Цвет определяют сравнением испытываемого и контрольного образцов, пользуясь при этом полосками бумаги, смоченным испытываемым и контрольным товарами.

Задание 2. Изучить требования к маркировке парфюмерных товаров. Провести оценку полноты маркировки 3х образцов парфюмерных товаров, в соответствии с НД. Результаты исследования занести в таблицу 2

Информационная идентификация -- установление соответствия парфюмерных жидкостей информации, содержащейся на маркировке, упаковке и в товарно-сопроводительной документации.

На флаконы с духами наклеивается художественно оформленная этикетка с указанием:

- наименования изделия;
- наименования предприятия, его местонахождения и его товарный знак;
- месяца и года выработки;
- розничной цены;
- обозначения стандарта;
- наименования группы изделий.

Допускаются смещения этикетки на флаконах с духами но более чем на 2 мм, с сохранением товарного вида.

Наименование изделия указывают на лицевой стороне этикетки, остальные обозначения -- на оборотной стороне этикетки, на футляре или на дне коробки. Допускается наименование указывать на корпусе флакона (способ шелкографии).

При выпуске духов в футлярах с флаконами без этикеток всю маркировку размещают на футляре. На этикетках размером 10x15 мм и этикетках с печатью по фольге

любых размеров допускается указывать только наименование изделия и цену, для изделий, фасованных в тару из цветного, матового или ребристого стекла, дату выработки указывают на этикетке, наклеенной на дно флакона или футляра.

На бумажных клеевых лентах, которыми оклеивают коробки, типографическим способом или штемпельной краской должны быть указаны:

- наименование изделия и номер артикула;
- наименование предприятия, его местонахождение и его товарный знак;
- количество единиц изделия, упакованного в коробки;
- дата выработки;
- номер бригады;
- наименование группы изделия;
- розничная цена;
- обозначение стандарта.

На бумажных лентах коробок с духами должны быть нанесены слова: “Верх” со стрелками с двух сторон коробки, “Не бросать!”, “Стекло”.

Таблица 2 – Исследование полноты маркировки

Маркировочные надписи, согласно НД	Образец 1	Образец 2	Образец 3
Наименование изделия			
Наименование предприятия, его местонахождения			

Задание 3 – Изучение методов фальсификации парфюмерных товаров. Ознакомьтесь с методами фальсификации парфюмерных товаров, рассмотреть 3 образца на предмет обнаружения фальсификации, результаты занести в отчет.

Фальсификация парфюмерных товаров определяется как подделка, подмена в процессе изготовления продукции определенного качества другой, менее ценной, не соответствующей! своему назначению.

Экспертиза парфюмерных товаров необходима для выявления подделок элитной парфюмерии, поступающей на российский рынок с Востока, из Польши и других стран. Нередко появляются духи с фирменным названием, однако они могут иметь неприятный запах и даже быть вредными для здоровья человека.

Например, существуют три вида подделок упаковки духом Шанель № 5”. Первый вид подделки: упаковка белого цвета с темно-серыми краями. В отличие от натуральных духов на упаковке знак (два скрещивающиеся буквой “X” полукруга), расположенный на обратной стороне коробки, стоит не в центре. Отличается и флакон: стекло не чистое, а с пузырьками и вместо надписи на стекле наклеена самоклеющаяся лента со всеми реквизитами. Второй вид подделки: красная упаковка с золотой надписью больше похож на подлинного производителя, но на флаконе опять самоклеющаяся лента. И, наконец, третий вид подделки: красивая упаковка с изображением женского лица, но товарный знак фирмы стоит прямо на лице девушки. Ни одна солидная фирма не позволит себе создать такую упаковку.

Общими органолептическими признаками качественной фирменной парфюмерии являются:

- упаковочная коробка из высококачественного картона;
- упаковочный целлофан, плотно пригнанный без доступа воздуха;

- вся печатная информация на коробке выполнена привлекательно, имеет строгий дизайн;
- флакон из светлого стекла без оттенков и пузырьков, в коробке плотно установлен (“не гремит”);
- пробка плотно притерта, на пластмассовой пробке не должно быть швов;
- металлический ободок под пульверизатором не должен прокручиваться;
- высокая стоимость изделия.

Лабораторная работа 8

Тема: Идентификация и экспертиза косметических товаров

Цель работы: Изучить классификацию, ассортимент, идентификационные признаки и экспертизу косметических товаров

Используемое оборудование, материалы: образцы косметических средств по уходу за кожей, предметные стекла, пробирки, стеклянные палочки, термостат, центрифуга лабораторная, рН-метр лабораторный, термометр жидкостный стеклянный по ГОСТ 28498

Нормативные правовые документы:

1. ГОСТ 31460-2012 Кремы косметические Общие технические условия
2. ТР ТС 009/2011 О безопасности парфюмерно-косметической продукции
3. ГОСТ 29188.3-91 Изделия косметические. Методы определения стабильности эмульсии
4. ГОСТ 29188.2-91 Изделия косметические. Метод определения водородного показателя рН

Теоретическая часть

К основным идентификационным признакам косметических товаров относятся: Функциональное действие: гигиенические, косметические, декоративные, защитные, лечебно-профилактические, специальные.

Консистенция: жидкие, эмульсионные, желеобразные, мазеобразные, воскообразные, порошкообразные.

Тип кожи, волос: для сухой кожи (волос), для нормальной кожи (волос), для жирной кожи (волос), другие (в зависимости от средств).

Половозрастной признак: для мужчин, женщин, детей.

Назначение: средства по уходу за кожей, средства по уходу за волосами, декоративная косметика.

Классификация ассортимента средств по уходу за кожей

Средства гигиенические (очищающие): очистка кожи заключается в удалении ее загрязнений и отделения верхнего рогового слоя. К этой группе относятся: скрабы (для глубокой очистки), кремы и маски очищающие (для удаления загрязнений с поверхности кожи), лосьоны и тоники, пенки для умывания, пены для ванн, гели для душа, жидкие и туалетные мыла.

Средства косметические (для придания красивого вида коже путем ухода – увлажнения, питания), с учетом их целевого использования:

- средства для ухода за кожей лица (кремы, сливки, гели, маски, в зависимости от типа кожи и времени их применения). Из косметики для мужчин: кремы и лосьоны до и после бритья, гели и бальзамы после бритья
- средства для ухода за кожей тела: как правило, увлажняющего действия, легкие кремы эмульсионного типа, молочко, лосьоны
- средства для ухода за кожей вокруг глаз: кремы и гели, обладают смягчающим и увлажняющим действием, снимают припухлость, придают коже упругость
- средства для ухода за губами: кремы, бальзамы, гигиенические помады, эликсиры, предназначены для питания, смягчения и защиты
- средства для ухода за кожей рук: кремы, лосьоны, бальзамы

- средства для ухода за кожей ног: лосьоны, кремы, бальзамы, гели, молочко, ванночки для ног.

Крем - это продукт на основе жирового сырья, вырабатываемый в виде устойчивых эмульсий, с добавлением молочной, фруктовой и других кислот, различных бактерицидных добавок, увлажнителей и других компонентов, способствующих улучшению состояния кожи.

По консистенции могут быть густыми (мазеобразные) и жидкими, по составу — жировыми и эмульсионными. Жировые кремы состоят только из жировых препаратов и специальных добавок. Наиболее распространенными сегодня являются эмульсионные кремы, так как они хорошо впитываются кожей и не оставляют жирного блеска. В их состав вводят также биологически активные вещества (витамины, настои и экстракты лекарственных трав), наносферы и липосомы (позволяют питательным веществам проникать в глубину кожи и активно ее восстанавливать).

Производят кремы для различных типов кожи (нормальная, сухая, жирная); ассортимент кремов пополняется за счет изделий с более дробными функциями по уходу за кожей различных частей тела. Расширение ассортимента кремов происходит за счет применения в их составе новых видов витаминов, морепродуктов, душистых веществ и средств, позволяющих крему более глубоко проникать в толщу кожи и таким образом быстрее и активнее ее восстанавливать.

Под идентификацией косметических товаров (кремов) понимают установление соответствия наименования изделия, химического состава, целевого назначения, показателей безопасности информации, указанной на маркировке и упаковке, а также требованиям НТД.

Практическая часть

Задание 1 Идентификация органолептических показателей кремов для лица.

Изучите ГОСТ 31460-2012 Кремы косметические Общие технические условия.

Согласно техническим требованиям определите внешний вид, цвет и запах косметического крема.

Кремы должны иметь однородную консистенцию без комочков, зерен, расслоений и легко впитываться кожей. Однородность крема определяют путем нанесения его небольшого количества на ровную, гладкую стеклянную пластинку, легким растиранием крема кончиком пальца устанавливают отсутствие комков.

Для жидких кремов допускается незначительное расслоение, которое должно исчезнуть после легкого взбалтывания.

Цвет и запах крема должны отвечать эталону. Для определения цвета крема сравнивают цвет мазков испытуемой пробы и эталона, нанесенных ровным слоем толщиной 1-2 мм на белую эмалированные пластинки.

Запах крема определяют органолептическим методом, сравнивая запах испытуемой пробы и эталона, в равных количествах нанесенных на стеклянные пластинки.

Результаты оформите в тетрадь.

Задание 2 Определение водородного показателя рН косметических средств

В косметических изделиях, имеющих жидкую консистенцию, рН измеряют непосредственно в исследуемой жидкости.

В косметических изделиях, имеющих густую консистенцию (крем типа масло/вода, зубные пасты, ополаскиватели, бальзамы и другие), рН измеряют в водном растворе с массовой долей продукта от 1 до 20%. Концентрацию раствора указывают в нормативно-технической документации на соответствующее изделие.

В косметических изделиях, таких как эмульсии типа вода/масло, измерение проводят в водной вытяжке: 10,00 г продукта помещают в стакан, добавляют 90 см дистиллированной воды, нагревают при перемешивании до температуры $(80 \pm 2)^\circ\text{C}$ до полного разрушения эмульсии (выделение масляного слоя), охлаждают до $(20 \pm 2)^\circ\text{C}$, отделяют водный слой и измеряют в нем рН.

Задание 3 Определение коллоидной стабильности

Метод основан на разделении эмульсии на жировую и водную фазы при центрифугировании.

Проведение испытания. Две пробирки наполняют на 2/3 объема исследуемой эмульсией и взвешивают, результат записывают до второго десятичного знака. Разность массы пробирок с эмульсией не должна превышать 0,2 г.

Пробирки помещают в водяную баню или термостат и выдерживают 20 мин при температуре 42–45 °С – густые эмульсии, при температуре 22–25°С – жидкие эмульсии. Пробирки вынимают, насухо вытирают их с внешней стороны и устанавливают в гнезда центрифуги.

Центрифугирование проводят в течение 5 мин при частоте вращения 100с⁻¹. Пробирки вынимают и определяют стабильность эмульсии. Если только в одной пробирке наблюдают расслоение эмульсии, то повторяют испытание с новыми порциями эмульсии.

При определении стабильности жидких эмульсий, если не наблюдают четкого расслоения, содержимое пробирки осторожно выливают на лист белой плотной бумаги и отмечают наличие или отсутствие расслоения эмульсии. Эмульсию считают стабильной, если после центрифугирования в пробирках, наблюдают выделение не более капли водной фазы или слоя масляной фазы не более 0.5 см.

Задание 4. Определение термостабильности

Метод основан на разделении эмульсии на жировую и водную фазы при повышенной температуре.

Проведение испытания Три пробирки диаметром 14 мм высотой 120(100) мм или цилиндры вместимостью 25 см³ наполняют на 2/3 объема испытуемой эмульсией, следя за тем, чтобы в эмульсии не оставалось пузырьков воздуха, закрывают пробками и помещают в термостат с температурой 40–42°С.

При определении термостабильности эмульсии типа вода/масло содержимое пробирок или цилиндров после 1 ч термостатирования осторожно перемешивают стеклянной палочкой для удаления воздуха. Эмульсии выдерживают в термостате 24 ч и затем определяют стабильность. Эмульсию считают стабильной, если после термостатирования в пробирках не наблюдают выделения водной фазы, допускается выделение слоя масляной фазы не более 0.5 см.

Задание 5. Ознакомление с нормативными правовыми документами на косметическую продукцию.

Изучая товароведческие характеристики и показатели качества по ТР ТС 009/2011 О безопасности парфюмерно-косметической продукции, выделите показатели безопасности средств по уходу за кожей и запишите их в тетради.

Рассмотрите состав косметических средств, определите, являются ли компоненты разрешенными, а их концентрации допустимыми. Результаты оформите в таблицу 1.

Таблица 1 Изучение состава косметических средств

Наименование компонента	Соответствие назначению	Норма по ТР ТС 009/2011	Вывод

Лабораторная работа 9

Тема: Идентификация бумажных канцелярских товаров

Цель лабораторной работы: Изучить классификацию, ассортимент, товароведческие характеристики, идентификацию и экспертизу изделий из бумаги

Используемое оборудование, материалы: образцы бумаги и изделия из бумаги, линейки, весы, сушильный шкаф, эксикатор, микрометр.

Теоретическая часть

Бумага - это материал, вырабатываемый из волокон (целлюлозы) и содержащий наполнители, связующие и др., ее поверхность имеет покрытия, она может дублироваться с другим материалами (фольгой, полимерными пленками и др.).

Ассортимент бумаги и картона подразделяют по назначению - письма, черчения, рисования, печатания, декорирования и др.; по оформлению - в виде рулонов, одинарных и двойных листов, наборов; по формату (по длине и ширине в миллиметрах); волокнистому составу и другим признакам.

Бумага для письма отличается высокой гладкостью, белизной и проклейкой, к ней относят бумагу писчую, почтовую, нотную.

Бумага писчая бывает линованной и нелинованной, белой и цветной, в виде одинарных и двойных листов. Белую писчую бумагу по составу бумажной массы выпускают трех номеров - 0 (наиболее высококачественная), 1 и 2.

Писчую бумагу цветную изготавливают № 1 и 2.

Бумага нотная -- листы писчей бумаги с линовкой нотных станов (по пять линий в каждом стане).

Бумага чертежная - белая проклеенная бумага в виде листов или рулонов, двух марок: А - для проектно-конструкторских работ; Б - для эскизов и школьных чертежных работ.

Бумагу рисовальную изготавливают из высококачественной беленой целлюлозы с гладкой или шероховатой поверхностью различных марок в зависимости от назначения (В - для художественных работ, Э - для эскизов, О - для рисованных работ широкого профиля и др.) и особенностей состава.

Бумага для печатания и размножения - тонкая, слабопроклеенная, неглазурованная.

Газетная бумага -- это бумага немелованная, используется и для печатания газет, с содержанием древесных волокон не менее 65% от общей массы, полученных механическим или химико-механическим способом, сортированных по размеру или незначительно сортированных, имеющих шероховатость поверхности по каждой стороне, измеренную аппаратом превышающую 2,5 мкм, массу 1 м² не менее 40 г, но не более 65 г.

Бумага для офисной техники (формат А4, 80 г / м², белизна 101 %) предназначена для лазерных принтеров, копировальных и факсовых аппаратов.

Бумага декоративная включает бумагу, поверхности которой приданы особые свойства. К ней относят бархатную, перламутровую, цветную, глянцевую, крепированную бумагу (гофрированная цветная бумага) и фотобумагу.

Фотобумага используется для получения позитивных отпечатков с негатива. Фотобумагу подразделяют по составу СЧЭ (унибром, конабром, фотобром и др.); по массе основы: тонкая, полукартон, картон; по цвету подложки - белая, кремовая; по виду поверхности - гладкая (глянцевая, особоглянцевая, матовая, полуматовая) и структурная (зернистая, бархатистая, тисненая и др.); по контрастности -- мягкая, полумягкая нормальная, контрастная и особо контрастная.

Картон переплетный и преситан (сильно уплотненный картон) используют для изготовления блокнотов, папок, альбомов и других изделий.

Задание № 1. Изучение классификации, ассортимента и идентификации бумаги органолептическими методами по натуральным образцам.

Изучите образцы бумаги и изделий из нее. Определите ассортиментную принадлежность. Результаты занесите в таблицу 1.

Таблица 1 Ассортиментная идентификация бумаги

№ п/п	Назначение бумаги	Оформление бумаги	Формат , мм	Цвет	Разлиновка

Задание № 2. Идентификация физических величин бумаги

Проведите идентификацию физических величин бумаги. Определите массу 1 м², толщину, объемную массу, влажность - результаты оформите в таблице 2.

Для определения массы 1 м² бумаги или картона вырезают 10 образцов одинакового наименования и номера размером 100*100 мм и взвешивают. Взвешивание осуществляется с точностью до 0,01 г. Пересчет на массу 1 м² (P) в граммах производится по формуле:

$$\frac{S * \sum p}{n} = P,$$

Где $\sum p$ – сумма массы образцов бумаги, г;

N – количество образцов;

S = (100*100)/10⁻⁶ – площадь одного образца, м².

Толщина бумаги определяется при помощи толщиномера. Для этого измеряется пять различных точек каждого образца (если толщина его более 50 мкм), или сложенных в пять слоев (при толщине образца от 15 до 50 мкм), или сложенных в 10 слоев (при толщине образца менее 15 мкм).

Результаты испытания выражаются средним арифметическим с округлением:

- для бумаги толщиной менее 30 мкм – до 0,1 мкм;

- для бумаги толщиной от 30 до 100 мкм – до 1 мкм;

- для бумаги и картона толщиной более 100 мкм – до 10 мкм.

Объемная масса бумаги или картона (γ) рассчитывается по формуле:

$$\frac{P}{1000} = \gamma$$

Определение влажности бумаги. Влажность - количество воды в бумаге или картоне. На практике определяется отношение потери массы образца при высушивании к его первоначальной массе при отборе пробы в соответствии со стандартным методом испытания. Выражается в процентах.

Перед отбором проб чистые сухие сосуды нумеруют и доводят их температуру до температуры окружающей среды. Затем каждый сосуд взвешивают и хранят закрытым до момента отбора проб.

С каждой испытуемой единицы продукции удаляют все поврежденные листы и не менее трех последующих неповрежденных листов, берут подряд четыре листа. Из каждого отобранного листа по всей ширине вырезают полоски шириной 50-75 мм в количестве 4 шт и помещают в сосуд, закрывают и взвешивают с погрешностью не более 0,01 г. Содержимое сосуда является испытуемым образцом, масса которого должна быть не менее 50 г. Сосуд с содержимым взвешивают и рассчитывают массу испытуемого образца.

Испытуемый образец сушат в сушильном шкафу в сосуде с открытой крышкой либо вынутым из сосуда. Температура сушки должна быть (105±2) °С. Если испытуемый образец состоит из нескольких полос, то при сушке их необходимо разъединить для более полной циркуляции воздуха. Первую сушку проводят не менее 0,5 ч.

По окончании сушки образец закрывают крышкой и охлаждают в эксикаторе.

Затем испытуемый образец и сосуд снова помещают в сушильный шкаф и сушат дополнительно в течение времени, составляющем не менее половины времени начальной сушки.

Массу испытуемого образца считают достигшей постоянного значения, если два последующих взвешивания через определенный промежуток времени имеют расхождение не более чем на 0,1 % первоначальной массы испытуемого образца.

Результат, рассчитанный относительно первоначальной массы испытуемого образца, выражают в процентах и округляют до 0,1 %.

Влажность образца бумаги или картона W в процентах вычисляют по формуле

$$\frac{m1 - m2}{m1 - m} * 100 = W$$

где m - масса сосуда для взвешивания, г;
 m_1 - масса сосуда для взвешивания с навеской до высушивания, г;
 m_2 - масса сосуда для взвешивания с навеской после высушивания, г.
 Результат испытания округляют до 0,1 %.

Таблица 2 Идентификация физических величин бумаги

№ образца	Масса 1 м ²	Толщина, мкм	Объемная масса, г/м ³	Влажность, %

Задание № 3. Идентификация сорта бумаги

Для определения сорта бумаги подсчитывается в отраженном свете на обеих сторонах трех образцов бумаги размером 100*100 мм количество посторонних частиц величиной более 0,25 мм, которые по своему цвету резко отличаются от общего фона бумаги (соринки, видимые с обеих сторон, подсчитываются один раз). За результат испытания принимается среднее арифметическое значение, пересчитанное на 1 м²

Задание № 4. Идентификация тетрадей

Для проведения идентификации выберите два образца тетрадей.

Изучите требования ГОСТ 12063-89. Тетради школьные. Технические условия и ГОСТ 13309-90. Тетради общие. Технические условия.

Проведите идентификацию тетрадей, результаты оформите в таблице 3.

Таблица 3. Идентификационные признаки тетрадей

Признак идентификации	Значение показателя	Значение по ГОСТ	Вывод
Вид тетради			
Основные параметры и размеры, мм			
Объем, лист			
Косина изделия			
Вид линовки			
Количество станов или строк на странице			
Высота станов, мм			
Расстояние между наклонными линиями (по линии строки), мм			
Ширина полей, мм Верхнего Нижнего бокового			
Сорт			
Содержание			

маркировки			
------------	--	--	--

Лабораторная работа 10

Тема: Идентификация синтетических моющих средств

Цель работы: ознакомиться с ассортиментом моющих средств, синтетическими моющими средствами (СМС), мылами, шампунями и определить их потребительские свойства.

Материалы, необходимые для работы: СМС, мыла (туалетные, хозяйственные), шампуни, цилиндры мерные на 500 мл, воронки стеклянные, рН-метр.

Теоретическая часть

Ассортимент синтетических моющих средств разнообразен. Классификацию СМС можно рассматривать с различных позиций. Их можно классифицировать по поверхностно-активному веществу (ПАВ), входящему в состав СМС. В зависимости от этого они могут быть катионоактивными, анионоактивными, неионогенными, амфотерными.

По моющей способности их можно разделить на универсальные СМС, для стирки синтетических тканей, для стирки хлопчатобумажных тканей, для шерстяных тканей, для стирки шелковых тканей.

По способу стирки: для ручной стирки, стирки в машинах активаторного типа, стирки в машинах барабанного типа.

Поэтому в состав СМС входят различные ингредиенты, выполняющие определенную функцию при стирке изделий. Основной составной частью синтетических моющих средств являются ПАВ, карбоксиметилцеллюлоза, силикат натрия, отбеливатели, отдушки и др. Действие каждого компонента в составе СМС специфично.

Так, например, полифосфаты способствуют связыванию солей жесткости, вызывающих ухудшение моющей способности СМС. Накопление в тканях нерастворимых солей кальция отрицательно сказывается на потребительских свойствах изделий. Кроме умягчающего действия полифосфаты способствуют диспергированию загрязнений, их отрыву от тканей и стабилизации дисперсий. Недостаточное количество введенных полифосфатов может вызвать образование труднорастворимых соединений солей жесткости воды и их осаждения на тканях. Натриевая соль карбоксиметилцеллюлозы (КМЦ) широко применяется в составе СМС, что обусловлено ее антисорбционным действием стабилизировать пену и снижать зольность изделий из хлопчатобумажной ткани. Использование в СМС карбонатов натрия помогает при стирке переводить жировые загрязнения в раствор и тем самым повышает моющее действие СМС. Кроме того, кальцинированная сода способна умягчать воду. Для улучшения сыпучести готового порошка и повышения моющей способности в рецептуру СМС вводят силикат натрия (жидкое стекло).

Оценить эффективность действия СМС возможно по потребительским свойствам. К ним относятся: моющая способность, пенообразующая способность, органолептические свойства (цвет, однородность, запах), растворимость в воде, содержание жирных кислот, рН раствора, гранулированный состав, влажность порошка, содержание ПАВ, экологическая безопасность и др.

Консистенцию, цвет и запах мыла определяют органолептически. Консистенцию товарного куска мыла определяют на ощупь мыло должно быть твердым и нелипким. Цвет мыла должен быть однородным, запах приятным. Хозяйственное мыло не должно иметь поверхностного выпота в виде масляных выделений, неприятного запаха окисленных масел и запаха рыбы. Однородность мыла определяют при поверхностном осмотре и разрезании куска. Мыло должно быть однородным в разрезе, не иметь посторонних включений. Массу куска мыла определяют взвешиванием на технических весах и сравнивают с массой, указанной на бумажной обертке (или на куске для хозяйственного мыла). СМС должны иметь приятный запах, легко рассыпаться, быть

сухими на ощупь.

Практическая часть

Задание 1. Изучить ассортимент и классификацию синтетических моющих средств

Задание 2. Произвести группировку мыл или СМС по назначению и применению.

Задание 3. Определение пенообразующей способности мыла и СМС.

Навеску мыла 1 г или навеску СМС 0,5 г (по заданию преподавателя) помещают в стеклянный цилиндр с делениями, снабженный пробкой, объемом не менее 0,5 л, и растворяют в 100 мл теплой водопроводной воды. Цилиндр закрывают и встряхивают: в течение 1 мин делают 180 встряхиваний. Цилиндр ставят на стол и замечают начальный объем пены, объем пены через 1 мин (отметить особо), 5, 10, 15, 20 мин. Строят кинетическую кривую оседания пены, определяют ее устойчивость (в процентах к первоначальному объему). Общий объем пены через 1 мин от окончания встряхивания рассчитывают по геометрическим размерам сосуда. Для мыла туалетного объем пены должен составлять 300–350 см³.

Задание 4. Определение рН синтетических моющих средств.

Готовят 100 мл 1%-ного раствора СМС в дистиллированной воде. рН раствора определяют с помощью специального прибора рН-метра (по инструкции к прибору). Измерения проводят 3 раза, каждый раз тщательно промывая электрод дистиллированной водой. За рН принимают усредненную величину показаний прибора в трех параллельных измерениях.

Контрольные вопросы:

1. Ассортимент СМС и его классификация.
2. Состав синтетических моющих средств.
3. Какими показателями определяются потребительские свойства мыл и СМС?
4. Для чего в СМС вводят полифосфаты?
5. Какое действие оказывает карбосиметилцеллюлоза при стирке тканей?
6. Для чего вводят в СМС карбонаты кальция и сульфат натрия?
7. От чего зависит пенообразование в СМС?
8. Какую роль выполняет рН раствора СМС?
9. Назначение силиката натрия, входящего в состав СМС.
10. Для чего в СМС вводят отдушки и красители?

Лабораторная работа 11

Тема: Изучение ассортимента и потребительских свойств тканей .

Цель работы: Изучить классификацию, ассортимент, свойства тканей разного волокнистого состава. Научиться распознавать и давать полную товарную характеристику основных типов тканей классических и современных структур.

Материальное обеспечение:

1. Альбомы образцов хлопчатобумажных, льняных, шерстяных и шёлковых тканей.
2. Набор ГОСТов на ткани разного волокнистого состава и назначения (стандарты на готовую продукцию, стандарты на номенклатуру показателей качества тканей).

Практическая часть

Задание 1. Ознакомиться с классификацией тканей разного волокнистого состава (хлопчатобумажных, льняных, шерстяных, шёлковых).

При выполнении задания рекомендуется использовать основную учебную литературу, а также стандарты на номенклатуру показателей качества тканей, где приведена стандартная классификация. Результаты задания оформить в тетради в произвольной форме.

Задание 2. Изучить ассортимент и потребительские свойства тканей разного волокнистого состава и назначения.

Для выполнения задания студенты получают паспортизированные образцы тканей, представленные в альбомах, а также стандарты ОТУ на ткани разного состава и назначения.

При изучении образцов следует обращать внимание на внешний вид ткани с лицевой стороны и изнанки; на переплетение, толщину и плотность ткани; на вид отделки и композицию рисунка; назначение ткани.

При изучении тканей по сырьевому составу обращают внимание на то, что льняные ткани, в отличие от хлопчатобумажных тканей «холодят» на ощупь, более плотные, жёсткие, гладкие. Шерстяные ткани несколько ворсисты, малосминаемы, «тёплые» на ощупь.

Камвольные ткани в отличие от суконных имеют открытый ткацкий рисунок, а некоторые суконные ткани имеют войлокообразный застил (фильц), скрывающий рисунок ткацкого переплетения.

Ткани из шёлковых нитей (натурального шёлка) имеют мягкое «туше». Это тонкие, лёгкие, прозрачные, упругие ткани. Ткани из искусственных нитей тяжёлые, легкосминаемые, имеют более грубое «туше».

Ткани из синтетических нитей лёгкие, воздушные, упругие, чем напоминают ткани из шёлковых нитей; отличаются многообразием специальных видов отделки.

После рассмотрения полного комплекса альбомов тканей внимательно ознакомьтесь с ассортиментом данной группы, при этом необходимо обратить внимание на их группировку. В тетрадь следует записать группировку хлопчатобумажных, льняных, шёлковых, шерстяных тканей и указать характерные особенности ассортимента каждой группы по переплетению, отделке, назначению и другим признакам.

Изучая ассортимент, обратите внимание на более узкий ассортимент льняных тканей по сравнению с хлопчатобумажными по назначению и на наличие в ассортименте льняных тканей большого количества штучных изделий.

Изучая группировку шёлковых тканей, проведите сравнение ассортимента тканей из натурального шёлка и химических волокон (искусственных и синтетических), научитесь их отличать.

При рассмотрении ассортимента шерстяных тканей необходимо усвоить отличительные признаки тканей камвольных и суконных, а также особенности ассортимента каждой из этих групп. При этом обратите внимание, что в группе камвольных тканей представлен более широкий ассортимент платьевых тканей и менее широкий – пальтовых, а в группе суконных тканей – наоборот.

Результаты рассмотрения соответствующих групп тканей оформляют в виде таблицы 1.

Таблица 1 - Характеристика тканей разного волокнистого состава

Группа тканей	Особенности ассортимента данной группы (по переплетению, отделке, назначению, поверхностной плотности, ширине)
Хлопчатобумажные	
Льняные	
Шерстяные камвольные	
Шерстяные суконные	
Из шелковых нитей	
Из искусственных нитей	
Из синтетических нитей	

Задание 3. Провести сравнительную характеристику ассортимента тканей (по переплетениям, отделке, назначению, поверхностной плотности, основным потребительским свойствам) следующих групп:

а) хлопчатобумажных тканей по сравнению с льняными;

- б) камвольных тканей по сравнению с суконными;
 - в) тканей из шёлковых нитей по сравнению с тканями из искусственных нитей;
 - г) тканей из искусственных нитей по сравнению с тканями из синтетических нитей.
- Результаты оформить в тетради в произвольной форме.

Задание 4. Изучить показатели качества тканей разного сырьевого состава по ГОСТам. Номенклатура показателей. Обратит внимание на группировку показателей и на номенклатуру показателей для тканей разного сырьевого состава и назначения. Форма отчёта – конспект основных положений в письменном виде.

Задание 5. Ознакомиться с содержанием стандартов на ткани разного сырьевого состава.

Обратит внимание на нормируемые показатели потребительских свойств тканей и зафиксировать их в тетради.

Задание 6. Ознакомиться с пороками тканей.

Пользуясь альбомами и ГОСТ 25506, изучит пороки тканей и причины их возникновения. Характеристику наиболее часто встречающихся пороков законспектировать.

Задание 7. Ознакомиться с правилами сортировки тканей.

Пользуясь соответствующими ГОСТами, уяснит общие принципы и систему определения сортности тканей. Необходимо обратит внимание на деление тканей при установлении сорта на группы, на деление пороков на местные (подлежащие вырезу и допустимые) и распространённые, на пересчёт пороков на условную длину (площадь) куска, на учёт при сортировке физико-механических показателей.

В тетради необходимо произвести краткую запись основных положений.

Решит задачи на определение сортности тканей.

1. Определить сорт крепдешина, если в куске длиной 35 м при нормируемой ширине 100 см обнаружены следующие пороки: незначительный растраф, равномерный по всему куску; близны в две нити общей длиной в 40 см.

2. Определить сорт ситца, если в куске длиной 50 м при нормируемой ширине 95 см обнаружены следующие пороки: недостаточная ширина ткани = 0,7 см, недосека в 4 нити в 1 см; растраф рисунка.

3. Определить сорт шерстяных тканей, если установлено, что контрольные куски характеризуются следующими показателями:

а) Содержание шерстяного волокна в костюмной ткани составило 60% (при норме 66%);

б) Усадка после замочки ткани пальтовой при норме 3,5% оказалась равной 5%;

в) Ширина ткани платьевой, предназначенной для швейной промышленности, оказалась меньше минимальной нормы на 2%.

Задание 8. Ознакомиться с содержанием ГОСТов на маркировку, упаковку, транспортирование и хранение тканей.

Форма отчёта - конспект основных положений в письменном виде.

Вопросы для самопроверки:

1. Группировка тканей разного волокнистого состава.
2. Характерные особенности ситцев, бязей, сатинов.
3. Особенности льняных тканей по назначению, отделке, потребительским свойствам.
4. Общая характеристика льняных и хлопчатобумажных тканей одёжного назначения.

5. Отличительные особенности шерстяных камвольных, тонкосуконных и грубосуконных тканей.
6. Отличительные особенности драпов от пальтовых тонкосуконных тканей.
7. Виды химических волокон, наиболее часто используемые в полушерстяных тканях; их назначение.
8. Характеристика шёлковых тканей креповых и гладьевых подгрупп.
9. Особенности тканей ворсовых подгрупп разного сырьевого состава.
10. Современное направление развития ассортимента тканей разного сырьевого состава.

Лабораторная работа 12

Тема: Идентификация швейных товаров по ассортиментной принадлежности

Цель работы: Изучить ассортимент и потребительские свойства швейных изделий.

Приобрести навыки экспертизы одежды.

Материальное обеспечение:

1. Образцы швейных изделий (мужских, женских, детских).
2. Плакаты деталей одежды.
3. Изделия швейные бытового назначения. Сборник стандартов.
4. СанПиН 2.4.7/1.1.1286-03. Гигиенические требования к одежде для детей, подростков и взрослых.

Практическая часть

Задание 1. Ознакомиться с группировкой, терминами и определениями изделий швейных (ГОСТ 17037-85). По ГОСТ 22977 и плакатам ознакомиться с основными деталями швейных изделий. Результаты оформить в тетради в произвольной форме; детали можно зарисовать.

Задание 2. Ознакомиться с образцами различных видов швейных изделий, зарисовать и дать товароведную характеристику трёх образцов. При выполнении этого задания осматриваются все подготовленные для занятия швейные изделия, а затем дается полное описание двух изделий по следующим признакам: группа, подгруппа, вид, разновидность.

Вид швейного изделия определяется наименованием, полом, возрастом потребителей, сезоном использования, материалом верха.

Разновидность определяется фасоном и сложностью изготовления. Для характеристики фасона следует определить силуэт, форму, покрой рукава, характер застежки, вид воротника, вид и место расположения карманов, отделку и обработку.

Задание 3. Провести экспертизу качества швейных изделий. Для этого изучить по ГОСТ 4103 методы и порядок проверки качества швейных изделий, по ГОСТ 12566 – оценку дефектов и принципы сортировки. Затем, пользуясь этими документами студенты осматривают по два швейных изделия, выданных для выполнения предыдущего задания; все обнаруженные при осмотре дефекты фиксируются в тетради, указывается их значимость и влияние на внешний вид, посадку на фигуре; по совокупности дефектов устанавливается сорт изделий.

Задание 4. Ознакомиться с гигиенической классификацией одежды, распределением одежды по классам, требованиям к ее санитарно-химическим и токсиколого-гигиеническим показателям. Задание выполняется путем изучения санитарно-эпидемиологических правил и нормативов СанПиН 2.4.7./1.1.1286-03

Вопросы для самопроверки:

1. Классификация швейных изделий.
2. Назовите признаки, характеризующие фасон швейного изделия.
3. Назовите признаки, характеризующие покрой швейного изделия.

4. Назовите объекты и методы контроля качества швейных изделий.
5. Порядок качественной приемки швейных изделий по ГОСТ 4103.
6. Признаки, определяющие посадку швейного изделия на фигуре.
7. Принципы сортировки швейных изделий.
8. Характеристика дефектов, недопустимых в сортовых швейных изделиях.
9. Гигиенические требования, предъявляемые к одежде для детей, подростков и взрослых.
10. Гигиеническая классификация одежды.

Лабораторная работа 13

Тема: Изучение ассортимента и качества трикотажных изделий.

Цель работы: ознакомиться с классификацией, ассортиментом и потребительскими свойствами трикотажных изделий; приобрести навыки экспертизы качества трикотажа.

Материальное обеспечение:

1. Образцы трикотажных изделий разного назначения;
2. ГОСТы на трикотажные изделия;

Практическая часть

Задание 1. Ознакомиться с классификацией, терминами и определениями, показателями качества трикотажных изделий. Задание выполняется с использованием ГОСТ 4.26, ГОСТ 17037 и учебной литературы. Результаты оформить в тетради письменно.

Задание 2. Изучить ассортимент и потребительские свойства трикотажных изделий разных групп (верхних, бельевых, спортивных, чулочно-носочных и др.).

Для выполнения этого задания каждый студент, используя ГОСТы на соответствующие изделия, осматривает не менее трёх образцов трикотажа (кулирного и основовязаного переплетений) разного половозрастного и целевого назначения; на предложенные изделия нужно составить товароведную характеристику, указав следующие сведения:

- вид (наименование) изделия, его половозрастное назначение, конструкция и особенности фасона (например, для изделий верхнего трикотажа - силуэт, форма, покрой, композиция деталей, цветовое решение);
- сырьевой состав изделия (с указанием вида волокна и структуры нитей), который следует определить с использованием известных методов;
- вид переплетения полотна.

По мере осмотра изделия в тетради даётся его подробное описание по вышеуказанным признакам и его полное торговое наименование.

Задание 3. Провести экспертизу качества трикотажных изделий.

Пользуясь ГОСТами на сортность трикотажных изделий и образцами изделий или полотен с пороками, изучить правила установления сортности трикотажа, виды пороков, их влияние на качество в зависимости от степени выраженности, размера и др.

Результаты оформить письменно в виде краткого конспекта.

Далее необходимо провести экспертизу качества трёх изделий. Для этого необходимо определить качество трикотажного полотна по наличию пороков нитей, вязания, отделке; определить качество изделия по наличию пороков, привести краткую характеристику осматриваемых изделий, отметив результаты по вышеприведённым признакам; описать обнаруженные пороки изделий и установить их сорт.

Задание 4. Решить ситуационные задачи на определение сорта трикотажных изделий. Условия задач даёт преподаватель.

Вопросы для самопроверки:

1. Пороки полотна, допустимые в трикотажных изделиях.
2. Допустимые пошивочные пороки трикотажных изделий.
3. Недопустимые пороки в верхних бельевых трикотажных изделиях.
4. В чем отличие в оценке пороков трикотажных изделий в зависимости от назначения?
5. Пороки, не учитываемые при контроле качества трикотажных изделий?
6. Недопустимые пороки в чулочно-носочных изделиях.
7. Количество пороков полотна и производственно- швейных, допустимое в верхних и бельевых трикотажных изделиях?

Лабораторная работа 14

Тема: Изучение ассортимента кожаной обуви

Цель работы: изучить признаки классификации ассортимента обуви, товароведные особенности каждой группы.

Материалы, необходимые для работы: обувь, каталоги, плакаты, прейскуранты.

Теоретическая часть

Основная функция обуви – защита ноги человека от неблагоприятного действия внешних факторов (влаги, грязи, низких и высоких температур, механических повреждений).

Стандартная терминология обуви закреплена в ГОСТ 23251-83 «Обувь. Термины и определения».

Обувь классифицируется по материалу верха:

- 1) из натуральной кожи;
- 2) из текстильных материалов;
- 3) из полимерных материалов и резины;
- 4) с комбинированным верхом;

По назначению обувь подразделяют на подгруппы:

- 1) повседневная;
- 2) модельная;
- 3) спортивная,
- 4) для активного отдыха;
- 5) ортопедическая и профилактическая;
- 6) специальная (для защиты от опасных воздействий, изготовлена с применением специальных материалов и деталей);
- 7) производственная (для общих работ, без применения специальных материалов и деталей);
- 8) домашняя;
- 9) дорожная (для кратковременной носки в дороге, имеет облегчённую конструкцию, без жёсткого задника и подноски, без основной стельки);
- 10) пляжная;
- 11) национальная
- 12) военная.

По половозрастному назначению обувь делят на группы:

- 1) мужская;
- 2) женская;
- 3) мальчиковая (для мальчиков 11-14 лет
- 4) девичья (для девочек 11-16 лет
- 5) школьная (для мальчиков и девочек 7-11 лет
- 6) дошкольная (для детей 5-7 лет);
- 7) малодетская (для детей 3-5 лет)
- 8) для детей ясельного возраста (от 1 до 3 лет)

9) пинетки (для детей до года)

10) для людей пожилого возраста.

Основным размерным признаком обуви является размер, дополнительным – полнота. Наиболее часто встречаются две системы обозначения размера обуви: метрическая и штихмассовая. По метрической системе размер обуви обозначается длиной стопы в миллиметрах с интервалом между смежными размерами в 5 мм (для юфтевой обуви – 7,5 мм). По штихмассовой системе размер обозначается числом, выражающим длину стельки внутри обуви, выраженную в единицах старой французской меры – штиха (1 штих равен $\frac{2}{3}$ см или 6,67 мм). Шкала номеров обуви начинается по этой системе номером 16 и заканчивается номером 47.

В зависимости от конструктивных особенностей обувь делят на виды и разновидности:

Сапоги (закрывают икру) и *полусапоги* (доходят до половины икры). Разновидностями являются *сапожки* и *полусапожки*. Отличаются от вышеназванных видов наличием разнообразных украшений и отделок, бывают с застёжкой, на шнурках, пряжках и т.п.

Ботинки (закрывают лодыжку и доходят до начала икры).

Полуботинки (закрывают тыльную поверхность стопы не менее чем на $\frac{1}{2}$ её длины, по высоте – не выше лодыжек). Ботинки и полуботинки имеют приспособления для закрепления на ноге.

Туфли (не полностью закрывают тыльную поверхность стопы, по высоте не выше лодыжек). В отличие от полуботинок туфли открывают поверхность стопы на $\frac{2}{3}$ – $\frac{3}{4}$ её длины.

Сандалии – обувь сандального метода крепления, без подкладки и основной стельки, с перфорацией и просечками, с черезподъёмными ремнями.

Сандалеты – летняя обувь, по высоте соответствует полуботинкам, но имеет разнообразные по форме и размерам просечки, перфорацию в заготовке.

Ремешковые туфли – туфли заготовка которых состоит из ремешков.

Кроме перечисленных признаков кожаную обувь подразделяют: по виду материала подошвы, по методам крепления низа, по высоте каблука (без каблука, низкий 5-25 мм, средний 26-45 мм; высокий 46-60 мм; особо высокий свыше 60 мм); по цвету наружных деталей верха (черная, коричне

вая, яркая, светлая, белая, многоцветная – двух и более цветов); по способу изготовления (механического или ручного производства); по фасонам (определяется формой и размерами носочной части, формой, высотой каблука); по моделям и др.

Конструкция обуви

Детали обуви в зависимости от места их расположения подразделяют на детали верха и низа; также выделяют наружные, внутренние и промежуточные детали.

Верхом обуви является часть расположенная над подошвой, закрывающая сбоку и сверху ступню и иногда ногу выше, в т.ч. голень и часть бедра. Верх обуви прикрепляется к подошве путём различных методов крепления, во многом определяющим долговечность обуви.

Низ обуви обращён при ношении к земле. Основными деталями низа являются подошва и каблук.

Конструкция разных видов и разновидностей обуви имеет свои особенности. Основные части обуви представлены на рис. 3.6, детали сапожек и ботинок представлены на рис. 1 – 4. Конструкция обуви и материалы, применяемые при её изготовлении, формируют комплекс свойств и являются идентифицирующими признаками.

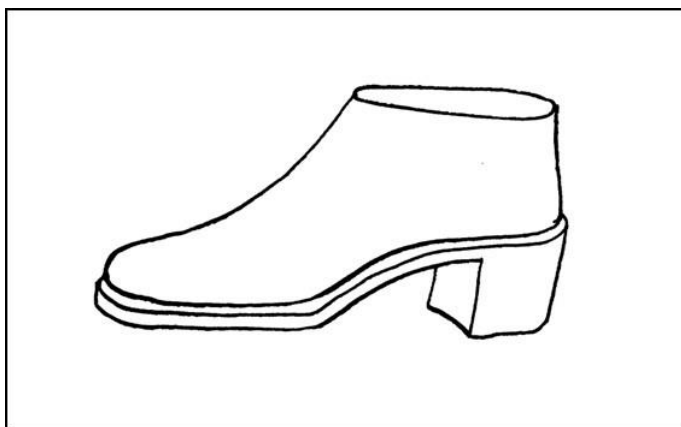


Рисунок 1 Части обуви

- 1 – носочная часть; 2 – носочно-пучковая часть;
 3 – геленочная часть;
 4 – пяточная часть; 5 – пяточно-геленочная часть

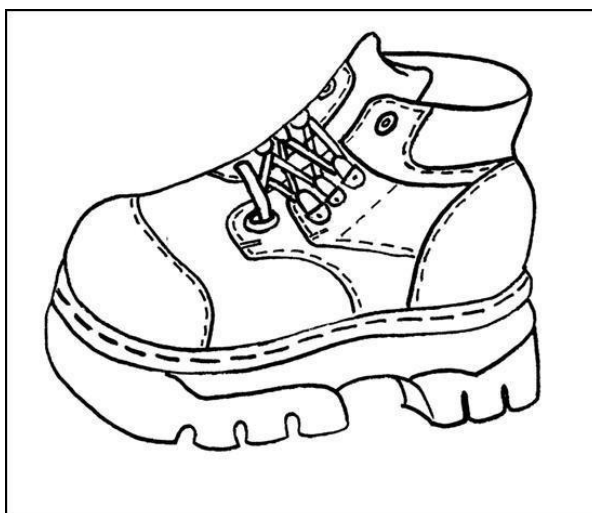


Рисунок 2 Конструкция ботинка

- 1 – отрезной носок; 2 – союзка; 3 – задинка; 4 – берца;
 5 – накладная деталь берца; 6 – язычок; 7 – мягкий кант;
 8 – фурнитура; 9 – закрепка; 10 – подошва.

Практическая часть

Задание 1. Познакомиться с признаками классификации обуви по стандартам и преЙскурантам: половозрастное назначение, вид обуви, группы обуви по материалам верха и конструкции заготовки, по материалам низа, по методам крепления подошвы, по высоте каблука, по цвету материалов верха, по способу и характеру производства и др.

Задание 2. Дать товароведную характеристику отдельных групп и видов обуви.

В каждой ассортиментной группе рассматривают обувь, обращая внимание на материалы, особенности конструкции, особенности свойств и назначение. Изучают отличительные особенности модельной и повседневной обуви, особенности обуви по группам условий ее эксплуатации. Результаты работы оформить в таблицу 1.

Таблица 1. Изучение ассортимента кожаной обуви

Вид и половозрастное назначение	Характер пошива	Описание модели	Материал подошвы, метод	Описание фасона	Материал верха

			крепления		

Контрольные вопросы:

1. Назовите основные виды сырья, используемые в производстве натуральных кож.
2. Перечислите основные способы дубления и их влияние на свойства кожи.
3. Дайте общую характеристику искусственным, синтетическим и композиционным козам, назовите их отличия.
4. По каким признакам классифицируется обувь?
5. Каков порядок определения материала верха обуви, состоящей из нескольких материалов?

Лабораторная работа 15

Тема: Анализ ассортимента пушно-меховых товаров

Цель работы: изучить ассортимент пушно-меховых товаров в торговых точках г. Владивостока

Объекты изучения: предприятия розничной торговли г. Владивостока

Наименование предприятия розничной торговли	Адрес
<u>Severina</u>	ул. Русская, 44
<u>Дипломат</u>	Уткинская ул., 15
<u>EXPO-FURS, меховая ярмарка</u>	ул. Русская, 44, 2 этаж
<u>Мир Меха</u>	Океанский пр., 16
<u>Роскошь меха</u>	ул. Русская 19в, ТЦ "Европейский", бутик
<u>Ромпа</u>	ул. Русская, д. 2к
<u>Айсберг</u>	Русская ул., 46, бутик 210, 2-й эт.

Практическая часть

Задание 1. Изучение ассортимента пушно-меховых товаров:

- 1) По половозрастному назначению:
- 2) По группам:
 - Верхняя одежда
 - Головные уборы
 - Женские уборы
 - Меховые детали для одежды с верхом из кожи, тканей (меховая часть одежды)
 - Бытовые меховые изделия
- 3) По видам пушно-меховых товаров:
- 4) По видам пушно-мехового полуфабриката

Задание 2. Построить структуру ассортимента пушно-меховых товаров в натуральном выражении по следующим признакам:

- 1) По половозрастному признаку
- 2) По группам:
- 3) По видам пушно-меховых товаров:
- 4) По видам пушно-мехового полуфабрикат
- 5) По стране происхождения товаров

Задание 3. Зарисовать товарный ярлык и ценник

Контрольные вопросы

1. Какие операции включает процесс выделки мехов? Охарактеризуйте их.
2. Охарактеризуйте операции крашения мехов.
3. Укажите пороки пушного сырья
4. Дайте общую характеристику одного из зимних видов пушнины: куницы, соболя, хоря, колонка, горноста, ласки, барсука, росомахи, норки, лисицы, корсака, волка, енотовидной собаки, медведя, рыси, зайцев, белки, бобра, ондатры
5. Дайте общую характеристику одного из летних видов пушнины: крысы водяной, хомяка, тушканчика, бурундука, суслика, сурка, крота

Лабораторная работа 16

Тема: Изучение ассортимента и определение качества игрушек.

Цель работы: изучение товароведных характеристик игрушек.

Пособия и материалы: образцы игрушек, стандарты и технические условия на игрушки.

Практическая часть

Задание № 1. Изучение классификации игрушек.

Подберите комплект образцов игрушек по материалу, из которого они изготовлены (металлические, пластмассовые, деревянные, резиновые, мягконабивные, керамические, настольно-печатные и елочные украшения) – 5 изделий.

Каждый образец игрушки рассмотрите с учетом педагогического назначения, возрастной группы, художественно-эстетического оформления, соответствия санитарным нормам.

Характеристику рассмотренных образцов игрушек запишите в табл. 1

Таблица 1 – Ассортиментная характеристика игрушек

№ п/п	Наименование игрушки	Педагогическое назначение	Возрастная группа	Материал	Способ изготовления	Конструкция		
						Озвученная	Динамическая	Разъемная

Задание № 2. Изучение требований, предъявляемых к игрушкам.

Используя стандарты ГОСТ Р 53906-2010 Игрушки. Общие требования безопасности и методы испытаний. Механические и физические свойства, ТР ТС 008/2011 О безопасности игрушек ознакомьтесь с требованиями, предъявляемыми к игрушкам.

Результаты занесите в таблицу 2

Таблица 2 – Требования, предъявляемые к игрушкам

Наименование игрушки	Требования предъявляемые к игрушкам					
	Материалы	Кромки	Крепежные детали, острые концы и	Конструкция	Назначение	Безопасность

			проволоки			

Задание № 3. Оценка качества игрушек

Оцените качество игрушек по каждому параметру (соответствие требований к конструкции, материалам, безопасности и т.д.). Установите какие дефекты не допускаются в игрушках (с учетом каждой группы). Результаты оформите в виде табл. 3
Таблица 3 – Результаты оценки качества игрушек

№ п/п	Наименование игрушки	Материал		Обнаруженные дефекты	Причина возникновения дефекта	Заключение о качестве
		основной	отделочный			

Задание № 4. Изучение требований к маркировке.

Задание № 5. Изучение требований к упаковке.

Задание № 6. Изучение требований к транспортированию и хранению.

Контрольные вопросы:

1. Значение игрушек для воспитания детей.
2. Классификация игрушек по возрасту.
3. Требования, предъявляемые к качеству игрушек.
4. Требования маркировки, упаковки, транспортирования и хранения.

5.5 Примеры расчетно-графических работ

Расчетно-графическая работа 1

Тема: Построение структуры ассортимента торгового предприятия

Цель работы: изучить ассортимент товаров, реализуемых в розничных торговых точках г. Владивостока, построить структуру ассортимента

Объекты изучения: розничная торговая сеть г. Владивостока

Сеть	Адрес
Домовид	1 Русская ул., 66, Владивосток 2 ул. Полетаева, 6, микрорайон Седанка, Владивосток 3 Посьетская ул., 19, Владивосток 4 Луговая ул., 18, Владивосток 5 просп. Красного Знамени, 59, Владивосток 6 просп. 100-летия Владивостока, 57И, Владивосток 7 г. Владивосток Днепровская ул., 27 8 г. Владивосток ул. Адмирала Фокина, 3

	9 г. Владивосток ул. Адмирала Юмашева, 19
Зелёный остров	1 г. Владивосток район "Вторая речка", ул. Русская, 94а 2 г. Владивосток район "Снеговая падь", ул. Анны Щетининой, 2 1 2-й этаж 3 г. Владивосток район "Центр", ул. Светланская, 106 ТЦ "Авангард", 4-й этаж 4 г. Владивосток район "Чуркин", ул. Калинина, 275а 5 г. Артём, ул. Кирова, 191 БЦ "Сангурай"
Чудодей	1. г. Владивосток, пр-т 100-летия Владивостоку, 57и (за ТЦ "Максим"). 2. г. Владивосток, пр-т Красного Знамени, 59, ост. Гоголя, здание "Промстройниипроект" 3. г. Владивосток, пр-т Острякова, 13, ТЦ "Первореченский", 2 этаж 4. г. Владивосток, ул. Алеутская 25/27, ТЦ "Алеутский" 5. г. Владивосток, ул. Калинина, 275а, ТЦ "Зеленый остров", 3 этаж. 6. г. Владивосток, ул. Крыгина, 15а, ТЦ "Маяк"

Теоретическая часть

Ассортимент товаров - набор товаров, формируемый по определенным признакам и удовлетворяющий разнообразные, аналогичные и индивидуальные потребности.

Ассортимент потребительских товаров подразделяется:

- на группы – по месту нахождения,
- на подгруппы – по широте охвата товаров,
- на виды - по степени удовлетворения потребностей,
- на разновидности – по характеру потребностей.

По месту нахождения товаров различают ассортимент промышленный и торговый.

• Промышленный (производственный) ассортимент - набор товаров, выпускаемых изготовителем исходя из его производственных возможностей.

Промышленный ассортимент товаров разных организаций – изготовителей, в том числе и предприятий общественного питания, независимо от формы собственности должен быть согласован с санитарными органами Министерства здравоохранения России.

• Торговый ассортимент – набор товаров формируемый организацией торговли или предприятиями общественного питания с учетом ее специализации, потребительского спроса и материально - технической базы.

В отличие от промышленного торговый ассортимент включает, как правило товары разных изготовителей. Исключения составляют фирменные магазины

В зависимости от широты охвата товаров различают следующие виды ассортимента: простой, сложный, групповой, развернутый, сопутствующий, смешанный.

• Простой ассортимент - набор товаров, представленный небольшим количеством групп, видов и наименований, которые удовлетворяют ограниченное число потребностей.

• Сложный ассортимент – набор товаров, представленный значительным количеством групп, видов, разновидностей и наименований товаров, которые удовлетворяют разнообразные потребности в товарах.

• Групповой ассортимент – набор однородных товаров, объединенных общностью признаков и удовлетворяющих аналогичные потребности.

• Видовой ассортимент – набор товаров различных видов и наименований, удовлетворяющий аналогичные потребности.

• Марочный ассортимент – набор товаров одного вида, марочных наименований или относящихся к группе марочных.

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

- Сопутствующий ассортимент – набор товаров, которые выполняют вспомогательные функции и не относятся к основным для данной организации.

- Смешанный ассортимент – набор товаров разных групп, видов, наименований, отличающихся большим разнообразием функционального назначения.

По степени удовлетворения потребностей различают рациональный и оптимальный ассортимент.

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

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

В зависимости от характера потребностей ассортимент может быть реальным, прогнозируемым, учебным.

- Реальный ассортимент – действительный набор товара, имеющийся в конкретной организации изготовителя и продавца.

- Прогнозируемый ассортимент – набор товаров, который должен будет удовлетворять предполагаемые потребности.

- Учебный ассортимент – перечень товаров, систематизированный по определенным научно обоснованным признакам для достижения обучающих целей.

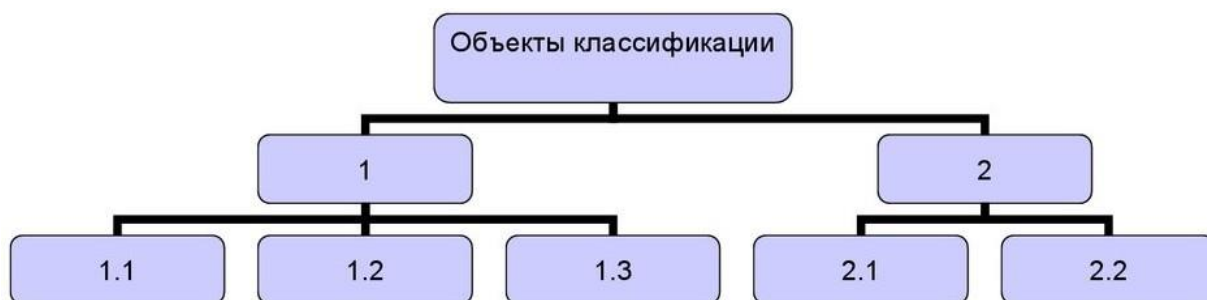
Практическая часть

Задание 1. Изучить ассортимент товаров, реализуемых предприятием розничной торговли, охарактеризовать ассортимент по классификационным признакам. По результатам оформить таблицу 1. Ответы аргументировать.

Таблица 1 – Характеристика ассортимента товаров, реализуемых (указать наименование магазина)

Наименование магазина	Характеристики ассортимента			
	по месту нахождения	по широте охвата товаров	по степени удовлетворения потребностей	по характеру потребностей

Задание 2. Построить иерархическую схему классификации товаров однородных и разнородных групп, реализуемых торговым предприятием



Задание 3. Построить структуру ассортимента по группам товаров в натуральном выражении (таблица 2)

Таблица 2 – Структура ассортимента товаров, реализуемых (указать наименование магазина)

Группа товара	Количество разновидностей (моделей, модификаций)	Средняя цена, руб	Относительные показатели структуры ассортимента (%) в натуральном выражении

Задание 4. По результатам таблицы 2 построить диаграмму удельной доли каждой группы товаров в общем, наборе.

Контрольные вопросы

1. Определите понятия «ассортимент», «сортамент» и «торговая номенклатура», укажите различия между ними.
2. Укажите факторы формирования ассортимента товаров.
3. Что такое ассортиментная политика и ее основные направления?

Расчетно-графическая работа 2

Тема: Расчет показателей ассортимента

Цель работы: изучить методы расчета показателей ассортимента, рассчитать показатели ассортимента и составить структуру ассортимента по выбранным показателям для торгового предприятия.

Теоретическая часть

Одной из важнейших характеристик товаров является ассортиментная, которая определяет принципиальные различия между товарами разных видов и наименований.

При формировании ассортимента осуществляется регулирование комплекса свойств и показателей ассортимента, что требует понимание их сути и знания номенклатуры свойств и показателей ассортимента. Система показателей позволяет описать состояние и развитие ассортимента в математической форме, что упрощает задачу целеполагания и управления ассортиментом.

На сегодняшний момент существует несколько подходов (методик) к расчету показателей ассортимента. В табл.1 представлены следующие определения показателей ассортимента.

Таблица 1 - Характеристика показателей ассортимента

Показатели ассортимента	Николаева М.А	Е.Ю.Райкова, Ю.В.Додонкин	Н.С. Алексеев, Ш.К. Ганцов, Г.И. Кутянин,
Широта	Количество видов, наименований и разновидностей товаров однородных и разнородных групп	Количество товарных групп	Количество группировок низшего структурного уровня, входящих в классификационную группировку
Полнота	Способность набора товаров однородной группы удовлетворять одинаковые потребности	Соответствие фактического наличия видов товаров разработанному ассортиментному перечню и	Общее количество классификационных группировок

		существующим потребностям	
Глубина	Количество торговых марок товаров одного вида и/или их модификаций и/или товарных артикулов	Число разновидностей товаров по каждому наименованию	Общее количество товарных позиций
Устойчивость	Способность набора товаров удовлетворять спрос на один и те же товары	Постоянное наличие товара соответствующего вида (разновидности) в продаже	Изменение основных показателей и характеристик ассортимента во времени
Новизна (обновляемость)	Способность набора товаров удовлетворять изменившиеся потребности за счет новых товаров	Появление новых разновидностей товаров за определенный период времени	Количество новых товарных позиций в структуре ассортимента

В табл. 2, 3, 4, 5, 6 представлены различные подходы к расчету показателей ассортимента.

Таблица 2 - Расчет показателя широты ассортимента

Источники	Расчет показателя
Николаева М.А	$K_u = \frac{Ш_д}{Ш_б} \times 100\%$ <p>Ш – показатель широты Ш_д – действительный Ш_б – базовый К_ш – коэффициент широты</p>
Е.Ю.Райкова, Ю.В.Додонкин	$K_u = \frac{Г_ф}{Г_н}$ <p>Г_ф – фактическое количество групп товаров, имеющих в продаже Г_н – общее количество групп товаров</p>
Н.С. Алексеев, Ш.К. Ганцов, Г.И. Кутянин	$Ш_{Ai} = \sum_{f=1}^F A_{if}$ <p>Ш_A – широта ассортимента i-той товарной группы A_{if} – товарные подгруппы</p>

Таблица 3 - Расчет показателя полноты ассортимента

Источники	Расчет показателя
Николаева М.А	$K_{п} = \frac{П_д}{П_б} \times 100\%$ <p>П – показатель полноты К_п – коэффициент полноты П_д – действительный П_б – базовый</p>

Е.Ю.Райкова, Ю.В.Додонкин	$K = \frac{B_{\phi}}{B_n}$ <p>B_{ϕ} – фактическое количество видов товаров, имеющих в продаже B_n – количество видов предусмотренное ассортиментным перечнем</p>
Н.С. Алексеев, Ш.К. Ганцов, Г.И. Кутянин	$P_A = \sum_{i=1}^I \sum_{f=1}^F \sum_{h=1}^H \sum_{r=1}^R \sum_{g=1}^G \sum_{j=1}^J A_{ifhrj}$ <p>P_A – полнота ассортимента $\sum_{i=1}^I \sum_{f=1}^F \sum_{h=1}^H \sum_{r=1}^R \sum_{g=1}^G \sum_{j=1}^J A_{ifhrj}$ – ширина ассортимента A_{ifhrj} – классификационные группировки</p>

Таблица 4 - Расчет показателя глубины ассортимента

Источники	Расчет показателя
Николаева М.А	$K_{\Gamma} = \frac{\Gamma_{л\delta}}{\Gamma_{лб}} \times 100\%$ <p>$\Gamma_{л}$ – показатель глубины $\Gamma_{л\delta}$ – действительный $\Gamma_{лб}$ – базовый K_{Γ} – коэффициент глубины</p>
Е.Ю.Райкова, Ю.В.Додонкин	$K_{\Gamma} = \frac{P_{\phi}}{P_n}$ <p>P_{ϕ} – фактическое количество разновидностей товаров, имеющих в продаже P_n – количество разновидностей, предусмотренное ассортиментным перечнем</p>
Н.С. Алексеев, Ш.К. Ганцов, Г.И. Кутянин	$\Gamma_A = \sum_{i,f,h,r,g,j=1}^{I,F,H,R,G,J} A_{ifhrj}$ <p>Γ_A – глубина ассортимента $I, F, H, R, G, J, i, f, h, r, g, j$ – товарные позиции</p>

Таблица 5 - Расчет показателя устойчивости ассортимента

Источники	Расчет показателя
Николаева М.А	$K_y = \frac{Y}{\sum_{\phi} \theta} \times 100\%$ <p>K_y – коэффициент устойчивости Y – показатель устойчивости</p>
Е.Ю.Райкова, Ю.В.Додонкин	$K_y = (P_{\phi 1} + P_{\phi 2} + \dots + P_{\phi n}) / (P_n \times n)$ <p>$P_{\phi 1}, P_{\phi 2}, P_{\phi n}$ – фактическое количество разновидностей товаров на момент отдельных проверок P_n – количество разновидностей товаров, предусмотренное ассортиментным перечнем n – количество проверок</p>
Н.С. Алексеев, Ш.К. Ганцов, Г.И. Кутянин	$Y_{уст \sum} = (\sum_A^{(t)} - \sum_A^{(t-1)}) / \sum_A^{(t)}$ <p>$Y_{уст \sum}$ – устойчивость широты ассортимента \sum – показатель широты ассортимента $\sum^{(t)} - \sum^{(t-1)}$ – разность между сравниваемым значением показателя, полученном в t-м периоде и предшествующим</p>

	ему значением показателя Ш ^(t⁰) – значение показателя, принятого за постоянную базу
--	--

Таблица 6 - Расчет показателя новизны ассортимента

Источники	Расчет показателя
Николаева М.А	$K_H = \frac{H}{Ш_d} \times 100\%$ <p>К_H – коэффициент новизны H – показатель новизны</p>
Е.Ю.Райкова, Ю.В.Додонкин	$K_H = \frac{P_H}{P_\phi}$ <p>P_H – количество новых разновидностей товаров, появившихся в момент проверки P_φ – количество разновидностей</p>
Н.С. Алексеев, Ш.К. Ганцов, Г.И. Кутянин	$Об = \sum_{i,f,h,r,g,j=1}^{I,F,H,R,G,J} A^{ifhrgj,t^2} + \sum_{i,f,h,r,g,j=1}^{I,F,H,R,G,J} A^{ifhrgj,t^1} + \sum_{i,f,h,r,g,j=1}^{I,F,H,R,G,J} A^{ifhrgj,t^2(исключ)} $ <p>Оба – обновляемость ассортимента A^{t²}, A^{t¹} – новые товарные позиции в структуре ассортимента</p>

Согласно принципам расчетов, представленным в табл. 2, 3, 4, 5, 6 наглядно видно, что показатели имеют разные единицы измерения. У М.А Николаевой показатели рассчитываются в %, у Е.Ю. Райковой и Ю.В. Додонкина – в относительных единицах, а у Н.С. Алексеева, Ш.К. Ганцова и Г.И. Кутянина – в количестве товарных позиций.

Практическая часть

Задание 1. Изучить ассортиментный перечень (прайс-листы) продукции реализуемой (выпускаемой) данным предприятием

Задание 2. Охарактеризовать ассортимент предприятия по месту нахождения товаров, широте и глубине охвата товаров, степени удовлетворения потребностей и характеру потребностей.

Задание 3. Рассчитать показатели ассортимента: коэффициент широты, коэффициент полноты, коэффициент глубины, устойчивости и новизны. Расчет показателей ассортимента ведется на основе количества ассортиментных единиц реализуемых (выпускаемых) данным предприятием или представленных в ассортиментном перечне или прайс-листе. При расчете показателей полноты и глубины ассортимента необходимо указывать название однородной группы или вида товаров.

Для получения реального значения коэффициента устойчивости ассортимента необходимо провести несколько проверок (с интервалом неделя, декада, месяц) по выявлению фактического количества групп товаров, имеющих в продаже.

По каждому полученному показателю необходимо сделать вывод о влиянии его на коммерческую деятельность предприятия и дать рекомендации по управлению ассортиментом.

Задание 4 - Рассчитать структуру ассортимента в натуральном и денежном выражении по следующим показателям: группы товаров, назначение, страна происхождения, фирма изготовитель, материалы, применяемые для изготовления и т.п. По показателям натурального и денежного выражения ассортимента требуется построить круговые диаграммы, используя MSExcel «мастер диаграмм». По диаграммам сделать выводы об экономической выгоде предприятия в случае преобладания дорогих или дешевых товаров и распределении складских площадей и площадей для выкладки товаров.

Расчетно-графическая работа 3 Исследование ассортимента методом ABC

Цель работы: приобретение практических навыков проведения анализа ассортимента на основе ABC-анализа.

Условия и исходные данные. В целях укрепления позиций на рынке руководство торговой организации приняло решение оптимизировать товарный ассортимент и выделить приоритетные направления развития.

Торговый ассортимент торгового предприятия, годовые и квартальные объемы продаж по отдельным позициям представлены в таблице.

ABC-анализ ассортимента – это метод, позволяющий классифицировать ассортиментные позиции по степени их важности в ассортименте. В его основе лежит принцип Парето, продукция разделяется на категории А, В и С, составляющие в структуре продаж 80, 15 и 5%, соответственно метод предполагает различные подходы к управлению этими категориями ассортиментных позиций. Позиции в категории А несомненно стоит оставить в ассортименте, а вот ассортиментные позиции категории В и особенно С должны быть тщательно проанализированы на предмет того, стоит их оставить в ассортименте или же исключить.

1 группа А – самые важные ресурсы, локомотивы компании, приносят максимальную прибыль или продажи. Компания будет нести большие потери при резком снижении эффективности данной группы ресурсов.

Ресурсы группы А должны жестко контролироваться, четко прогнозироваться, часто мониториться, быть максимально конкурентоспособными и не терять свои сильные стороны. На данную группу ресурсов должны быть выделены максимальные инвестиции, лучшие ресурсы. Успехи группы А должны быть проанализированы и максимально транслироваться на другие категории.

2 группа В – группа ресурсов, которые обеспечивают хорошие стабильные продажи/прибыль компании.

Данные ресурсы также важны для компании, но могут модернизироваться более спокойными и умеренными темпами. Данные ресурсы обычно являются «дойными коровами», относительно стабильны в краткосрочной перспективе. Инвестиции в данный вид ресурсов компании не значительны и необходимы только для поддержания существующего уровня.

3 группа С – наименее важная группа в компании. К такой группе могут относиться: ресурсы, от которых необходимо избавляться, которые необходимо изменять, улучшать.

При анализе данной группы необходимо быть очень внимательным и в первую очередь понять причину низкого вклада.

Например при анализе ассортимента товаров и услуг могут быть следующие варианты попадания товара в группу С:

- товар не востребован покупателем, не продается и имеет низкую ликвидность в сравнении с другим ассортиментом. В таком случае он должен быть снят с производства или улучшен;

- товар только выпущен, находится на стадии внедрения на рынок, его продажи имеют положительную динамику продаж;

- продажи, которые показывает товар — максимальные, но он является стратегически важным для компании, так как удовлетворяет потребности отдельного рынка (возможно, более маленького), не канибализирует основной ассортимент, подчеркивает позиционирование марки и т.д.

Таблица 1 - Уровень продаж товаров по группам за 2016-2018 гг.

Группы товаров	Реализация, шт.			Сумма реализации (руб.)		
	2016г.	2017г.	2018г.	2016г.	2017г.	2018г.
1	2	3	4	5	6	7
1. Стиральный порошок – 450 г.	180	220	195	6300	7700	6825

2.Жидкий стиральный порошок – 1 л	99	118	154	8910	10620	13860
3. Кондиционер д/белья – 1л	68	49	57	3400	2450	2850
4.Пасты	164	175	258	7380	7875	11610
5. Гели	97	115	132	4850	5110	5620
6.Порошки	94	99	117	4230	4500	4900
7.Сред-ва д/мытья посуды	150	169	174	6000	6760	6930
8. Отбеливатель хлорный	117	104	95	8190	7280	6650
9. Отбеливатель кислородный	115	107	132	9200	8560	10560
10. Шампунь	180	230	320	14400	18400	25600
11. Бальзам	180	279	332	16200	25110	29880
12. Маска	110	156	198	10230	14508	18414
13. Шампунь д/детей	220	265	270	9900	11925	12150
14. Гель д/душа	180	184	194	14400	14720	15530
15. Жидкое мыло	190	192	197	15200	15360	15760
16. Пена д/ванн	110	129	149	12100	14190	16390
17. Соль д/ванн	117	93	110	8658	6882	8140
18. Гель-скраб	89	102	117	10235	11730	13455
19. молочко для снятия макияжа	1900	1920	1970	152000	153600	157600
20. Тоник для лица	110	156	198	10230	14508	18414
21.Гель д/умывания	1100	1290	1490	139430	148355	187300
22. Скраб для лица	483	519	569	71057	74905	83437
23. Пилинг д/лица	89	113	117	10324	12769	13221
24.Маска д/лица	591	764	715	101778	124174	122540
25.Крема д/лица	2091	3242	3118	421172	662648	679234
26.Крема вокруг глаз	1273	1903	1750	375119	597531	525688
27. Крем д/тела	95	143	156	11400	17160	18720
28. Лосьон д/тела	92	98	103	11040	11760	12360
29.Молочко д/тела	110	87	143	13200	10440	17160
30.Скраб д/тела	78	67	92	8970	7705	10580
31. Маска д/тела	83	65	85	11869	9295	12155
32. Крем д/рук	178	210	250	6230	7350	8750
33. Крем д/ног	200	210	227	9000	9450	10215
34. Универсальный крем	88	156	233	5720	10140	15145
35.Депиляционный крем	155	158	189	27900	28440	34020

Далее приведена общая методика и пояснения на примере анализа ассортимента. Выбрать цель анализа. Например: оптимизация ассортимента.

1. Выбрать объект анализа. Товары или товарные группы.
2. Выбрать параметр (числовую характеристику) по которому будем производить разбиение на группы. Выручка.(Реализация товаров в штуках)
3. Отсортировать список по параметру в порядке убывания. Расположить товары в порядке убывания выручки.
4. Подсчитать общую сумму параметра по списку. Сумма выручки по всем товарам списка.

Вычислить долю параметра каждой позиции списка в общей сумме по формуле:

$$(\text{Выручка по товару}) / (\text{сумма выручки}) \times 100\%, \quad (1)$$

5. Вычислить для каждой позиции списка долю с нарастающим итогом.
6. Найти позицию списка, в которой доля нарастающим итогом ближе всего к 80%. Это будет нижняя граница группы А. Верхняя граница группы А – первая позиция в списке.

7. Найти позицию списка, в которой доля нарастающим итогом ближе всего к 95% (80%+15%) . Это будет нижняя граница группы В.
8. Все, что ниже - группа С.
9. Подсчитать количество позиций списка в каждой группе. Число наименований товаров в каждой группе.
10. Подсчитать общее количество позиций списка. Общее число наименований товаров.
11. Подсчитать долю количества позиций в каждой группе от общего количества. (Число товаров в группе) /(общее число товаров)*100%.
12. Сравнить получившиеся значения с рекомендуемыми.
13. Построить диаграмму Парето
14. Сделать выводы по группам А, Б, С.
15. Также самое сделать по «Сумме реализации в рублях»

Результаты анализа АВС, позволят рекомендовать для отдельных продуктов торгового предприятия степень контроля за потребностями в продукции и возможности точного прогнозирования спроса (таблица 2).

Таблица 2 Исходные данные для проведения анализа АВС

№ по позиции	Наименование продукта	Реализация за период			Удельная доля	Доля с накопительным итогом	Группа

Расчетно-графическая работа 4

Тема: Анализ ассортимента на основе XYZ-анализа и совмещенного АВС-XYZ-анализа

Цель работы: приобретение практических навыков проведения комплексного анализа ассортимента на основе совмещенного АВС-анализа и XYZ-анализа.

XYZ-анализ позволяет произвести классификацию ресурсов компании в зависимости от характера их потребления и точности прогнозирования изменений в их потребности в течение определенного временного цикла.

Есть несколько разновидностей XYZ-анализа, например анализ плановых данных с фактическими, что дает более точный % отклонения от прогноза. Очень часто XYZ-анализ проводят совместно с АВС-анализом позволяя выделять более точные группы, относительно их свойств.

Алгоритм проведения можно представить в четырех этапах:

1. Определение коэффициентов вариации для анализируемых ресурсов;

Реальное значение коэффициента вариации для разных групп может отличаться по следующим причинам: сезонность продаж; тренд; акции; дефицит и т.д.

Коэффициент вариации - это отношение среднеквадратичного отклонения к среднеарифметическому значению измеряемых значений ресурса и рассчитывается по формулам:

$$V = \frac{\sigma}{\bar{x}}, \quad (1)$$

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n}}, \quad (2)$$

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}, \quad (3)$$

где V - коэффициент вариации;
 σ - среднеквадратичное отклонение;
 \bar{x} - среднеарифметическое;
 x_i - i -тое значение статистического ряда;
 n - количество значений в статическом ряду.

Смысл коэффициента вариации заключается в оценке процентного отклонения объема продаж от среднего значения. Чем больше показатель вариации, тем менее устойчив объем продаж данного вида товара.

№ поставщика	Наименование поставщика	Объем продаж за январь	Объем продаж за февраль	Объем продаж за март	ИТОГО за 1 квартал	Среднее значение
ВСЕГО по поставщикам		38 519 083	42 453 248	49 228 309	130 200 640	43 400 213
1	Поставщик 1	76 386	113 454	97 262	287 102	95 701
2	Поставщик 2	40 666	53 960	68 855	163 481	54 494
3	Поставщик 3	20 662	21 614	60 892	103 168	34 389
4	Поставщик 4	93 630	79 715	123 497	296 842	98 947

Рисунок 1 – Расчет среднеарифметического значения

№ поставщика	Наименование поставщика	Объем продаж за январь	Объем продаж за февраль	Объем продаж за март	ИТОГО за 1 квартал	Среднее значение	Значение подкоренного выражения
ВСЕГО по поставщикам		38 519 083	42 453 248	49 228 309	130 200 640	43 400 213	1 вариант рас
1	Поставщик 1	76 386	113 454	97 262	287 102	95 701	230227872,5
2	Поставщик 2	40 666	53 960	68 855	163 481	54 494	132577105,4
3	Поставщик 3	20 662	21 614	60 892	103 168	34 389	351351713,6
4	Поставщик 4	93 630	79 715	123 497	296 842	98 947	333613124,6

Рисунок 2 – Расчет подкоренного выражения среднеквадратичного отклонения

№ поставщика	Наименование поставщика	Объем продаж за январь	Объем продаж за февраль	Объем продаж за март	ИТОГО за 1 квартал	Среднее значение	Значение подкоренного выражения	Коэффициент относительной вариации
ВСЕГО по поставщикам		38 519 083	42 453 248	49 228 309	130 200 640	43 400 213	1 вариант расчета	
1	Поставщик 1	76 386	113 454	97 262	287 102	95 701	230227872,5	16%
2	Поставщик 2	40 666	53 960	68 855	163 481	54 494	132577105,4	21%
3	Поставщик 3	20 662	21 614	60 892	103 168	34 389	351351713,6	55%
4	Поставщик 4	93 630	79 715	123 497	296 842	98 947	333613124,6	18%

Рисунок 3 – расчет коэффициента вариации

2. Группировка ресурсов в соответствии с возрастанием коэффициента вариации;

На втором этапе производится сортировка ассортимента продукции по значению коэффициента вариации и классификация товаров по трем группам – XYZ на основе значений коэффициента вариации

Графическое представление результатов анализа.

Категория X - ресурсы характеризуются стабильной величиной потребления, незначительными колебаниями в их расходе и высокой точностью прогноза. Значение коэффициента вариации находится в интервале от 0 до 10%.

Категория Y - ресурсы характеризуются известными тенденциями определения потребности в них (например, сезонными колебаниями) и средними возможностями их прогнозирования. Значение коэффициента вариации - от 10 до 25%.

Категория Z - потребление ресурсов нерегулярно, какие-либо тенденции отсутствуют, точность прогнозирования невысокая. Значение коэффициента вариации - свыше 25%.

3. Распределение по категориям X, Y, Z.

Наименование поставщика	ИТОГО за 1 квартал	Среднее значение	Значение подкоренного выражения	Коэффициент относительной вариации	
ВСЕГО по поставщикам	130 200 640	43 400 213	1 вариант расчета		
Поставщик 147	198 126	66 042	32759987,64	9%	x
Поставщик 106	508 879	169 626	222137666	9%	x
Поставщик 169	4 476 041	1 492 014	17744995888	9%	x
Поставщик 86	2 503 876	834 625	5575541853	9%	x
Поставщик 69	84 269	28 090	6541729,556	9%	x
Поставщик 57	2 483 979	827 993	5740285905	9%	x
Поставщик 139	37 565	12 522	1395034,88	9%	x
Поставщик 56	2 805 635	935 212	8023276129	10%	x
Поставщик 17	449 641	149 880	234814132,9	10%	y
Поставщик 5	786 735	262 245	752433988,3	10%	y
Поставщик 124	340 971	113 657	141848566,7	10%	y
Поставщик 37	114 829	38 276	16144418,16	10%	y
Поставщик 95	255 447	85 149	88900785,25	11%	y
Поставщик 8	34 931	11 644	1737671,647	11%	y
Поставщик 136	789 011	263 004	921961381,3	12%	y
Поставщик 36	634 229	211 410	626217352	12%	v

Наименование поставщика	ИТОГО за 1 квартал	Среднее значение	Значение подкоренного выражения	Коэффициент относительной вариации	
ВСЕГО по поставщикам	130 200 640	43 400 213	1 вариант расчета		
Поставщик 48	2 289 772	763 257	30172048341	23%	y
Поставщик 25	1 325 902	441 967	10516341784	23%	y
Поставщик 51	324 078	108 026	648929355,8	24%	y
Поставщик 164	97 932	32 644	59938791,6	24%	y
Поставщик 125	448 046	149 349	1286751480	24%	y
Поставщик 23	100 509	33 503	71088584,67	25%	z
Поставщик 32	62 161	20 720	27561661,05	25%	z
Поставщик 162	105 377	35 126	79329213,82	25%	z
Поставщик 82	53 448	17 816	20705981,4	26%	z
Поставщик 7	409 360	136 453	1221747727	26%	z
Поставщик 30	27 210	9 070	5453866,667	26%	z

Рисунок 4 – Распределение объектов по категориям X, Y, Z.

4. Совместить результаты ABC- и XYZ-анализа

В	С	Д	Е	Ф	Г	Н	И	Ж	К
Наименование поставщика	Объем продаж за январь	Объем продаж за февраль	Объем продаж за март	ИТОГО за 1 квартал	Доля в обороте	Доля в обороте с накопительным итогом	ABC группа	XYZ группа	Совмещение
ВСЕГО по поставщикам	38 519 083	42 453 248	49 228 309	130 200 640	100,0%				
Поставщик 157	50 534	86 323	100 744	237 601	0,2%	95,2%	С	З	СЗ
Поставщик 158	29 551	38 773	40 255	108 579	0,1%	98,0%	С	У	СУ
Поставщик 159	64 960	49 403	66 121	180 484	0,1%	96,7%	С	У	СУ
Поставщик 160	510 698	559 327	535 768	1 605 792	1,2%	64,4%	В	Х	ВХ
Поставщик 161	179 494	192 062	259 795	631 351	0,5%	84,9%	С	У	СУ
Поставщик 162	45 471	23 730	36 176	105 377	0,1%	98,0%	С	З	СЗ
Поставщик 163	434 473	392 289	587 328	1 414 090	1,1%	67,8%	В	У	ВУ
Поставщик 164	24 127	42 861	30 944	97 932	0,1%	98,4%	С	У	СУ
Поставщик 165	574 426	416 326	593 276	1 584 028	1,2%	65,6%	В	У	ВУ
Поставщик 166	19 851	25 914	47 817	93 581	0,1%	98,4%	С	З	СЗ
Поставщик 167	10 141	25 913	18 864	54 918	0,0%	99,6%	С	З	СЗ
Поставщик 168	1 250 507	1 368 457	1 256 954	3 875 918	3,0%	26,9%	А	Х	АХ
Поставщик 169	1 365 045	1 434 971	1 676 025	4 476 041	3,4%	17,4%	А	Х	АХ

Рисунок 5 – Совмещение ABC- и XYZ-анализа

Построить матрицу ABC-XYZ-анализа, сделать предложения по оптимизации товарного ассортимента предприятия и прогнозированию спроса (табл. 1).

Таблица 1 - Комбинирование ABC- анализа и XYZ-анализа

АХ	АУ	АЗ
ВХ	ВУ	ВЗ
СХ	СУ	СЗ

	Х	У	З	
АА	ААХ	ААУ	ААЗ	Товары-лидеры
АВ	АВХ	АВУ	АВЗ	Обратить внимание!
ВА	ВАХ	ВАУ	ВАЗ	Товары-аутсайдеры
АС	АСХ	АСУ	АСЗ	Товары-среднячки
ВВ	ВВХ	ВВУ	ВВЗ	
СА	САХ	САУ	САЗ	
ВС	ВСХ	ВСУ	ВСЗ	
СВ	СВХ	СВУ	СВЗ	
СС	ССХ	ССУ	ССЗ	

Цель работы: провести анализ ассортимента, построить матрицу БКГ, разработать рекомендации по совершенствованию ассортиментной политики предприятия

Теоретическая часть

Матрица БКГ (BCG Matrix) – инструмент стратегического портфельного анализа положения на рынке товаров, компаний и подразделений исходя из их рыночного роста и занимаемой доли на рынке. Такой инструмент, как матрица БКГ находит в настоящее время широкое применение и в менеджменте, и в маркетинге, и в других сферах экономики (и не только). Матрица БКГ была разработана экспертами Бостонской консалтинговой группы («Boston Consulting Group»), занимающейся управленческим консалтингом, в конце 1960-х годов, под руководством Брюса Хендерсона. Именно этой компании матрица обязана своим названием. Кроме того, матрица Бостонской Консалтинговой Группы стала одним из первых инструментов портфельного анализа.

Для чего нужна матрица БКГ компании? Являясь простым, но эффективным инструментом, она позволяет выявить наиболее перспективные и, напротив, самые «слабые» продукты или подразделения предприятия. Построив матрицу БКГ, менеджер или маркетолог получает наглядную картину, на основе которой он может принять решение о том, какие товары (подразделения, ассортиментные группы) стоит развивать и беречь, а какие следует ликвидировать.

В графическом плане матрица БКГ представляет собой две оси и четыре квадратных сектора, заключенных между ними.

Преимущества матрицы БКГ:

- продуманная теоретическая основа (вертикальной оси соответствует жизненный цикл товара, горизонтальной – эффект масштаба производства);
- объективность оцениваемых параметров (темп роста рынка, относительная доля рынка);
- простота построения;
- наглядность и понятность;
- большое внимание уделяется денежным потокам;

Недостатки матрицы БКГ:

- трудно четко определить долю рынка;
- оцениваются только два фактора, тогда как другие не менее важные упускаются из рассмотрения;
- не все ситуации можно описать в рамках 4-х исследуемых групп;
- не работает при анализе отраслей с низким уровнем конкуренции;
- почти не учитывается динамика показателей, тренды;
- матрица БКГ позволяет выработать стратегические решения, но ничего не говорит о тактических моментах в реализации этих стратегий.

Практическая часть

1. Сбор исходных данных.

Первым делом необходимо составить список тех товаров, подразделений или компаний, которые будут анализироваться с помощью матрицы БКГ. Затем для них нужно собрать данные по объемам продаж и/или прибыли за некоторый период (допустим, за прошедший год). Кроме того, понадобятся аналогичные данные по продажам ключевого конкурента (или ряда крупнейших конкурентов). Для удобства, данные желательно представить в форме таблицы. Так их будет легче обрабатывать. Первым делом необходимо собрать все исходные данные и сгруппировать их в виде таблицы.

Товар	Выручка, тыс. руб.		Объем продаж ключевого конкурента за 2014 г.,
	2013 г.	2014 г.	
<i>Продукт А</i>	520	525	624
<i>Продукт В</i>	627	729	805
<i>Продукт С</i>	805	950	900
<i>Продукт D</i>	954	926	835

2. Вычисление темпа роста рынка за год.

На этом этапе нужно рассчитать годовое увеличение объемов продаж (выручки) или объемов прибыли. Как вариант можно рассчитать и увеличение выручки, и увеличение прибыли за год, а затем вычислить среднее значение. В общем, наша задача здесь – рассчитать темп роста рынка. Например, если в прошлом году условно было продано 100 шт. товара, а в этом году – 110 шт., то темп роста рынка составит 110%. Затем для каждого анализируемого продукта (подразделения) вычисляется темп роста рынка.

Товар	Выручка, тыс. руб.		Объем продаж ключевого конкурента за 2014 г.,	Темп роста рынка
	2013 г.	2014 г.		
<i>Продукт А</i>	520	525	624	101,0%
<i>Продукт В</i>	627	729	805	116,3%
<i>Продукт С</i>	805	950	900	118,0%
<i>Продукт D</i>	954	926	835	97,1%

3. Вычисление относительной доли рынка.

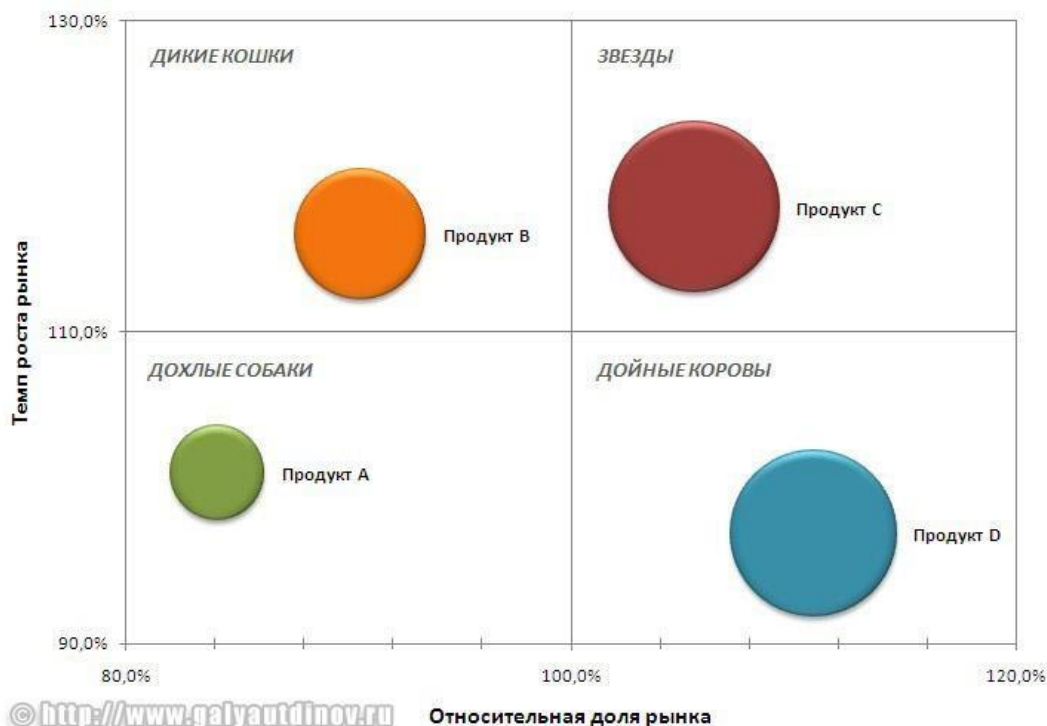
Рассчитав темп прироста рынка для анализируемых продуктов (подразделений) необходимо для них же подсчитать относительную рыночную долю. Способов сделать это несколько. Классический вариант – взять объем продаж анализируемого продукта компании и поделить ее на объем продаж аналогичного продукта главного (ключевого, сильнейшего) конкурента. Например, объем продаж нашего товара – 5 млн. руб., а сильнейшего конкурента реализующего подобный товар – 20 млн. руб. Тогда относительная доля рынка нашего товара будет – 0,25 (5 млн. руб. делим на 20 млн. руб.). Следующий шаг - вычисление относительной доли рынка (по отношению к главному конкуренту).

Товар	Выручка, тыс. руб.		Объем продаж ключевого конкурента за 2014 г.,	Показатели	
	2013 г.	2014 г.		Темп роста рынка	Относительная доля рынка
<i>Продукт А</i>	520	525	624	101,0%	84,1%
<i>Продукт В</i>	627	729	805	116,3%	90,6%
<i>Продукт С</i>	805	950	900	118,0%	105,6%
<i>Продукт D</i>	954	926	835	97,1%	110,9%

4. Построение матрицы БКГ.

На четвертом последнем этапе производится собственно построение матрицы Бостонской консалтинговой группы. Из начала координат проводим две оси: вертикальную (темпы роста рынка) и горизонтальную (относительная доля рынка). Каждая ось делится пополам, на две части. Одной части соответствуют низкие значения показателей (низкий темп роста рынка, низкая относительная доля рынка), другой – высокие (высокий темп роста рынка, высокая относительная доля рынка).

Важный вопрос, который здесь предстоит решить, какие значения темпа прироста рынка и относительной доли рынка принять за центральные значения, делящие оси матрицы БКГ пополам? Стандартные значения следующие: для темпа роста рынка – 110%, для относительной доли рынка – 100%. Но в Вашем случае эти значения могут быть другими, нужно смотреть на условия конкретной ситуации. И заключительное действие – построение самой матрицы БКГ, с последующим ее анализом. Таким образом, каждая ось делится пополам.



В результате образуется четыре квадратных сектора, каждый из которых имеет свое название и значение. Следует нанести на поле матрицы БКГ анализируемые товары (подразделения). Для этого последовательно отмечайте на осях темпы роста рынка и относительную долю рынка каждого товара, и на пересечении этих значений рисуйте окружность. В идеале диаметр каждого такого круга должен быть пропорционален прибыли или выручке, соответствующей, данному товару. Так можно сделать матрицу БКГ еще более информативной.

5. Анализ матрицы БКГ

Построив матрицу БКГ, Вы увидите, что Ваши товары (подразделения, бренды) оказались в разных квадратах. Каждый из этих квадратов обладает собственным значением и специальным названием. Рассмотрим их.



Поле БКГ-матрицы поделено на 4 зоны, каждой из которых соответствует свой тип товара/подразделения, особенности развития, рыночная стратегия и т.д.

ЗВЕЗДЫ. Они обладают самыми высокими темпами рыночного роста и занимают наибольшую долю на рынке. Они популярны, привлекательны, перспективны, быстро развиваются, но при этом требуют значительных инвестиций в себя. Потому они и «Звезды». Рано или поздно рост «Звезд» начинает замедляться и тогда они превращаются в «Дойных коров».

ДОЙНЫЕ КОРОВЫ (они же «Денежные мешки»). Для них характерна большая доля рынка, при низком темпе его роста. Затратных инвестиций «Дойные коровы» не требуют, принося при этом стабильный и высокий доход. Этот доход компания использует для финансирования других продуктов. Отсюда и название, эти продукты буквально «доют».

ДИКИЕ КОШКИ (известные также как «Темные лошадки», «Трудные дети», «Проблемы» или «Знаки вопроса»). У них все наоборот. Относительная доля рынка маленькая, но темпы роста продаж – высокие. Чтобы увеличить их рыночную долю требуются большие усилия и затраты. Поэтому компания должна провести тщательный анализ матрицы БКГ и оценить, способны ли «Темные лошадки» стать «Звездами», стоит ли в них вкладываться. В общем, картина в их случае очень неясная, а ставки высоки, потому они и «Темные лошадки».

ДОХЛЫЕ СОБАКИ (или «Хромые утки», «Мертвый груз»). У них все плохо. Низкая относительная доля на рынке, низкие темпы роста рынка. Доход приносимый ими и рентабельность малы. Обычно они самокупаются, но не более того. Перспектив нет. От «Дохлых собак» следует избавляться или хотя бы прекратить их финансирование, если без них можно обойтись (может быть такая ситуация, когда они необходимы для «Звезд», например).

СЦЕНАРИИ МАТРИЦЫ БКГ (СТРАТЕГИИ) Исходя из анализа товаров по матрице Бостонской консалтинговой группы, можно предложить следующие основные стратегии матрицы БКГ:

УВЕЛИЧЕНИЕ РЫНОЧНОЙ ДОЛИ. Применимо к «Темным лошаdkам» с целью превратить их в «Звезд» - популярный и хорошо продаваемый товар.

СОХРАНЕНИЕ РЫНОЧНОЙ ДОЛИ. Подходит для «Дойных коров», так как они приносят хороший стабильный доход и такое положение дел желательно сохранять как можно больше.

СОКРАЩЕНИЕ РЫНОЧНОЙ ДОЛИ. Возможно в отношении «Собак», неперспективных «Трудных детей» и слабых «Дойных коров».

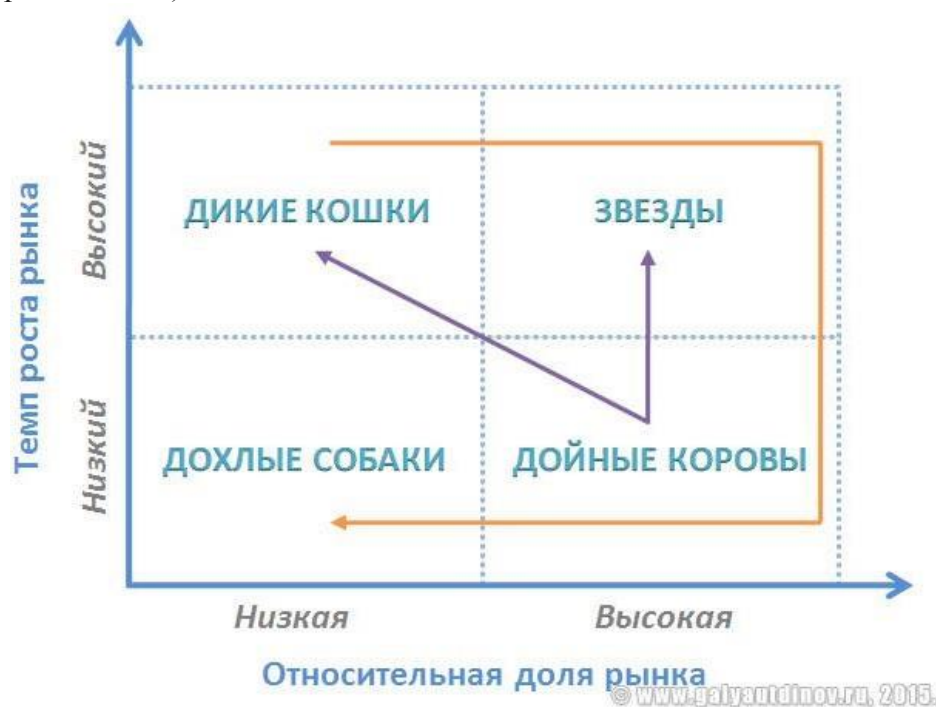
ЛИКВИДАЦИЯ. Порой ликвидация данного направления бизнеса единственный разумный вариант для «Собак» и «Трудных детей», которым, скорее всего, не суждено стать «Звездами».

6. Выводы по матрице БКГ

Построив и проанализировав матрицу Бостонской консалтинговой группы, по ней можно сделать ряд выводов:

1. Следует принять управленческие и коммерческие решения в отношении следующих групп матрицы БКГ:

- а) Звезды – сохранение лидирующих позиций;
- б) Дойные коровы – получение максимально возможной прибыли, в течение как можно более длительного периода времени;
- в) Дикие кошки – для перспективных продуктов инвестирование и развитие;
- г) Дохлые собаки – прекращение их поддержки и/или уход с рынка (снятие с производства).



Матрица БКГ. Оранжевая стрелка показывает жизненный цикл товара, последовательно проходящего все стадии, от пребывания в статусе "Диких кошек", до превращения в "Дохлая собак". Фиолетовые стрелки изображают типичные потоки инвестиций.

2. Следует принять меры по формированию сбалансированного портфеля по матрице БКГ. В идеале такой портфель состоит из товаров 2 видов:

а) Товары, приносящие компании доход в настоящее время. Это «Дойные коровы» и «Звезды». Они приносят прибыль уже сегодня, прямо сейчас. Полученные от них денежные средства (в первую очередь от «Дойных коров») можно вкладывать в развитие компании.

б) Товары, которые обеспечат компании доход в будущем. Это перспективные «Дикие кошки». В настоящее время они могут приносить очень маленький доход, не приносить его вовсе или даже быть убыточными (из-за инвестиций в их развитие). Но в будущем, при благоприятных условиях, эти «Дикие кошки» станут «Дойными коровами» или «Звездами» и начнут приносить хороший доход. Вот таким должен быть сбалансированный портфель по матрице БКГ!

Тема: Сравнительный анализ структуры ассортимента торгового предприятия в условиях внедрения категорийного менеджмента

Цель работы: провести сравнительный анализ структуры ассортимента товаров, реализуемых в розничных торговых точках г. Владивостока, построить структуру ассортимента

Объекты изучения: розничная торговая сеть г. Владивостока

Сеть	Адрес
Домовид	1 Русская ул., 66, Владивосток 2 ул. Полетаева, 6, микрорайон Седанка, Владивосток 3 Посьетская ул., 19, Владивосток 4 Луговая ул., 18, Владивосток 5 просп. Красного Знамени, 59, Владивосток 6 просп. 100-летия Владивостока, 57И, Владивосток 7 г. Владивосток Днепроvская ул., 27 8 г. Владивосток ул. Адмирала Фокина, 3 9 г. Владивосток ул. Адмирала Юмашева, 19
Зелёный остров	1 г. Владивосток район "Вторая речка", ул. Русская, 94а 2 г. Владивосток район "Снеговая падь", ул. Анны Щетининой, 2 1 2-й этаж 3 г. Владивосток район "Центр", ул. Светланская, 106 ТЦ "Авангард", 4-й этаж 4 г. Владивосток район "Чуркин", ул. Калинина, 275а 5 г. Артём, ул. Кирова, 191 БЦ "Сангурай"
Чудодей	1. г. Владивосток, пр-т 100-летия Владивостоку, 57и (за ТЦ "Максим"). 2. г. Владивосток, пр-т Красного Знамени, 59, ост. Гоголя, здание "Промстройниипроект" 3. г. Владивосток, пр-т Острякова, 13, ТЦ "Первореченский", 2 этаж 4. г. Владивосток, ул. Алеутская 25/27, ТЦ "Алеутский" 5. г. Владивосток, ул. Калинина, 275а, ТЦ "Зеленый остров", 3 этаж. 6. г. Владивосток, ул. Крыгина, 15а, ТЦ "Маяк"

Теоретическая часть

Категорийный менеджмент (управление ассортиментом по товарным категориям) — новый подход к управлению ассортиментом, который предполагает следующее:

1. Разделение всего ассортимента на товарные категории не обязательно в соответствии с общепринятыми группами и видами товаров, а опираясь в первую очередь на психологические аспекты совершения покупок.

2. Ответственность одного сотрудника торгового предприятия за весь цикл движения категории — от закупки до продажи.

3. Рассмотрение каждой товарной категории как мини-предприятия в рамках компании со своим бюджетом, ценообразованием, политикой закупок и т. п.

4. Подход к ассортименту магазина как к единой совокупности всех категорий — так, как воспринимает магазин покупатель.

Изначально понятия категорийного менеджмента не было — было понятие мерчандайзинга как управления полочным пространством. Категорийный менеджмент зародился как одно из направлений мерчандайзинга: оптимизируя выкладку и представление товара в зале, специалисты пришли к выделению основной единицы управления ассортиментом — категории.

Формирование как всего ассортимента, так и ассортимента отдельных категорий подчинено стратегии компании и основывается на запросах и потребностях покупателей. Выделена новая единица управления ассортиментом — категория. Процесс закупки не ограничивается составлением ассортимента и контролем остатков. Затрагиваются все бизнес-процессы управления товаром: от разработки концепции магазина до плана мероприятий по стимулированию продаж в торговом зале.

При этом вся цепочка — от выбора ассортимента до продажи товаров — соединена и контролируется одним сотрудником в рамках каждой категории (категорийным менеджером) и коммерческим директором по всем категориям.

Практическая часть

Задание 1. Из предложенного списка (или самостоятельно) выберите два торговых предприятия, реализуемых аналогичный ассортимент. Изучите ассортимент товаров, реализуемых предприятием розничной торговли, охарактеризуйте ассортимент по классификационным признакам. По результатам оформите в таблицу 1. Ответы аргументировать.

Таблица 1 – Характеристика ассортимента товаров, реализуемых (указать наименование магазина)

Наименование магазина	Характеристики ассортимента			
	по месту нахождения	по широте охвата товаров	по степени удовлетворения потребности	по характеру потребностей

Задание 2. Выделите товарные категории, в каждом ассортименте. По результатам оформите в таблицу 2.

Таблица 2 – Характеристика товарных категорий

Наименование торгового предприятия	Наименование категории	Ассортимент товаров, входящие в категорию	Количество разновидностей
Зеленый остров	Хозяйственные товары	кастрюли	15
		сковороды	7

		столовые приборы	24
	Косметика	кремы	52
		гель для душа	38
Домовид			

Задание 3. Построить структуру ассортимента по категориям товаров в натуральном выражении (таблица 2)

Задание 4. Сделать вывод о рациональности выделения категорий (по каждому торговому предприятию)

Расчетно-графическая работа 7

Тема: Построение графика безубыточности предприятия

Цель работы: Изучить методику расчёта точки самоокупаемости и построение графика безубыточности.

Теоретическая часть

Работа любого предприятия сопряжена с затратами, управление которыми требует особого мастерства от администрации. Одним из показателей такого мастерства является умение правильно определить точку безубыточности производства. Как известно, точка безубыточности — это минимальный уровень любой экономической деятельности, который обеспечивает равновесное положение объемов затрат к объемам выручки. Соответственно, чтобы предприятие было прибыльным и ликвидным, объемы производства должны превышать величину точки безубыточности. Если же, по каким-то причинам, объем производства ниже этой точки, то такая деятельность признается неликвидной, т.е. убыточной.

Расчет точки безубыточности основывается на взаимосвязи трех показателей: «затраты — объем продаж — прибыль». Определить взаимодействие этих показателей можно графически:

- по оси абсцисс графика указывается объем реализации;
- по оси ординат — себестоимость реализованной продукции плюс прибыль, которые составляют выручку от реализации.

Последовательность построения графика «затраты — объем -прибыль» такова:

- на графике проводится прямая постоянных затрат (прямая, параллельная оси абсцисс);
- выбирается точка на оси абсцисс (величина объема строительства);
- проводится прямая переменных затрат, соответствующая выбранному объему строительства;
- затем проводится прямая выручки от реализации выбранного объема производства.

Точка пересечения прямых переменных затрат и выручки от реализации является точкой безубыточности. (Рисунок 1)

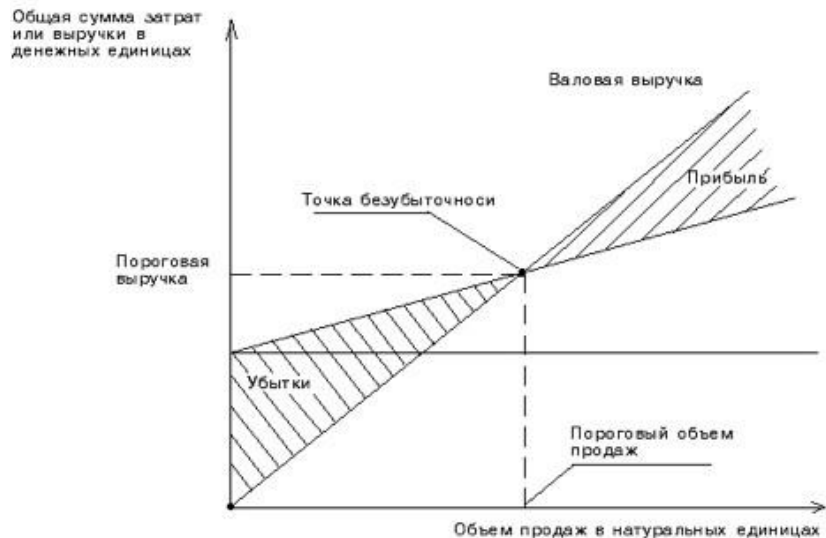


Рисунок 1. Определение точки безубыточности (порога рентабельности)

Изображенная на рисунке 1 точка безубыточности (порога рентабельности) – это точка (продаж). Если предприятие продает продукции меньше порогового объема продаж, то оно терпит убытки, если больше – получает прибыль.

По графику можно установить, при каком объеме реализации организация получит прибыль, при каком — нет, а также точку, в которой затраты будут равны выручке от реализации (точку безубыточности или порог рентабельности), ниже которой производство будет убыточным. Это точка пересечения прямой общих затрат и прямой доходов.

Практическая часть

Задание 1. Осуществить нахождение точки самоокупаемости предприятия. Построить график безубыточности производства, определить на нем точку самоокупаемости

Задача № 1

Определить точку безубыточности

Данные для расчета:

План перевозок 4 тыс. тонн. в месяц.

Переменные затраты составят 200 тыс. руб., а условно-постоянные 100 тыс. руб. на весь объем перевозок. Доход составит 1000000 руб.

Ответьте на вопросы:

1. Какова прибыль от выполнения заданного объема перевозок?
2. Как изменится точка безубыточности, если условно-постоянные затраты увеличатся на 50 тыс. руб.?
3. Как изменится точка безубыточности, если переменные затраты увеличатся на 100 тыс. руб.?
4. Как изменится точка безубыточности, если тариф за перевозку одной тонны груза снизится на 30 рублей?
5. Как изменится точка безубыточности, если тариф за перевозку одной тонны груза увеличится на 10 рублей?

Задача № 2

Определить точку безубыточности

Данные для расчета:

План производства 40 тыс. тонн. в месяц.

Переменные затраты составят 800 тыс. руб., а условно-постоянные 100 тыс. руб. на весь перевозок. Доход составит 1200 000 руб.

Ответьте на вопросы:

1. Какова прибыль от выполнения заданного объема перевозок?
2. Как изменится точка безубыточности, если условно-постоянные затраты увеличатся на 50 тыс. руб.?
3. Как изменится точка безубыточности, если переменные затраты увеличатся на 200 тыс. руб.?
4. Как изменится точка безубыточности, если тариф за перевозку одной тонны груза снизится на 5 рублей?
5. Как изменится точка безубыточности, если тариф за перевозку одной тонны груза увеличится на 10 рублей?

Задача № 3

Определить точку безубыточности

Данные для расчета:

План производства 3 тыс. тонн в месяц.

Переменные затраты составят 30 тыс. руб., а условно-постоянные 10 тыс. руб. на весь объем перевозок. Доход составит 60 000 руб.

Ответьте на вопросы:

1. Какова прибыль от выполнения заданного объема перевозок?
2. Как изменится точка безубыточности, если условно-постоянные затраты увеличатся на 5 тыс. руб.?
3. Как изменится точка безубыточности, если переменные затраты увеличатся на 10 тыс. руб.?
4. Как изменится точка безубыточности, если тариф за перевозку одной тонны груза снизится на 5 рублей?
5. Как изменится точка безубыточности, если тариф за перевозку одной тонны груза увеличится на 5 рублей?

5.6 Задания для самостоятельной работы

Раздел 1. МДК 01.01 Основы управления ассортиментом товаров

Задание 1. Проанализировать ассортимент действующего магазина.

Задание 2. Ознакомиться с ассортиментным перечнем товаров в магазинах различных типов.

Задание 3. Составить схему классификации ассортимента товаров.

Задание 4. Разработать таблицу показателей ассортимента товаров.

Задание 5. Составить схему классификации договоров, применяемых в торговле.

Задание 6. Составить схему технологического процесса переработки грузов на складе.

Задание 7. Составить схему последовательности операций по приемке товаров.

Раздел 2. МДК 01.02 Товароведение продовольственных товаров

Задание 8. Составить схему условий и сроков хранения свежих овощей и плодов.

Задание 9. Подготовить сообщение по теме: «Строение и химический состав зерна».

Задание 10. Составить опорный конспект по теме «Различные виды хлеба, реализуемые в местном магазине».

Задание 11. Изучить болезни и дефекты хлеба, отразить в виде таблицы.

Задание 12. Законспектировать темы ирис и драже.

Задание 13. Составить кроссворд по теме: «Мучные кондитерские товары».

Задание 14. Составить кроссворд по теме «Сахаристые кондитерские изделия».

Задание 15. Изучить ассортимент виноградных вин и составить схему классификации.

Задание 16. Составить опорный конспект по теме слабоалкогольные напитки.

Задание 17. Изучить дефекты коровьего масла и отразить в виде таблицы.

Задание 18. Подготовить сообщения по темам: «Мягкие сычужные сыры», «Переработанные сыры».

- Задание 19. Изучить тему «Субпродукты» и составить конспект.
Задание 20. Изучить нерыбное водное сырье и подготовить сообщение.

Раздел 3. МДК 01.03 Товароведение непродовольственных товаров

- Задание 21. Составить опорный конспект по теме: «Нетканые материалы и искусственные меха»
Задание 22. Составить опорный конспект по теме: «Ковры и ковровые изделия»
Задание 23. Составить кроссворд по теме: «Галантерейные товары»

Раздел 4. МДК 01.04 Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда

- Задание 24. Анализ оборудования предприятия оптовой торговли (по выбору студента) и разработка рекомендаций по совершенствованию его технической оснащенности.
Задание 25. Предварительные условия для механизации технологических процессов товародвижения на оптовых предприятиях.
Задание 26. Предварительные условия для механизации технологических процессов товародвижения на розничных предприятиях.
Задание 27. Анализ оборудования магазина продовольственных товаров (по выбору студента) и разработка рекомендаций по совершенствованию его технической оснащенности.
Задание 28. Классификация фасовочно-упаковочного оборудования по периодичности действия и по источнику энергии.
Задание 29. Классификация фасовочно-упаковочного оборудования по характеру технологических операций и по консистенции товаров.
Задание 30. Эксплуатационно-технические и санитарно-гигиенические требования к торговой мебели. Эргономические и эстетические требования к торговой мебели.

6. Примеры оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

6.1 Примеры тестовых заданий

Раздел 1. МДК 01.01 Основы управления ассортиментом товаров

Вариант 1

- Совокупность товаров, их видов и разновидностей, объединенных по одному или нескольким признакам – это
 - ассортимент
 - номенклатура
 - классификация
 - категория
- По признаку потребительского назначения можно классифицировать такие товарные группы, как
 - рыба и рыбные продукты
 - строительные материалы
 - кондитерские изделия
 - детские товары
- Перечень однородных и разнородных товаров общего или аналогичного назначения, это
 - ассортимент
 - группа
 - категория
 - товарная номенклатура
- Система мер по определению набора товарных групп, наиболее предпочтительных для успешной работы на рынке и обеспечивающих экономическую эффективность деятельности предприятия в целом – это
- В зависимости от широты охвата товаров ассортимент может быть
 - групповой
 - развернутый

- 3)торговый
- 4)оптимальный
- 6. Показатель ассортимента, характеризующийся способностью набора товаров удовлетворять спрос на один и те же товары
 - 1)широта
 - 2)полнота
 - 3)глубина
 - 4)устойчивость
- 7. Показатель ассортимента, характеризующийся количеством видов, наименований и разновидностей товаров однородных групп – это
 - 1)широта
 - 2)полнота
 - 3)глубина
 - 4)устойчивость
- 8. Ассортимент, характеризуемый большой шириной и глубиной, называется
 - 1)насыщенный
 - 2)специализированный
 - 3)простой
 - 4)ограниченный
- 9. Ассортимент, характеризуемый большой шириной и незначительной глубиной, называется
 - 1)насыщенный
 - 2)специализированный
 - 3)простой
 - 4)ограниченный
- 10. Количественные и качественные изменение ассортимента дешевых, некачественных товаров, не пользующихся спросом у потребителей - это
 - 1)сокращение
 - 2)расширение
 - 3)углубление
 - 4)стабилизация
- 11. Количественные и качественные изменения ассортимента товаров за счет разработки и предложения новых торговых марок или их модификации - это
 - 1)сокращение
 - 2)совершенствование
 - 3)углубление
 - 4)обновление
- 12. Количественные и качественные изменения состояния набора товаров, характеризующиеся увеличением показателей новизны - это
 - 1)сокращение
 - 2)обновление
 - 3)углубление
 - 4)стабилизация
- 13. К общим факторам, влияющим на формирование промышленного и торгового ассортимента, относится
 - 1)достижение научно- технического прогресса
 - 2)рентабельность
 - 3)сырьевая база
 - 4)материально-техническая база производства
- 14. Основная единица управления ассортиментом, при категориальном менеджменте
 - 1)ранг
 - 2)группа
 - 3)категория
 - 4)отдел

15. Категорийный подход подразумевает выделение категорий так, как их выделяет

- 1) поставщик
- 2) покупатель
- 3) закупщик
- 4) товаровед

16. Ассортиментный минимум — это

- 1) перечень товарных позиций, которые должны постоянно присутствовать в магазине в определенный период времени
- 2) перечень всех товарных позиций, включая и сезонные товары, которые могут временно отсутствовать в магазине
- 3) общее количество товарных позиций внутри каждой товарной категории в ассортименте
- 4) количество различных брендов, марок и моделей

17. Роль, соответствующая товарам, попадающим в категорию по ценовому признаку. Цель - завлечь и удержать чувствительных к цене покупателей, не давая им уйти к конкурентам. Товар, через который клиент составляет ценовое позиционирование магазина

- 1) генератор прибыли
- 2) создатель потока
- 3) генератор наличности
- 4) защитник

18. Роль, соответствующая товарам известных большинству потребителей и продающиеся у большинства игроков рынка. Обеспечивают большой объем продаж в натуральном выражении. Его роль — не допустить кассовых разрывов и потерь прибыли вследствие спада закупок

- 1) генератор прибыли
- 2) тестовый товар
- 3) создатель имиджа
- 4) генератор наличности

19. Согласно, этого правила, покупатель воспринимает информацию о товарах, размещенных на полках магазинов, так же как при чтении текста с эпиграфом, т.е. вначале смотрит на правый верхний угол, а затем перемещает взгляд справа налево и сверху вниз

- 1) «обратные часы»
- 2) «золотой треугольник»
- 3) «движение глаз»
- 4) «фокусный пункт»

20. Категории средней важности, составляющие 30 % товарных запасов и 15 % продаж, относятся к группе

- 1) А
- 2) В
- 3) С

Вариант 2

1. По сырьевому признаку можно классифицировать такие товарные группы, как

- 1) хозяйственные товары
- 2) автотранспорт
- 3) молоко и молочные продукты;
- 4) шерстяные ткани

2. Ассортимент товаров предназначен для

- 1) заполнения торгового пространства
- 2) увеличения прибыли торгового предприятия
- 3) удовлетворения потребностей потребителей
- 4) повышения конкурентоспособности торгового предприятия

3. Процесс подбора групп, видов и разновидностей товаров это

- 1) формирование ассортимента
- 2) классификация
- 3) выделение критерия
- 4) градация
4. По месту нахождения ассортимент может быть
 - 1) простой
 - 2) развернутый
 - 3) производственный
 - 4) рациональный
5. По степени удовлетворения потребностей ассортимент может быть
 - 1) сопутствующий
 - 2) рациональный
 - 3) торговый
 - 4) сложный
6. Показатель ассортимента, характеризующийся количеством видов, наименований и разновидностей товаров однородных и разнородных групп - это
 - 1) широта
 - 2) полнота
 - 3) глубина
 - 4) устойчивость
7. Показатель ассортимента, представляющий собой количество видов, разновидностей и модификаций конкретного вида изделий – это:
 - 1) широта
 - 2) полнота
 - 3) глубина
 - 4) устойчивость
8. Ассортимент, характеризуемый небольшой широтой и значительной глубиной, называется
 - 1) насыщенный
 - 2) специализированный
 - 3) простой
 - 4) ограниченный
9. Ассортимент, характеризуемый небольшой широтой и незначительной глубиной, называется
 - 1) насыщенный
 - 2) специализированный
 - 3) простой
 - 4) ограниченный
10. Количественные и качественные изменения набора товаров за счет увеличения показателей широты, полноты, глубины и новизны выпуска новых товаров – это
 - 1) сокращение
 - 2) расширение
 - 3) обновление
 - 4) гармонизация
11. Состояние набора товаров, характеризующееся высокой устойчивостью и низкой степенью обновления - это
 - 1) обновление
 - 2) расширение
 - 3) совершенствование
 - 4) стабилизация
12. Количественные и качественные изменения состояния набора товаров для повышения его рациональности - это
 - 1) совершенствование
 - 2) расширение

- 3) гармонизация
4) стабилизация
13. К специальным факторам, влияющим на формирование промышленного и торгового ассортимента, относится
- 1) сырьевая база
2) спрос
3) рентабельность
4) предложение
14. Новый подход к управлению ассортиментом, категорийный менеджмент, предполагает
- 1) разделение всего ассортимента на товарные категории удобные управляющим
2) рассмотрение каждой товарной категории как конкурирующее предприятие внутри компании
3) подход к ассортименту магазина как к единой совокупности всех категорий
4) ответственность одного сотрудника торгового предприятия за движения всех категорий
15. Ассортиментная матрица — это
- 1) система управления ресурсами предприятия
2) общее количество различных товарных категорий, входящих в ассортимент
3) организация работы и бизнес-процессов, происходящих в компании
4) перечень всех товарных позиций, включая и сезонные товары, которые могут временно отсутствовать в магазине
16. Роль, соответствующая сезонным товарам и товарам, имеющим высокую степень новизны. Товары имеют высокие темпы роста продаж и обеспечивают высокую прибыль
- 1) генератор прибыли
2) создатель потока
3) генератор наличности
4) защитник
17. Роль, соответствующая дорогим, престижным товарам. Задача товаров не столько в том, чтобы увеличивать продажи, сколько в привлечении внимания и «облагораживании» атмосферы покупок
- 1) генератор прибыли
2) тестовый товар
3) создатель имиджа
4) генератор наличности
18. При распределении торговой площади обычно начинают с того, что каждому товару выделяется место в соответствии с
- 1) габаритными размерами
2) ожидаемым объемом продаж
3) категорией
4) ролью
19. Согласно, этого правила, товар, размещенный на полках и стеллажах магазина, должен находиться в фокусе внимания покупателей, т.е. размещаться по центру витрины с небольшим смещением вправо
- 1) «обратные часы»
2) «золотой треугольник»
3) «движение глаз»
4) «фокусный пункт»
20. Товарные ресурсы потребление которых происходит нерегулярно, какие-либо закономерности потребления отсутствуют, возможности прогнозирования невысокие. Коэффициент вариации превышает 25 процентов. Эти ресурсы относятся к категории
- 1) X
2) Y
3) Z

Тема 2.1. Основы товароведения продовольственных товаров

1. К теплофизическим свойствам товара относятся
 - 1)*температура плавления
 - 2)твердость
 - 3)длина
 - 4)прозрачность
2. К общим физическим свойствам товара относятся
 - 1)температура плавления
 - 2)твердость
 - 3)*длина
 - 4)прозрачность
3. Отдельные товары, которые обладают целостностью и присущими конкретному виду или наименованию потребительскими свойствами, являются
 - 1*)единичными экземплярами
 - 2)партией
 - 3)упаковочными единицами
 - 4)транспортная единица
4. К единичным экземплярам относятся
 - 1)пачка лезвий для бритвы
 - 2*)пара обуви
 - 3)ящик шампанского
 - 4*)бутылка вина
 - 5)коробка зубной пасты
5. К товарам со средним содержанием воды (30-79%) относятся
 - 1)огурцы
 - 2)мебель
 - 3)стеклянная посуда
 - 4*)шампуни
6. К товарам с очень низким содержанием жиров (0,1-1,0%), относятся
 - 1)технические масла
 - 2)масляные краски
 - 3)сыры
 - 4)закусочные консервы
 - 5*) меховые изделия
 - 6)металлохозяйственные товары
7. Биополимеры белковой природы, являющиеся катализаторами многих биологических процессов
 - 1*)ферменты
 - 2)белки
 - 3)целлюлоза (клетчатка)
 - 4)жиры
8. Определенное минимально допустимое количество упаковочных единиц, составляющих представительную часть товарной партии и отобранных для составления исходной пробы, предназначенной для оценки (контроля, испытаний) качества по установленным или заранее оговоренным правилам
 - 1)проба
 - 2)*выборка
 - 3)изъятие
 - 4)отвес
9. Браковочное число – это
 - 1)норматив, который является критерием для приемки партии продукции и равный максимально допускаемому количеству дефектных единиц в выборке.
 - 2)*контрольный норматив, являющийся критерием для забраковывания партии и равный минимальному числу единиц товара в выборке

3) деятельность по информационному обеспечению установления принадлежности единичных экземпляров товаров или совокупных упаковочных единиц к определенной товарной партии

4) предварительное обеспечение за счет разработки и внедрения технологии маркирования единичных экземпляров товаров или упаковочных единиц на предтоварной стадии

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

1)*проба

2)выборка

3)количество

4)норма

11. Приемочное число представляет собой

1)*норматив, который является критерием для приемки партии продукции и равный максимально допускаемому количеству дефектных единиц в выборке.

2)контрольный норматив, являющийся критерием для забраковывания партии и равный минимальному числу единиц товара в выборке

3) деятельность по информационному обеспечению установления принадлежности единичных экземпляров товаров или совокупных упаковочных единиц к определенной товарной партии

4) предварительное обеспечение за счет разработки и внедрения технологии маркирования единичных экземпляров товаров или упаковочных единиц на предтоварной стадии.

Тема 2.2. Зерномучные товары

1. По срокам посева и стадиям развития пшеницу делят на

1)мягкую и твердую

2)на типы

3)*яровую и озимую

4)на подтипы

2. Крупа это

1)*зерно, освобожденное от плодовых и семечковых оболочек, иногда от зародыша

2)бобы различной формы

3)зерновка, сжатая с боков

3. Соевую муку вырабатывают

1)двух видов

2)*трех видов

3)четырёх видов

4)один вид

4. По биологической ценности пшеницу делят на

1)яровую и озимую

2)*мягкую и твердую

3)типы

4)виды

5. Зерно состоит из

1)оболочки, лучистого зерна

2)оболочки, лучистого зерна, зародыша

3)* оболочки, лучистого зерна, алейронорвого слоя

6. Тритиколе это - гибриды

1)*ржано-пшеничные

2)ржано-рисовые

3)рисово-пшеничные

4)гречнево-пшеничные

7. Наличие клещей в зерне придает запах

1)*медовый

2)солодовый

3)тухлых яиц

- 4)винный
- 8. Пшеница обыкновенная имеет
 - 1)марку
 - 2)товарный сорт
 - 3)*номер
 - 4)тип
- 9. Мука специального назначения это
 - 1)пшеничная
 - 2)пшеничная и ржаная
 - 3)рисовая и гречневая
 - 4)*рисовая, гречневая, гороховая, соевая
- 10. По растяжимости клейковину делят на группы
 - 1)2
 - 2)5
 - 3)*3
 - 4)4
- 11. Зерновая примесь это
 - 1)земля, галька, органические примеси
 - 2)*битые, давленные, недоразвитые, простые зерна
 - 3)семена растений
 - 4)битые

Тема 2.3. Плодоовощные товары

- 1. Семечковые плоды имеют
 - 1)кожицу, плодовую мякоть и костянку
 - 2)семена, непосредственно погруженные в мякоть
 - 3)*кожицу, внутри плода находится камера с семенами
 - 4)кожицу и костянку
- 2. Ягоды делятся на
 - 1)сложные, простые, средние
 - 2)ложные, настоящие
 - 3)*настоящие, ложные, сложные
- 3. У вегетативной группы овощей в пищу используют
 - 1)корень, стебель, лист
 - 2)*корень, стебель, клубни, корнеплоды
 - 3)стебель, луковицу
 - 4)лист и стебель
- 4. У плодовых овощей в пищу используют
 - 1)*семена и плоды
 - 2)корень и луковицу
 - 3)плоды и листья
 - 4)луковицу и листья
- 5. Зрелость арбуза определяют по
 - 1)блеску
 - 2)окраске коры
 - 3)*характеру звука и наличию воскового налета
 - 4)окраске семечек
- 6. Парша это
 - 1)клубни картофеля с темно-бурым пятном
 - 2)*наросты на картофеле
 - 3)серовато-бурые вдавленные пятна на картофеле
- 7. Мокрая гниль это
 - 1)клубни, покрытые бурыми пятнами
 - 2)клубни высохшие и трухлявые
 - 3)*густая слизистая кожа клубня с неприятным запахом

8. Сорта перца подразделяют на
 - 1)*сладкий и горький
 - 2)высший, первый, второй, третий
 - 3)первый, второй
 - 4)высший, первый
9. Горох по сортам делят на
 - 1)гладкий и морщинистый
 - 2)*сахарный и луцильный
 - 3)гладкий и мозговой
 - 4)морщинистый и сахарный
10. Крупные яблоки это – яблоки массой
 - 1)*более 250 гр.
 - 2)150 гр.
 - 3)300 гр.
 - 4)200 гр.
11. Окраска яблок состоит из
 - 1)основной и румянца
 - 2)*основной и дополнительной
 - 3)румянца и дополнительной
12. Яблоки по качеству делят на
 - 1)*4 сорта
 - 2)2 типа
 - 3)3 вида
 - 4)3 сорта
13. Артишок это
 - 1)мясистые побеги толщиной 2,5 см
 - 2)*ветвистый стебель и нераскрывающиеся соцветия
 - 3)цветоносный стебель с мясистыми черенками
14. Виноград это
 - 1)*ягода
 - 2)семечковый плод
 - 3)косточковый плод

Тема 2.4. Вкусовые товары

1. В торговой классификации чай подразделяют на группы
 - 1)3
 - 2)*4
 - 3)5
 - 4)2
2. Флеши являются сырьем для выработки:
 - 1)зеленого чая
 - 2)*байхового чая
 - 3)прессованного чая
 - 4)всех видов, выпускаемого чая
3. Из чайного листа получают чай:
 - 1)*зеленый
 - 2)байховый
 - 3)прессованный
 - 4)кирпичный
4. По видам и размерам чаинок байховые чаи вырабатывают:
 - 1)2 видов
 - 2)*3 видов
 - 3)4 видов
 - 4)5 видов
5. По качеству черный байховый чай вырабатывают сортов:

- 1) высший, 1, 2
 - 2)* букет, высший, 1, 2, 3
 - 3) высший, 1, 2, 3
 - 4) высший, букет
6. Кислотность - это дефект чая возникающий при:
- 1)* повреждении чайного листа
 - 2) нарушении режима сушки
 - 3) при попадании в сушильную камеру продуктов
7. Жариность - это дефект чая возникающий при:
- 1) повреждении чайного листа
 - 2)* нарушении режима сушки
 - 3) при попадании в сушильную камеру продуктов
8. Дымность - это дефект чая возникающий при:
- 1) повреждении чайного листа
 - 2) нарушении режима сушки
 - 3)* при попадании в сушильную камеру продуктов
9. Жаренный кофе поступают в реализацию:
- 1) в зернах и молотый
 - 2) в зернах, молотый, с добавлениями
 - 3)* в зернах, молотый, с добавлением и без добавления
10. В зависимости от качества используемого сырья кофе делят на сорта:
- 1) 1, 2, 3
 - 2) высший, 1
 - 3)* высший, 1, 2
11. «Галлизация» вина – это:
- 1) обработка кислого сусла щелочными агентами
 - 2)* когда низкокачественные кислые вина, улучшают добавлением воды
 - 3) настаивание и брожение сиропа на выжимке
12. Шапталлизация – это:
- 1)* обработка кислого сусла щелочными агентами
 - 2) когда низкокачественные кислые вина, улучшают добавлением воды
 - 3) настаивание и брожение сиропа на выжимке
13. Петиотизация вина – это:
- 1) обработка кислого сусла щелочными агентами
 - 2) когда низкокачественные кислые вина, улучшают добавлением воды
 - 3)* настаивание и брожение сиропа на выжимке
14. Табак реализуется
- 1) 2 основных типов
 - 2)* 3 основных типов
 - 3) 4 основных типов
15. Сбраживанием охмеленного сусла получают:
- 1)* пиво
 - 2) вино
 - 3) ликер
 - 4) водку
16. Сбраживанием сусла из свежего вина получают:
- 1) пиво
 - 2)* вино
 - 3) ликер
 - 4) водку
17. Купажированием ректифицированного спирта получают:
- 1) пиво
 - 2) вино
 - 3)* ликер

4)водку

18. В зависимости от способа производства виноградные вина делят на группы

1)*2

2)3

3)4

4)5

19. В торговой классификации чай подразделяют на:

1)байховый, прессованный, кирпичный

2)прессованный, экстрагированный, кирпичный зеленый

3)*байховый, прессованный, кирпичный зеленый, экстрагированный

20. Для выработки байхового чая используют:

1)*флеши

2)стебли и корни

3)верхушки побегов и нераспустившуюся почку

4)почки чайного листа

21. Вырабатывают байховые чаи:

1)крупнолистовые и мелколистовые

2)крупнолистовые и гранулированные

3)*крупнолистовые, мелколистовые и гранулированные

22. Черный и зеленый байховый чай вырабатывают сортов

1)3

2)4

3)*5

4)2

23. В качестве сырья для изготовления прессованного чая используют:

1)мешку

2)доброкачественную крошку

3)*доброкачественную крошку и высевку

4)чайный лист

24. Черный плиточный чай выпускают сортов

1)3

2)*4

3)5

4)2

25. Зеленый плиточный чай выпускают сортов

1)3

2)*1

3)2

4)4

26. Сырьем для экстрагированного чая служит:

1)зеленый лист и зеленый байховый чай

2)байховый черный чай

3)*зеленый лист или байховый черный и зеленый чай

27. Кофе бывает:

1)молотый, в зернах

2)молотый с добавлениями и в зернах

3)*в зернах, молотый с добавлениями

4)в зернах

28. Кофе выпускают сортов

1)*3

2)5

3)2

4)4

Тема 2.5. Сахар. Мед. Крахмал. Кондитерские изделия

1. Натуральный мед по ботаническому происхождению делят на:
 - 1)цветочный и падевый
 - 2)падевый и смешанный
 - 3)*цветочный
 - 4)смешанный
2. Падевый мед получается в результате переработки:
 - 1)*медовой росы
 - 2)нектаров цветов
 - 3)сладкого сока
3. Крахмал это:
 - 1)*природное соединение из остатков глюкозы
 - 2)продукт неполного кислотного гидролиза
 - 3)продукт полного гидролиза
4. Глюкоза это:
 - 1)природное соединение из остатков глюкозы
 - 2)продукт неполного кислотного гидролиза
 - 3)*продукт полного гидролиза
5. Патока это:
 - 1)природное соединение из остатков глюкозы
 - 2)*продукт неполного кислотного гидролиза
 - 3)продукт полного гидролиза
6. В зависимости от рецептурного состава кондитерские изделия делят на группы
 - 1)2
 - 2)*3
 - 3)4
 - 4)5
7. По качеству варенье делят на сорта:
 - 1)высший, 1 и 2
 - 2)*экстра, высший и 1
 - 3)1, 2, 3
8. По рецептуре и способу обработки шоколад делят на группы
 - 1)4
 - 2)*5
 - 3)6
 - 4)3
9. Повышенным содержанием какао-массы отличается шоколад
 - 1)обыкновенный
 - 2)*десертный
 - 3)пористый
 - 4)диетический
10. В зависимости от способа изготовления вырабатывают карамель:
 - 1)*леденцовую и с начинкой
 - 2)помадную
 - 3)фруктово-ягодная
 - 4)шоколадную
11. В зависимости от способа изготовления и отделки поверхности конфеты бывают:
 - 1)2 группы
 - 2)*3 группы
 - 3)4 группы
 - 4)5 групп
12. Стекловидной аморфной структурой отличаются конфеты:
 - 1)ликерные
 - 2)*грильяжные
 - 3)помадные

- 4)фруктово-ягодные
13. Цветочный это мед, выработанный пчелами из
- 1)*нектаров цветов
 - 2)листов и стеблей растений
 - 3)цветов с добавлением сахара
14. В падевом меде по сравнению с цветочным:
- 1)больше глюкозы и фруктозы
 - 2)*меньше глюкозы и фруктозы
 - 3)меньше сахарозы и азотосодержащих веществ
 - 4)больше азотосодержащих веществ
15. Натуральный мед от фальсифицированного можно отличить доавлением
- 1)*5% раствора настойки йода
 - 2)дистиллированной воды
 - 3)раствора сахара
 - 4)10% раствора соляной кислоты
16. Кондитерские изделия делят на:
- 1)4 группы (ягодные, овощные, крахмальные, мучные)
 - 2)3 группы (ягодные, мучные, крахмальные)
 - 3)*3 группы (плодово-ягодные, мучные, сахарные)
17. Шоколад вырабатывают:
- 1)обыкновенный и десертный
 - 2)обыкновенный, десертный, диабетический
 - 3)*обыкновенный, десертный, пористый, диабетический
18. Допускаются дефекты шоколада:
- 1)*крошка, пятна
 - 2)крошка, отколы, расслоение
 - 3)пузырьки, подтек начинки, расслоение
 - 4)*пузырьки, царапины
19. Карамель вырабатывают (в зависимости от способа приготовления):
- 1)леденцовую, ягодную, сахарную
 - 2)*леденцовую, с начинкой
 - 3)ягодную, фруктовую, сахарную
20. Конфеты вырабатывают:
- 1)глазированные, неглазированные
 - 2)глазированные с начинкой и без
 - 3)*глазированные, неглазированные, шоколадные с начинкой
21. Кондитерские изделия вырабатывают из муки
- 1)высшего сорта
 - 2)высшего и 1 сорта
 - 3)*высшего, 1, 2 сорта
 - 4)1, 2 сорта
22. Галеты и крекер относят к
- 1)*мучным кондитерским изделиям
 - 2)восточным сладостям
 - 3)продуктам специального назначения
23. Жевательная резинка – это:
- 1)вкусовой товар
 - 2)*кондитерское изделие специального назначения
 - 3)мучное кондитерское изделие
24. В состав чая входят:
- 1)*кофеин, дубильные и ароматические вещества
 - 2)кофеин, глюкоза, сахароза
 - 3)кофеин и ароматические вещества

Тема 2.6. Молочные товары

1. О натуральности молока судят по
 - 1)*плотности
 - 2)кислотности
 - 3)цвету
 - 4)продолжительности хранения
2. Стерилизация молока – это способ тепловой обработки при температуре
 - 1)90°C
 - 2)60°C
 - 3)60-90°C
 - 4)*104-120°C
3. Молочные продукты это
 - 1)*йогурт простокваша, сметана, творог
 - 2)сметана, кумыс, брынза, простокваша
 - 3)молоко, сливочное масло, маргарин, сыр
 - 4)кефир, простокваша, мягкий маргарин, творог
4. Нормализованное молоко отличается тем, что
 - 1)выработано из сухого молока
 - 2)подвергалось стерилизации
 - 3)подвергалось пастеризации
 - 4)*содержание жира в нем доведено до 3,2%
5. К кисломолочным продуктам относят
 - 1)*простоквашу
 - 2)*кефир
 - 3)брынзу
 - 4)*сметану и творог
6. Сыры подразделяются на
 - 1)*сычужные и плавленые
 - 2)кислотные
 - 3)*рассольные
 - 4)крепленые
7. Сычужные сыры это
 - 1)швейцарский, российский, витязь, адыгейский
 - 2)голландский, эдам, рокфор, янтарь
 - 3)*российский, костромской, эмментальский, чеддер
 - 4)брынза, виола, радонежский, гауда
8. Укажите пример, где указываются только твердые сычужные сыры
 - 1)голландский, дорогобужский, янтарь, виола
 - 2)чанах, сулугуни, тушинский, кобийский
 - 3)рокфор, смоленский, брынза, дружба
 - 4)*швейцарский, чеддер, российский, эмментальский
9. Плавленые сыры вырабатывают из зрелых сыров с
 - 1)добавлением вкусовых наполнителей
 - 2)добавление солей-плавителей
 - 3)последующим плавлением
 - 4)*добавлением вкусовых наполнителей, с добавлением солей-плавителей, с последующим плавлением
10. К плавленым сырам относится
 - 1)рокфор
 - 2)швейцарский
 - 3)*колбасный копченый
 - 4)*янтарь

Тема 2.8. Пищевые жиры

1. Биологическая ценность жировых товаров обусловлена наличием в них:

- 1) природных антиокислителей
 - 2)*непредельных жирных кислот
 - 3)*жирорастворимых витаминов
 - 4) кислот
2. Ненасыщенные жирные кислоты:
- 1) серная, соляная
 - 2) хлорная
 - 3)*пальмитиновая
 - 4)*стеариновая
3. Условиями хранения растительных масел являются
- 1) температура не выше 18°C
 - 2)*относительная влажность воздуха не более 85%
 - 3) без доступа света
4. Дефектами растительных масел и жиров являются
- 1)*прогорклый, салесный, олифистый вкус
 - 2) жировое поседение
 - 3) увлажнение
 - 4) содержание ненасыщенных жирных кислот
5. Гидрогенизация это процесс
- 1)*рафинации растительных масел
 - 2) восстановления ненасыщенных жирных кислот
 - 3) обмена радикалов жирных кислот
 - 4) расщепление жира
6. Маргарин – это жир, приготовленный на основе
- 1) растительных масел и животных жиров
 - 2) гидрогенизированных масел, молока, соли, сахара
 - 3) сливочного масла и красителей
 - 4)*растительных масел и животных жиров, гидрогенизированных масел, молока, соли, сахара, сливочного масла и красителей
7. Идентификационными признаками животных топленых жиров являются
- 1)*температура плавления
 - 2) кислотность
 - 3) прозрачность
 - 4)*вкус и запах
8. Сырьем для производства майонеза являются
- 1) молоко, сливочное масло, твердый растительный жир
 - 2)*рафинированное растительное масло, яйцо, уксус, горчица
 - 3) рафинированное и нерафинированное масло, животный жир
 - 4) гидрогенизированный растительный жир, соль, молоко
9. Вид растительного масла можно идентифицировать по
- 1)*жирно-кислотному составу
 - 2) наличию холестерина
 - 3) кислотному числу
 - 4) содержанию витамина Е
10. К растительным маслам относятся
- 1)*рапсовое, оливковое, арахисовое
 - 2) подсолнечное, кукурузное, крестьянское
 - 3) соевое, хлопковое, вологодское
 - 4) каноловое, любительское, пальмоядровое
11. Рафинация растительного масла это
- 1)*удаление из масла различных сопутствующих примесей (белковые вещества, пигменты, бензин и т.д.)
 - 2) удаление химических частиц
 - 3) извлечение масла из семян прессованием

- 4)извлечение масла из семян летучим растворителем
12. Идентификационным признаком оливкового масла является
- 1)содержание витамина Е
 - 2)содержание олеиновой кислоты
 - 3)влажность
 - 4)*цвет
13. Целью рафинации растительных масел является удаление
- 1)солей тяжелых металлов
 - 2)пигментов
 - 3)белков и свободных жирных кислот
 - 4)*солей тяжелых металлов, пигментов, белков и свободных жирных кислот
14. Укажите неверный ответ
- Дефектами майонеза являются
- 1)расслоение эмульсии
 - 2)прогорклый привкус
 - 3)*засахаривание
 - 4)неоднородность окраски
15. Мягкие маргарины отличаются
- 1)*повышенным содержанием натурального растительного масла
 - 2)повышенным содержанием молока
 - 3)пониженным содержанием витаминов
 - 4)повышенным содержанием сливочного масла
16. Идентификационным органолептическим признаком мягкого маргарина является
- 1)цвет
 - 2)вкус
 - 3)запах
 - 4)*консистенция
17. К животным топленым жирам относят
- 1)*говяжий, бараний, свиной
 - 2)сливочное масло, маргарин, овечий жир
 - 3)куриный, рыбий жир, майонез
 - 4)кулинарный жир, оливковое, арахисовое масло
18. Отличие маргарина от сливочного масла заключается в
- 1)наличии молочного жира
 - 2)содержании витаминов
 - 3)*наличии жиров растительного происхождения
 - 4)содержании насыщенных жирных кислот

Тема 2.9. Мясо и мясные товары

1. По упитанности мясо подразделяют на
- 1)сорта
 - 2)виды
 - 3)группы
 - 4)*категории
2. Сорт мяса зависит от
- 1)*вида отрубов
 - 2)вида животного
 - 3)пола животного
 - 4)упитанности животного
3. К отрубам мяса относятся
- 1)*корейка
 - 2)*окорок
 - 3)печень
 - 4)селезенка
4. Корейка – это

- 1)*спинная часть свиных туш
- 2)грудореберная часть туши
- 3)передние и задние окорока
- 4)грудобрюшная часть туши без костей
5. Клеймение мясных туш производится в зависимости от
 - 1)*категории упитанности
 - 2)используемой части туши
 - 3)термической обработки
 - 4)сроков хранения
6. Гомогенизированные продукты, приготовленные из мяса, субпродуктов или крови – это изделия
 - 1)тонко измельченная
 - 2)расфасованные для розничной продажи в качестве детского и диетического питания
 - 3)с массой нетто более 250 грамм
 - 4)*тонко измельченная, расфасованные для розничной продажи в качестве детского и диетического питания
7. Живая масса мяса это
 - 1)масса туши и внутреннего жира-сырца
 - 2)*масса животного за вычетом желудочно-кишечного тракта
 - 3)масса выраженная в %
8. По упитанности мясо говядины делят на
 - 1)*2 категории
 - 2)3 категории
 - 3)5 категорий
9. По упитанности мясо свинины делят на
 - 1)2 категории
 - 2)3 категории
 - 3)*5 категорий
10. Свинину делят на 7 отрубов с подразделением на
 - 1)высший, первый, второй сорт
 - 2)*первый и второй сорт
 - 3)высший и первый сорт
11. Субпродукты это
 - 1)язык, печень, почки
 - 2)мозги, сердце, вымя
 - 3)*съедобные второстепенные продукты убоя скота
 - 4)мышцы, шпиг
12. По упитанности и качеству обработки тушки птицы всех видов делят на
 - 1)*2 категории
 - 2)3 категории
 - 3)4 категории
 - 4)5 категорий
13. По качеству дичь подразделяют на сорта
 - 1)высший, первый, второй
 - 2)*первый и второй
 - 3)высший и первый
 - 4)первый и второй
14. Маркировку мяса производят
 - 1)штампованием
 - 2)*клеймением
 - 3)ярлыками
 - 4)казеиновыми буквами
15. Колбасными называют изделия из мясного фарша
 - 1)в оболочке

- 2) без оболочки
 - 3) подвергнутые и неподвергнутые тепловой обработке
 - 4) *в оболочке, без оболочки, подвергнутые и неподвергнутые тепловой обработке
16. Укажите пример, где указаны только колбасные изделия
- 1) сосиски, вареная колбаса, полукопченая колбаса, бекон
 - 2) *студни, паштеты, ливерная колбаса, кровяная колбаса
 - 3) сардельки, колбасный сыр, сырокопченая колбаса, зельц
 - 4) мясной хлеб, корейка, грудинка, черный пудинг
17. Сырокопченые колбасы отличаются
- 1) *более плотной консистенцией
 - 2) рисунком фарша на разрезе
 - 3) глубокой термической обработкой при производстве
 - 4) наличием субпродуктов
18. Вареные колбасы отличаются
- 1) наличием субпродуктов
 - 2) мягкой консистенцией
 - 3) повышенным содержанием влаги
 - 4) *мягкой консистенцией, повышенным содержанием влаги, особенностями производства
19. В ассортимент полукопченых колбас входят
- 1) любительская, докторская, языковая, прессованная
 - 2) сардельки свиные, сосиски русские, экстра, слоеная
 - 3) *краковская, одесская, полтавская, прима
 - 4) московская, сервелат, останкинская, столичная
20. Основными дефектами колбасных изделий являются
- 1) *желтый шпик
 - 2) *серые пятна, рыхлый разрезающийся фарш
 - 3) серая гниль
 - 4) розовый шпик
21. Оптимальными условиями и сроками хранения вареных колбас являются
- 1) температура минус 10°C 3 суток
 - 2) температура 18°C 5 суток
 - 3) *температура до 8°C 3 суток
 - 4) минус 4°C 9 месяцев
22. К солено-копченым мясным изделиям относятся
- 1) *рулеты
 - 2) *окорока
 - 3) субпродукты
 - 4) сервелат
23. Вареные колбасы это изделия из
- 1) *колбасного фарша в оболочке, подвергнутые обжарке, варке и охлаждению
 - 2) колбасного фарша в оболочке, подвергнутые обжарке, варке, копчению и сушке
 - 3) колбасного фарша в оболочке, подвергнутые обжарке, копчению и сушке
24. По качеству основного сырья сырокопченые колбасы делят на
- 1) высший, первый, второй сорт
 - 2) первый и второй сорт
 - 3) *высший и первый сорт

Тема 2.10. Рыба и рыбные товары

1. Промысловые рыбы классифицируют по
- 1) термической обработке
 - 2) *строению скелета
 - 3) *месту обитания
 - 4) длине
2. В зависимости от места обитания и образа жизни, рыбы подразделяются на следующие группы

- 1)*морские
 - 2)речные
 - 3)*пресноводные
 - 4)проходящие
3. Пищевая ценность рыбных товаров обусловлена наличием
- 1)*большого количества полноценных белков
 - 2)*разнообразных макро и микро элементов
 - 3)казеина
 - 4)витамина С
4. Основными промысловыми семействами рыб являются
- 1)китовые
 - 2)*осетровые
 - 3)*лососевые
 - 4)крабовые
5. Рыбные товары это
- 1)салака, треска, копченая сельдь, крабы, грудинка
 - 2)*осетр, судак, вобла, теша, икра
 - 3)балык, морская капуста, креветки
 - 4)корюшка, рыбные консервы, кальмар, бекон
6. Зернистая икра осетровых рыб это
- 1)*наиболее крупные икринки с крепкими оболочками
 - 2)мелкая икра со слабыми оболочками
 - 3)разрезанные на куски незрелые ястыки
 - 4)целые ястыки
7. Паюсная икра осетровых рыб это
- 1)наиболее крупные икринки с крепкими оболочками
 - 2)*мелкая икра со слабыми оболочками
 - 3)разрезанные на куски незрелые ястыки
 - 4)целые ястыки
8. Более короткие сроки хранения пресервов по сравнению с рыбными консервами объясняются
- 1)*отсутствием стерилизации при производстве продукции
 - 2)наличием пряной заливки
 - 3)использованием овощных добавок
 - 4)использованием мелкой свежей и соленой рыбы
9. Укажите неверный ответ
- На крышке нелитографированной металлической банки с рыбными консервами выштамповывают
- 1)дату изготовления продукции(6 знаков)
 - 2)номер завода и ассортиментный знак
 - 3)*дату изготовления продукции(3 знаков)
 - 4)номер смены и индекс рыбной промышленности
10. К допустимым (малозначительным) дефектам рыбных консервов относятся
- 1)*деформация корпуса в виде неострых граней
 - 2)нарушение герметичности
 - 3)*небольшая помятость
 - 4)бамбаж
11. В зависимости от особенности сырья, соленую рыбу подразделяют на
- 1)*3 группы
 - 2)2 группы
 - 3)4 группы
12. Зябренная рыба это
- 1)разрезанная по брюшку до анального отверстия
 - 2)*с удаленными жабрами и частично внутренностями

3) с отсеченной головой
Время выполнения – 30 минут

Раздел 4. МДК 01.04 Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда

Тема 4.4. Краткая характеристика основных групп торгового оборудования

Вариант 1

1. Составляющими процесса товародвижения являются
 - 1) торговые весы
 - 2) контрольно-кассовые машины
 - 3) маркираторы
 - 4) стеллажи
2. Составляющим процесса товародвижения является
 - 1) баннер
 - 2) банет
 - 3) диспенсер
 - 4) сканер
3. На предприятиях оптовой торговли используются
 - 1) автомобильные весы
 - 2) банет
 - 3) морозильный ларь
 - 4) охранный система видео-наблюдения
4. Для товароснабжения магазинов используются
 - 1) автофургоны
 - 2) стеллажи
 - 3) штабелеры
 - 4) системы пожарной сигнализации
5. Перед проведением комплексной механизации оптового торгового предприятия предварительно необходимо
 - 1) приобрести подъемно-транспортное оборудование
 - 2) обеспечить в складских помещениях заданный уровень температуры
 - 3) уменьшить финансовые затраты на хранения товаров
 - 4) установить стеллажи для хранения товаров
6. Тара-оборудование предназначено для
 - 1) хранения
 - 2) укладки
 - 3) транспортирования
 - 4) демонстрации товаров
7. Требования к таре-оборудованию
 - 1) иметь многоцелевое назначение
 - 2) контейнеры обязательно должны быть складными
 - 3) иметь надежное антикоррозионное покрытие
 - 4) обеспечивать быстрое вскрытие тары
8. Повышение температуры хладагента происходит в холодильного агрегата
 - 1) конденсаторе
 - 2) испарителе
 - 3) компрессоре
 - 4) терморегулирующем вентиле
9. Понижение давления хладагента происходит в холодильного агрегата
 - 1) конденсаторе
 - 2) испарителе
 - 3) компрессоре
 - 4) терморегулирующем вентиле

10. Аммиак

- 1) является самым дешевым хладагентом
- 2) является самым дорогим хладагентом
- 3) является самым токсичным хладагентом
- 4) является самым озоноразрушающим хладагентом
- 5) запрещен к использованию с 1989 года
- 6) запрещен к использованию с 2020 года
- 7) его использование увеличивается

Вариант 2

1. Составляющими процесса товародвижения являются

- 1) автопогрузчики
- 2) рекламный плакат
- 3) маркиратор
- 4) автомобильные весы

2. Составляющим процесса товародвижения является

- 1) поддон
- 2) маркиратор
- 3) весы
- 4) кассовый терминал

3. На предприятиях оптовой торговли используются

- 1) автопогрузчики
- 2) весы
- 3) маркиратор
- 4) кондиционеры

4. Для товароснабжения магазинов используются

- 1) рефрижератор
- 2) банет
- 3) морозильный ларь
- 4) охранная система видеонаблюдения

5. Для механизации технологических процессов товародвижения на оптовых предприятиях предварительно необходимо

- 1) подготовить подъездные пути к складу
- 2) установить рампу для ж/д вагонов
- 3) установить немеханическое оборудование для хранения товаров
- 4) установить камеры видео-наблюдения

6. Тара-оборудование предназначено для

- 1) доставки
- 2) продажи
- 3) взвешивания
- 4) хранения товаров

7. Требования к таре-оборудованию

- 1) обеспечивать сохранность товара от механических повреждений
- 2) обеспечивать максимальное использование площади и объема складов
- 3) соответствовать размерам стандартных поддонов
- 4) иметь высокую прочность

8. В конденсаторе при высокой температуре происходит

- 1) охлаждение хладагента
- 2) нагрев хладагента
- 3) испарение хладагента
- 4) повышение давления

9. Кипение хладагента происходит в холодильного агрегата

- 1) конденсаторе

- 2) испарителе
 - 3) компрессоре
 - 4) терморегулирующем вентиле
10. Охлаждение хладагента происходит в холодильного агрегата
- 1) конденсаторе
 - 2) испарителе
 - 3) компрессоре
 - 4) терморегулирующем вентиле

Вариант 3

1. Составляющим процесса товародвижения является

- 1) баннер
- 2) бонет
- 3) диспенсер
- 4) сканер

2. При оптимизации товародвижения уменьшаются

- 1) затраты на торговое оборудование
- 2) затраты ручного труда
- 3) скорость продвижения товара
- 4) число звеньев процесса товародвижения

3. На предприятиях оптовой торговли используются

- 1) примерочная кабинка
- 2) кассовый терминал
- 3) стационарная холодильная камера
- 4) электропогрузчики

4. Для товароснабжения магазинов используются

- 1) автопогрузчик
- 2) весы
- 3) холодильный шкаф
- 4) кассовый терминал

5. Для механизации технологических процессов товародвижения на оптовых предприятиях предварительно необходимо

- 1) проводить пакетирование тарно-штучных грузов
- 2) пакетировать грузы на поддонах стандартных размеров
- 3) обеспечить в складских помещениях заданный уровень влажности
- 4) сократить пути перемещения грузов

6. Требования к таре-оборудованию

- 1) обеспечивать сохранность товара от механических повреждений
- 2) обеспечивать максимальное использование площади и объема складов
- 3) соответствовать размерам стандартных поддонов
- 4) иметь высокую прочность

7. При использовании тары-оборудования уменьшается

- 1) количество ручных перекладок товара
- 2) расходы на торговую мебель
- 3) коэффициент использования площади склада
- 4) число работников, занятых на погрузочно-разгрузочных работах на этапе товароснабжения магазина

8. Хладагент закипает при низкой температуре за счет

- 1) нагрева в конденсаторе
- 2) понижения давления
- 3) повышения давления
- 4) охлаждения в испарителе

9. Хладагент переходит из газообразного в жидкое состояние

- 1) при высокой температуре в конденсаторе

- 2)за счет понижения давления
- 3)за счет повышения давления
- 4)при низкой температуре в испарителе
- 10. Хладагент переходит из жидкого в газообразное состояние при низкой температуре
 - 1)за счет охлаждения в конденсаторе
 - 2)за счет понижения давления
 - 3)за счет повышения давления
 - 4)при высокой температуре в конденсаторе

6.2 Примеры контрольных работ

Раздел 2. МДК 01.02 Товароведение продовольственных товаров

1. Строение и химический состав зерна на примере зерна пшеницы. Распределение питательных веществ по анатомическим частям.
2. Классификация и пищевая ценность сахара. Хранение. Дефекты и причины их возникновения.
3. Классификация и пищевая ценность семечковых и косточковых плодов. Дефекты и болезни.
4. Классификация и пищевая ценность чая и чайных напитков. Хранение. Дефекты и фальсификация.
5. Классификация и пищевая ценность кофе и кофейных напитков. Хранение. Дефекты и фальсификация.
6. Классификация и пищевая ценность молока. Хранение. Дефекты и причины их возникновения.
7. Классификация и пищевая ценность кисломолочных напитков. Хранение. Дефекты и причины их возникновения.
8. Мясо убойных животных. Товароведная классификация мяса. Пищевая ценность. Клеймение и маркировка мяса.
9. Классификация и пищевая ценность икорной продукции. Дефекты и причины их возникновения. Транспортирование и хранение.
10. Классификация и пищевая ценность продуктов из нерыбных объектов водного промысла. Транспортирование и хранение. Дефекты и причины их возникновения.
11. Классификация консервов и пресервов из рыбы и морепродуктов. Хранение. Дефекты и причины их возникновения.
12. Классификация и способы производства пшеничного и ржаного хлеба.
13. Классификация и пищевая ценность крахмала. Хранение. Дефекты и причины их возникновения.
14. Классификация и пищевая ценность меда. Хранение. Дефекты и фальсификация меда.

Вариант контрольной работы соответствует первой букве фамилии студента.

Номер варианта	Первая буква фамилии
1	А; Б
2	В; Г
3	Д; Е
4	Ж; З
5	И; К
6	Л; М
7	Н; О
8	П; Р
9	С; Т
10	У; Ф

11	Ш; Я
12	Щ; Ц
13	Х; Ч
14	Э; Ю

Раздел 4. МДК 01.04 Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда

Вопросы для контрольной работы

1. Актуальность и возрастающее значение курса в современных условиях.
2. Развитие материально-технической базы торговли в условиях рыночных отношений.
3. Научно-технический прогресс и его влияние на развитие торговли.
4. Примеры использования результатов научно-технического прогресса в торговле
5. Товародвижение. Звенья процесса товародвижения
6. Составляющие процесса товародвижения.
7. Условия оптимизации процесса товародвижения.
8. Роль технических средств в организации товародвижения и технологических процессах.
9. Классификация и краткая характеристика оборудования оптовых складов.
10. Средства механизации и автоматизации оптового звена
11. Назначение, работа и условия эксплуатации ручной гидравлической тележки
12. Назначение, работа и условия эксплуатации электропогрузчика
13. Назначение, работа и условия эксплуатации тележек-штабелеров
14. Особенности устройства и работы складов на оптовых торговых предприятиях
15. Классификация и краткая характеристика оборудования для розничной торговли.
16. Классификация и краткая характеристика оборудования для товароснабжения магазинов и других коммерческих организаций.
17. Механизация и автоматизация технологических процессов на торговых предприятиях.
18. Комплексная механизация процессов в торговле
19. Основные факторы, учитываемые при разработке схем механизации технологических процессов на торговых предприятиях.
20. Предварительные условия, необходимые для механизации и автоматизации технологических процессов на предприятиях оптовой торговли.
21. Предварительные условия, необходимые для механизации и автоматизации технологических процессов на предприятиях розничной торговли.
22. Цели и основные этапы механизации и автоматизации.
23. Стадии механизации и автоматизации технологических процессов на торговых предприятиях.
24. Примеры механизации технологических процессов на торговых предприятиях.
25. Примеры автоматизации технологических процессов на торговых предприятиях.

Итоговое задание

Итоговым заданием при изучении курса «Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда» является выполнение проекта технического перевооружения торгового предприятия.

Для выполнения этого задания рекомендуется выбрать какой-либо небольшой магазин и провести его техническое перевооружение. То есть проанализировать характеристики действующего оборудования, сравнить с характеристиками современного

оборудования и обосновать замену оборудования на более совершенное. Возможно также введение каких-нибудь новых позиций торгового оборудования, которых не было раньше.

Пример выполнения такого задания с замечаниями прилагается.

Пример выполнения итогового задания

Справка о магазине «ФИЛ»

Магазин «ФИЛ» - обычный придомовой магазин со средним продовольственным ассортиментом, также в продаже имеются сопутствующие бытовые товары.

Достоинства:

- Есть безналичный расчет;
- Удобное расположение для жителей близ лежащих домов;
- Товар закупается мелкими партиями, поэтому продукция всегда свежая.

Недостатки:

- Работает не круглосуточно (с 9:00 до 22:00);
- Неудобная планировка, как следствие дискомфорт нахождения в магазине

для

покупателей;

1. Планировка (расстановка) оборудования до перевооружения

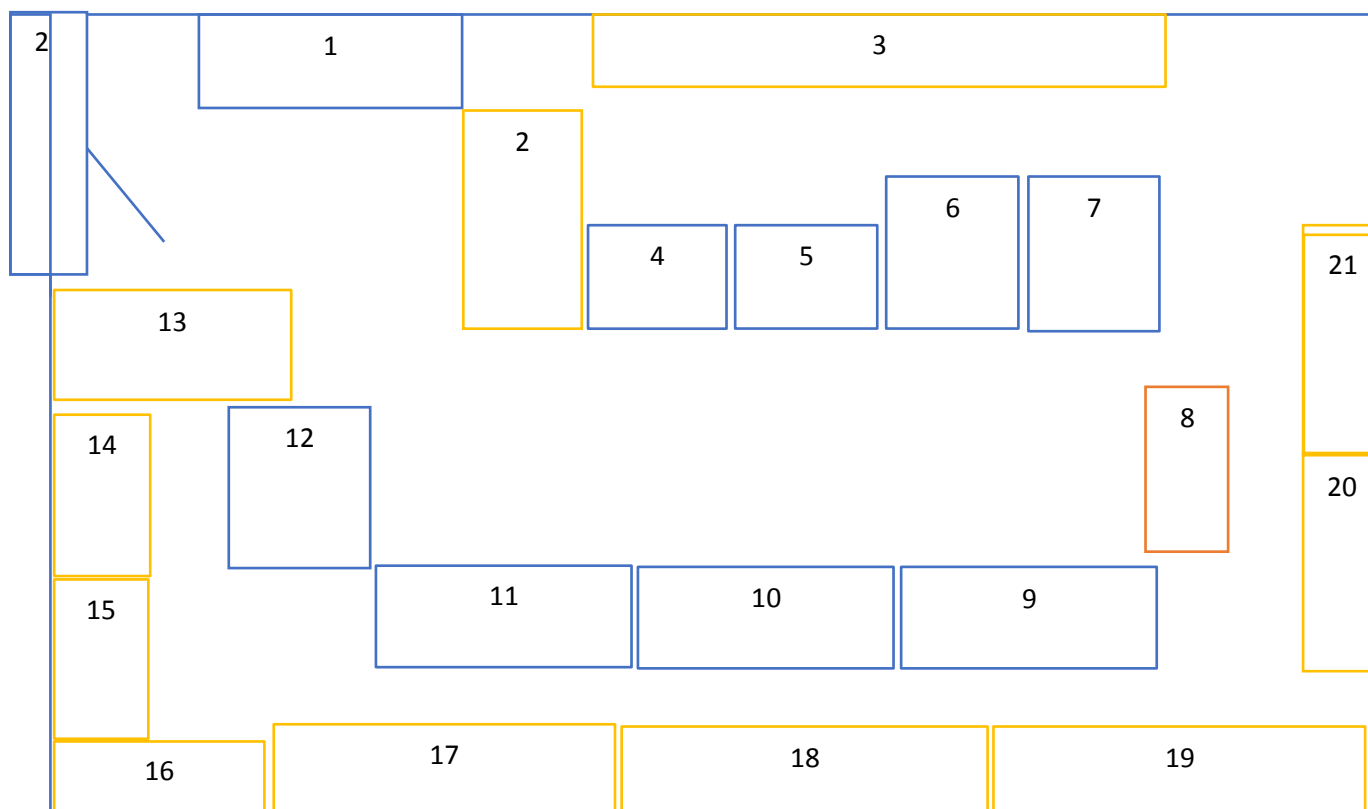


Рис.1 Планировка (расстановка) оборудования до перевооружения

1 – Стекланные холодильные шкафы-купе с пивом и водой;

2 – Торговая витрина с конфетами и шоколадом;

3 – Стеллажи металлические с алкогольной продукцией (Водка, Вино, Коньяк и т.д.);

4 – Морозильный ларь прямым стеклом с замороженными овощами;

5 – Морозильный ларь прямым стеклом с мороженым;

6 – Морозильный ларь с прямым стеклом полуфабрикатами;

7 – Морозильный ларь с прямым стеклом полуфабрикатами;

8 – Прилавок с кассой мелкими сопутствующими товарами;

9 – Холодильная витрина с сыром и сырными продуктами;

- 10 – Холодильная витрина с колбасой и готовыми и мясными продуктами;
- 11 – Холодильная витрина с рыбой и морепродуктами;
- 12 – Морозильный ларь с прямым стеклом с замороженными мясом;
- 13 – Витрина с бытовой химией и сопутствующими товарами;
- 14 – Витрина с бытовой химией;
- 15 – Стеллаж для хлебобулочных изделий;
- 16 – Стеллаж для хлеба;
- 17 – Витрина с кондитерскими изделиями;
- 18 – Стеллаж металлический с соусами и приправами;
- 19 – Стеллаж металлический с чипсами и различными снеками;
- 20 – Шкаф для сигарет с раздвижными дверями для сигарет;
- 21 – Стеллажи металлические с водами и соками;
- 22 – Холодильная витрина с овощами и фруктами;

Недостатки плана магазина:

- Из-за холодильных витрин, не видно полностью стеллажей, поэтому покупателям приходится тянуться;
- Также из-за неудачной расстановки торгового оборудования на полу стоят: воды (5 л), мешки с овощами и др. тяжелые продукты, что мешает покупателям ознакомиться с ассортиментом;
- Так как нет самообслуживания, на кассе выстраивается очередь вдоль витрин, что также мешает полноценно ознакомиться с ассортиментом;
- Морозильное оборудование стоит в разных местах, что неудобно для покупателей (приходится переходить из одного края зала в другой.)
- Холодильные витрины заполнены не полностью/полупустые (неэффективное использование)
- Оборудование поставлено таким образом, что продавец может не заметить кражи товара (особенно со стеклянные холодильные шкафы-купе с пивом и водой №1), а противокражной системы нет.

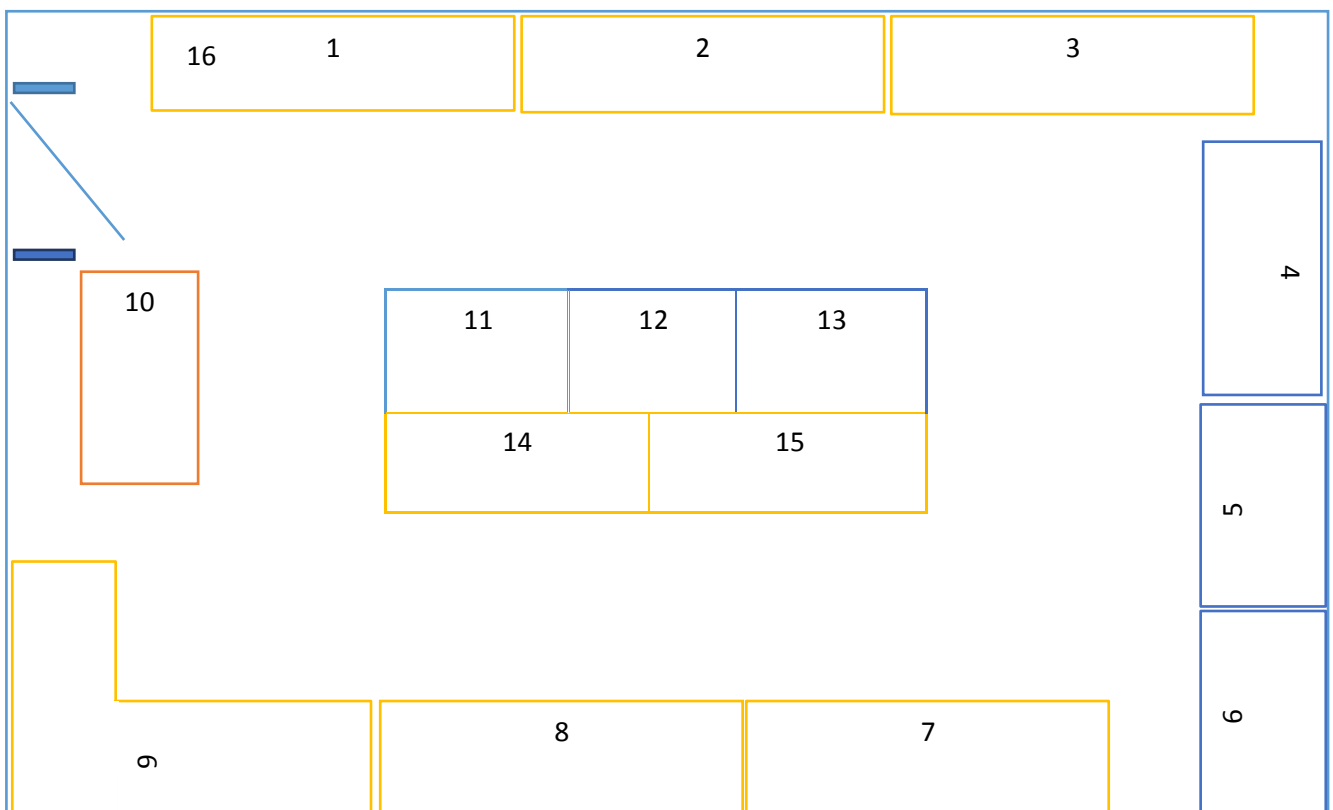


Рис.2 Планировка и расстановка оборудования после перевооружения

- 1 – Стеллаж металлический с бытовой химией и сопутствующими товарами;
- 2 – Стеллаж металлический с крупами и едой быстрого приготовления;
- 3 – Стеллаж металлический с соусами и приправами;
- 4 – Холодильная витрина с колбасами, готовыми мясными продуктами, сырами и готовыми рыбными и морепродуктами;
- 5 – Холодильная витрина с овощами и фруктами;
- 6 – Стеклохолодильные шкафы-купе с пивом и водой;
- 7 – Стеллажи металлические с алкогольной продукцией (Водка, Вино, Коньяк и т.д.);
- 8 – Стеллажи металлические с водами и соками;
- 9 – Стеллаж для хлебобулочных изделий;
- 10 – Прилавок кассовый с мелкими сопутствующими товарами;
- 11 – Морозильный ларь с мороженым;
- 12 – Морозильный ларь с гнутым стеклом с замороженными мясом;
- 13 – Морозильный ларь с гнутым стеклом с полуфабрикатами;
- 14 – Торговая витрина с конфетами и шоколадом;
- 15 – Стеллаж металлический с чипсами и различными снеками;
- 16 – противокражная система (рамка+радиометки)

Достоинства перепланировки магазина:

- Самообслуживание, позволит покупателям выбрать продукт самому, без участия продавца консультанта;
- Замена холодильных витрин, на горки холодильные, для экономии пространства и эффективного использования оборудования;
- Замена морозильных ларей с прямым стеклом на морозильные лари с гнутым стеклом;
- Расстановка оборудования одного назначения (например, морозильного) в одном краю магазина.
- Установка противокражной системы.

Замечания по примеру выполнения итогового задания

1) При техническом перевооружении магазина необходимо сохранить его действующую организационную форму и менять оборудование только в ее рамках. То есть, если первоначальная форма продажи в магазине – через прилавок, то и оборудование меняем так, чтоб оно подходило именно торговле через прилавок. Если же это магазин самообслуживания, то и оборудование меняем соответственное этой форме.

2) Замена холодильных витрин на холодильные горки является нерациональной для торговли через прилавок, т.к. продавец там сам выдает товар покупателю. Это значит, что необходимости в холодильных горках просто нет. Также у холодильных горок значительно выше затраты на электроэнергию, потому что они являются открытыми, и холодный воздух попадает в помещение. Плюс ко всему, продавцу нельзя весь день стоять у холодильной горки, так как это будет вредно для его здоровья из-за постоянного потока холодного воздуха оттуда.

3) Замена морозильных ларей с прямым стеклом на морозильные лари с гнутым стеклом будет

– с экономической точки зрения убыточным. Так как придется покупать новое оборудование и продавать старое по заниженной цене (т.к. оно б/у), а из-за этого можно потерять десятки тысяч рублей.

– с потребительской точки зрения практически бессмысленным, т.к. холодильные лари с гнутым стеклом почти ничем не отличаются от холодильных ларей с прямым стеклом, за исключением того, что многие потребители чисто визуально предпочитают холодильные лари с гнутым стеклом, что лишь незначительно влияет на степень удовлетворенности покупателей.

4) Расстановка оборудования одного назначения в одном краю магазина будет нецелесообразной, т.к. в магазинах, где продажа ведется через прилавок, как правило,

небольшая площадь помещения. Поэтому в первую очередь нужно думать о том, чтобы в имеющемся пространстве расположить оборудование максимально рационально. Также в магазинах самообслуживания оборудование расставляется согласно правилам мерчендайзинга, чтобы стимулировать продажи. Но в магазинах с прилавочной формой, вероятно, не придется обходить весь магазин, чтобы рассмотреть весь товарный ассортимент и практически все товары можно увидеть с одной точки.

5) Противокражная система в виде рамок с радиометками подходит для магазинов самообслуживания, но не для магазинов с прилавочной формой продаж, т.к. в таких магазинах товары обычно не защищаются противокражными датчиками.

Таким образом, все техническое перевооружение было произведено с учетом изменения прилавочной формы продаж на самообслуживание. А изменять организационную форму недопустимо.

Ожидаемые результаты:

1) закрепление теоретических знаний в области эксплуатации, технического обслуживания и ремонта торгового оборудования;

2) овладение навыками выбора варианта оборудования, оптимального по своим характеристикам для заданных условий;

3) овладение навыками разрабатывать предложения по оснащению оборудованием вновь создаваемых предприятий и техническому перевооружению действующих предприятий.

6.3 Практические задания к экзамену

Раздел 1. МДК 01.01 Основы управления ассортиментом товаров

Задание 1

1. 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 в мире - 100 тысяч наименований;

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

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

3. В новом универсальном магазине необходимо сформировать рациональный ассортимент непродовольственных товаров с $Kp=16\%$. Базовая широта по каталогу составляет 1000, фактически на момент открытия было заведено 700 наименований товара. $Ky=60\%$; $Kн=15\%$ (определен по нормативным документам). Рассчитать коэффициент полноты и показатель устойчивости ассортимента ($Квш=0,4$; $Квп=0,2$; $Кву=0,3$; $Квн=0,1$)

4. Из 55 наименований товаров в магазин поступило 10 новых видов. Рассчитать коэффициент новизны, коэффициенты широты и устойчивости ассортимента, если максимально возможное количество наименований товаров у данного вида магазина принято 120, а постоянным спросом пользуется 27 наименований продуктов

5. В отделе канцелярских товаров магазина в ассортименте имеется 20 наименований шариковых ручек по средней цене 59 рублей, 35 наименований карандашей по средней цене 39,5 рубля; 3 вида стирательных резинок по цене 21 рубль и 5 видов линеек по средней цене 30,5 рублей. Определить структуру ассортимента товаров в натуральном и денежном выражении.

6. Рассчитать коэффициент широты ассортимента по следующим данным:

а) В магазине реализуется 10000 товарных единиц, при максимально возможных 12000,

- б) в магазине «Три кота» реализуется 17 тысяч наименований товаров, тогда как в магазине «Реми» - 24 тысячи наименований;
- в) в продаже в течение месяца находилось 3 модели женских сапог, 5 моделей мужских ботинок, 6 моделей детских полусапог, 5 видов средств по уходу за обувью и 5 видов носочно-чулочных изделий, тогда как ассортиментный перечень предусматривал 5, 4, 8, 5 и 10 видов товаров соответственно.
7. В ассортименте магазина в наличии имеется 43 наименований товаров, в т.ч. 8 видов товара однородной группы. 23 вида обладают способностью постоянно удовлетворять устойчивый спрос покупателей. В течение месяца в ассортименте магазина появилось 5 видов новых товаров. Рассчитать коэффициент рациональности и коэффициент новизны ассортимента, если $Шб=100$; $Пб=20$; $Квш=0,3$; $Квп=0,2$; $Кву=0,2$; $Квн=0,3$
8. В новом универсальном магазине необходимо сформировать рациональный ассортимент непродовольственных товаров с $Kp=14\%$. Базовая широта по каталогу составляет 1050, фактически на момент открытия было заведено 800 наименований товара. $Ky=60\%$; $Kн=15\%$ (определен по нормативным документам). Рассчитать коэффициент полноты ассортимента ($Kвш=0,4$; $Квп=0,2$; $Кву=0,3$; $Квн=0,1$)
9. Из 60 наименований товаров в магазин поступило 15 новых видов. Рассчитать коэффициент новизны, коэффициенты широты и устойчивости ассортимента, если максимально возможное количество наименований товаров у данного вида магазина принято 140, а постоянным спросом пользуется 47 наименований продуктов
10. В отделе обувных товаров магазина в ассортименте имеется 20 наименований туфель женских по средней цене 2900 рублей, 35 наименований полуботинок по средней цене 3950 рублей; 13 видов сапог по цене 8321 рубль и 5 видов домашних туфель по средней цене 350 рублей. Определить структуру ассортимента товаров в натуральном и денежном выражении.
11. Рассчитать коэффициент полноты ассортимента по следующим данным:
- а) В магазинах реализовано 15 моделей телевизоров при плане (согласно договору поставки) 20,
- б) в стране выпускается 13 тысяч наименований игрушек, тогда как в мире - 80 тысяч наименований;
- в) в продаже в течение месяца находилось 13 модели женских сапог, тогда как ассортиментный перечень предусматривал 15 моделей.
12. В ассортименте магазина в наличии имеется 78 наименований товаров, в т.ч. 28 видов товара однородной группы. 45 видов обладают способностью постоянно удовлетворять устойчивый спрос покупателей. В течение месяца в ассортименте магазина появилось 9 видов новых товаров. Рассчитать коэффициент рациональности и коэффициент новизны ассортимента, если $Шб=100$; $Пб=36$; $Квш=0,3$; $Квп=0,2$; $Кву=0,2$; $Квн=0,3$
13. В новом универсальном магазине необходимо сформировать рациональный ассортимент непродовольственных товаров с $Kp=18\%$. Базовая широта по каталогу составляет 1100, фактически на момент открытия было заведено 900 наименований товара. $Ky=60\%$; $Kн=15\%$ (определен по нормативным документам). Рассчитать коэффициент полноты и показатель устойчивости ассортимента ($Kвш=0,4$; $Квп=0,2$; $Кву=0,3$; $Квн=0,1$)
14. Из 155 наименований товаров в магазин поступило 20 новых видов. Рассчитать коэффициент новизны, коэффициенты широты и устойчивости ассортимента, если максимально возможное количество наименований товаров у данного вида магазина принято 220, а постоянным спросом пользуется 77 наименований продуктов
15. В отделе кондитерских товаров магазина в ассортименте имеется 20 наименований мармеладных конфет по средней цене 159 рублей, 35 наименований шоколадных конфет по средней цене 395 рублей; 3 вида карамели по цене 121 рублю и 5 видов ириса по средней цене 305 рублей. Определить структуру ассортимента товаров в натуральном и денежном выражении.
16. Рассчитать коэффициент полноты ассортимента по следующим данным:

- а) В магазинах реализовано 25 моделей стиральных машин при плане (согласно договору поставки) 34,
- б) в городе выпускается 17 наименований диванов, тогда как в России - 1 тысяча наименований;
- в) в продаже в течение месяца находилось 3 модели женских пальто, тогда как ассортиментный перечень предусматривал 5 моделей.
17. В ассортименте магазина в наличии имеется 94 наименований товаров, в т.ч. 18 видов товара однородной группы. 63 видов обладают способностью постоянно удовлетворять устойчивый спрос покупателей. В течение месяца в ассортименте магазина появилось 5 видов новых товаров. Рассчитать коэффициент рациональности и коэффициент новизны ассортимента, если $Шб=120$; $Пб=20$; $Квш=0,3$; $Квп=0,2$; $Кву=0,2$; $Квн=0,3$
18. В новом универсальном магазине необходимо сформировать рациональный ассортимент непродовольственных товаров с $Кр=20\%$. Базовая широта по каталогу составляет 1250, фактически на момент открытия было заведено 1000 наименований товара. $Ку=60\%$; $Кн=15\%$ (определен по нормативным документам). Рассчитать коэффициент полноты и показатель устойчивости ассортимента ($Квш=0,4$; $Квп=0,2$; $Кву=0,3$; $Квн=0,1$)
19. Из 900 наименований товаров в магазин поступило 70 новых видов. Рассчитать коэффициент новизны, коэффициенты широты и устойчивости ассортимента, если максимально возможное количество наименований товаров у данного вида магазина принято 1200, а постоянным спросом пользуется 627 наименований продуктов
20. В отделе канцелярских товаров магазина в ассортименте имеется 20 наименований тетрадей в клетку по средней цене 19 рублей, 35 наименований тетрадей в линейку по средней цене 39,5 рубля; 3 вида стирательных резинок по цене 21 рубль и 5 видов линеек по средней цене 30,5 рублей. Определить структуру ассортимента товаров в натуральном и денежном выражении.
21. В новом универсальном магазине необходимо сформировать рациональный ассортимент непродовольственных товаров с $Кр=14\%$. Базовая широта по каталогу составляет 1050, фактически на момент открытия было заведено 800 наименований товара. $Ку=60\%$; $Кн=15\%$ (определен по нормативным документам). Рассчитать коэффициент полноты ассортимента ($Квш=0,4$; $Квп=0,2$; $Кву=0,3$; $Квн=0,1$)
22. Из 60 наименований товаров в магазин поступило 15 новых видов. Рассчитать коэффициент новизны, коэффициенты широты и устойчивости ассортимента, если максимально возможное количество наименований товаров у данного вида магазина принято 140, а постоянным спросом пользуется 47 наименований продуктов
23. В отделе обувных товаров магазина в ассортименте имеется 20 наименований туфель женских по средней цене 2900 рублей, 35 наименований полуботинок по средней цене 3950 рублей; 13 видов сапог по цене 8321 рубль и 5 видов домашних туфель по средней цене 350 рублей. Определить структуру ассортимента товаров в натуральном и денежном выражении.
24. Рассчитать коэффициент полноты ассортимента по следующим данным:
- а) В магазинах реализовано 15 моделей телевизоров при плане (согласно договору поставки) 20,
- б) в стране выпускается 13 тысяч наименований игрушек, тогда как в мире - 80 тысяч наименований;
- в) в продаже в течение месяца находилось 13 модели женских сапог, тогда как ассортиментный перечень предусматривал 15 моделей.
25. В ассортименте магазина в наличии имеется 78 наименований товаров, в т.ч. 28 видов товара однородной группы. 45 видов обладают способностью постоянно удовлетворять устойчивый спрос покупателей. В течение месяца в ассортименте магазина появилось 9 видов новых товаров. Рассчитать коэффициент рациональности и коэффициент новизны ассортимента, если $Шб=100$; $Пб=36$; $Квш=0,3$; $Квп=0,2$; $Кву=0,2$; $Квн=0,3$

Задание 2

1. В адрес магазина поступил контейнер за пломбами изготовителя. При осмотре контейнера установлено, что оттиски пломб не соответствуют товаросопроводительным документам. Опишите действия материально-ответственных лиц при приемке товара?
2. При выгрузке товара из контейнера от органов транспорта установлено, что несколько ящиков имеют механические повреждения, содержимое в них частично отсутствует. Опишите действия материально-ответственных лиц при приемке товара?
3. По истечении установленных сроков приемки по качеству были обнаружены скрытые производственные дефекты трикотажных изделий (малозаметная штопка). Может ли продавец в этом случае предъявить претензии предприятию-изготовителю?
4. В адрес магазина поступил контейнер с обувью. В контейнере 50 транспортных коробок обуви по 10 пар в каждой. При приемке обнаружилось, что 5 коробка подмочена. Действия персонала при приемке товара?
5. В адрес магазина поступил контейнер с одеждой по железной дороге. При осмотре контейнера на станции железной дороги обнаружено расхождение в количестве мест товара. Действия получателя при приемке товара?
6. Во время приемки товара по качеству обнаружилось несоответствие товара по качеству, представитель поставщика для участия в приемке не явился. Опишите дальнейшие действия материально-ответственных лиц при приемке товара?
7. При поступлении товара в магазин, отсутствовали сопроводительные документы. Как должен осуществить приемку товара по количеству и качеству персонал магазина?
8. В магазин поступил товар, количество которого не соответствует накладной. Дальнейшие действия персонала магазина?
9. В адрес Вашей фирмы по железной дороге поступили детские текстильные изделия. Товар упакован в текстильные мешки. При выгрузке из вагона обнаружено, что часть мешков подмочена. Ваши действия при приемке товара по количеству и качеству?
10. В магазин поступила скоропортящаяся продукция. Укажите сроки приемки продукции по количеству и качеству? Кто со стороны получателя имеет право осуществить приемку продукции по количеству?
11. При поступлении трикотажных изделий в магазин централизованно от поставщика установлено, что в двух транспортных местах недостача по 1 штуке изделий. В договоре на поставку изделий реквизит «приемка товаров» отсутствует. Укажите правила приемки товаров по количеству и качеству.
12. В торговое предприятие № 15 поступил товар на сумму 120 тыс. руб. При приемке товара оказалось, что товар на сумму 18 тыс. руб. по качеству не соответствует требованиям стандарта, на сумму 250 руб. не имеют маркировки. Ваши действия. Ответьте аргументировано со ссылками на нормативные акты.
13. В торговое предприятие № 5 поступил товар в количестве 1500 кг на сумму 67,5 тыс. руб. При приемке установлена недостача – 19 кг, товар в количестве 15 кг реализации не подлежит как недоброкачественный. Ваши действия. Ответьте аргументировано со ссылками на нормативные акты.
14. Магазин получил товар в 8 единицах тары-оборудования. В каждой единице тары-оборудования по 1250 штук товара на сумму 105000 руб. При приемке было обнаружено, что 2-е единицы тары-оборудования – неопломбированы, в трех – нарушена схема укладки и недостача составляет – 12 единиц товара. Укажите особенности приемки товара, поступившего в тары-оборудовании? Ваши действия. Ответьте аргументировано со ссылками на нормативные акты.
15. В магазин № 10 ООО «Гермес» 20.02 текущего года поступило 100 банок консервов овощных по товарно-транспортной накладной № 123456 от 20.02 т.г. на сумму 340000 руб. Поставщик – плодоовощная база «Сокольники». При приемке в 8-м по счету ящике обнаружен бомбаж 18 банок. Как должны поступить в данной ситуации работники магазина? В какой срок должен явиться представитель поставщика для участия в приемке товара? Ответьте аргументировано со ссылками на нормативные акты.

16. Вы – зав.секцией в магазине «Продукты». От поставщика поступила партия молока в количестве 68 тетрапаков. Согласно товарно-сопроводительным документам должно было поступить 79 тетрапаков молока. Ваши действия. Ответьте аргументировано со ссылками на нормативные акты.

17. В магазин поступила партия пальто, имеющих дефекты производственного характера и потертость в результате неправильного упаковывания и транспортирования. Какие действия необходимо предпринять. Ответьте аргументировано со ссылками на нормативные акты.

18. На склад оптовой компании поступил контейнер сахара, при вскрытии которого обнаружена недостача, подмочка и повреждение тары. Какие действия необходимо предпринять. Ответьте аргументировано со ссылками на нормативные акты.

19. Вы – товаровед в магазине «Одежда». От поставщика поступила партия платьев в количестве 120 штук. 18 из них имеют дефекты внешнего вида – потертости на полочках и рукавах. Ваши действия. Ответьте аргументировано со ссылками на нормативные акты.

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

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

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

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

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

25. В торговое предприятие № 15 поступил товар на сумму 120 тыс. руб. При приемке товара оказалось, что товар на сумму 18 тыс. руб. по качеству не соответствует требованиям стандарта, на сумму 250 руб. не имеют маркировки. Ваши действия. Ответьте аргументировано со ссылками на нормативные акты.

6.4 Вопросы к экзамену

Раздел 2. МДК 01.02 Товароведение продовольственных товаров

1. Зерномучные товары: общая классификация, пищевая ценность, товароведная характеристика.
2. Крупа: классификация, пищевая ценность, товароведная характеристика, упаковка, маркировка и хранение
3. Мука: классификация, пищевая ценность, товароведная характеристика, упаковка, маркировка и хранение
4. Макароны изделия: классификация, пищевая ценность, товароведная характеристика, упаковка, маркировка и хранение
5. Хлебобулочные изделия: классификация, пищевая ценность, товароведная характеристика, упаковка, маркировка и хранение
6. Плодоовощные товары: общая классификация, упаковка, маркировка и хранение
7. Овощи: классификация, пищевая ценность, товароведная характеристика, упаковка, маркировка и хранение
8. Плоды: классификация, пищевая ценность, товароведная характеристика, упаковка, маркировка и хранение
9. Переработанные плоды и овощи: классификация, пищевая ценность, товароведная характеристика, упаковка, маркировка и хранение

10. Кондитерские товары: общая классификация, товароведная характеристика, упаковка, маркировка и хранение
11. Сахаристые кондитерские изделия: классификация, пищевая ценность, товароведная характеристика, упаковка, маркировка и хранение
12. Мучные кондитерские изделия: классификация, пищевая ценность, товароведная характеристика, упаковка, маркировка и хранение
13. Мясо: классификация, пищевая ценность, товароведная характеристика, упаковка, маркировка и хранение
14. Мясные субпродукты: классификация, пищевая ценность, товароведная характеристика, упаковка, маркировка и хранение
15. Колбасные изделия: классификация, пищевая ценность, товароведная характеристика, упаковка, маркировка и хранение

Раздел 3. МДК 01.03 Товароведение непродовольственных товаров

1. Классификация и ассортимент хозяйственных товаров из пластмасс. Потребительские свойства товаров из пластмасс. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение.
2. Классификация и ассортимент металлической посуды. Потребительские свойства, Маркировка, упаковка, хранение.
3. Классификация и ассортимент ножевых изделий. Потребительские свойства, Маркировка, упаковка, хранение.
4. Классификация и ассортимент столовых приборов и принадлежностей. Потребительские свойства, Маркировка, упаковка, хранение.
5. Классификация и характеристика ассортимента предметов ювелирных украшений. Маркировка, клеймение, упаковка, особенности хранения ювелирных товаров.
6. Классификация и характеристика ассортимента товаров из стекла. Потребительские свойства посуды. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение.
7. Классификация, характеристика ассортимента керамических товаров. Потребительские свойства. Маркировка, упаковка, хранение
8. Мебельные товары. Классификация, ассортимент, потребительские свойства. Маркировка, упаковка, хранение.
9. Классификация и ассортимент парфюмерных товаров. Потребительские свойства. Маркировка, упаковка, хранение
10. Классификация и ассортимент косметических товаров. Потребительские свойства. Маркировка, упаковка, хранение
11. Классификация и ассортимент товаров школьного назначения, потребительские свойства. Маркировка, упаковка, хранение.
12. Классификация товаров бытовой химии. Моющие средства: виды, состав, классификация. Маркировка, упаковка, хранение.
13. Классификация, ассортимент швейных товаров по основным признакам группировки. Потребительские свойства швейных товаров. Маркировка, упаковка, хранение
14. Классификация, ассортимент трикотажных товаров по основным признакам группировки. Потребительские свойства трикотажных товаров. Маркировка, упаковка, хранение.
15. Классификация ассортимента тканей, потребительские свойства. Маркировка, упаковка, хранение тканей.
16. Классификация, ассортимент кожаной обуви по основным признакам группировки. Потребительские свойства кожаной обуви. Маркировка, упаковка, хранение.
17. Классификация и ассортимент верхней меховой одежды и меховых деталей для одежды. Потребительские свойства. Маркировка, упаковка, хранение.
18. Игрушки. Классификация, ассортимент, потребительские свойства. Маркировка, упаковка, особенности хранения

Раздел 4. МДК 01.04 Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда

1. Способы охлаждения. Машинное охлаждение.
2. Работа компрессионной холодильной машины
3. Правила эксплуатации и сервисное обслуживание торгового холодильного оборудования.
4. Особенности использования различных хладагентов в современных условиях.
5. использования тары-оборудования в процессе товародвижения.
6. Основные виды тары-оборудования, их краткая характеристика. Сравнительные преимущества, недостатки и предпочтительные сферы применения различных видов тары-оборудования.
7. Виды подъемно-транспортного оборудования. Их функциональное назначение, классификация, основные характеристики
8. Электро- и автопогрузчики.
9. Назначение и классификация технических средств для хранения товаров. Основные требования, предъявляемые к техническим средствам и особенности их устройства.
10. Классификация грузоподъемных машин и особенности их применения.
11. Примеры использования результатов научно-технического прогресса в торговле
12. Товародвижение. Звенья процесса товародвижения
13. Составляющие процесса товародвижения.
14. Условия оптимизации процесса товародвижения.
15. Роль технических средств в организации товародвижения и технологических процессах.
16. Классификация и краткая характеристика оборудования оптовых складов.
17. Средства механизации и автоматизации оптового звена
18. Назначение, работа и условия эксплуатации ручной гидравлической тележки
19. Назначение, работа и условия эксплуатации электропогрузчика
20. Назначение, работа и условия эксплуатации тележек-штабелеров
21. Комплексная механизация процессов в торговле
22. Основные факторы, учитываемые при разработке схем механизации технологических процессов на торговых предприятиях.
23. Предварительные условия, необходимые для механизации и автоматизации технологических процессов на предприятиях оптовой торговли.
24. Предварительные условия, необходимые для механизации и автоматизации технологических процессов на предприятиях розничной торговли.
25. Цели и основные этапы механизации и автоматизации.
26. Классификация и краткая характеристика оборудования для товароснабжения магазинов и других коммерческих организаций.

6.5 Примерная тематика курсовых работ

1. Особенности формирования ассортимента конкретной группы товаров на предприятиях розничной (оптовой) торговли.
2. Формирование и анализ типов потребителей (на примере конкретного предприятия).
3. Формирование категорий и определение структуры ассортимента товаров на примере розничного (оптового) торгового предприятия.
4. Исследование товарной политики на примере конкретного предприятия.
5. Исследование ассортиментной политики на примере розничного (оптового) торгового предприятия.

6. Исследование ассортимента конкретной группы товаров на примере розничного (оптового) торгового предприятия.
7. Исследование ассортимента товаров методом ABC- XYZ – анализа на примере розничного (оптового) торгового предприятия.
8. Исследование методов снижения товарных потерь на примере конкретной группы товаров.
9. Управление товарным ассортиментом на предприятии розничной (оптовой) торговли.
10. Маркетинговые исследования выявления потребительских предпочтений (на примере конкретной группы товаров).
11. Исследование особенностей ценообразования на примере розничного (оптового) торгового предприятия.
12. Исследование организации закупок товаров в розничной (оптовой) торговой сети.
13. Анализ торговых операций на примере предприятий розничной (оптовой) торговой сети.
14. Исследование влияния элементов внешней и внутренней среды на формирование ассортимента предприятия розничной (оптовой) торговли.
15. Исследование особенностей процесса управления в категориальном менеджменте на примере розничного (оптового) торгового предприятия.
16. Исследование методов стимулирования продаж на примере розничного (оптового) торгового предприятия.
17. Исследование конкурентной среды на примере розничного (оптового) торгового предприятия.
18. Исследование покупательского поведения на примере розничного (оптового) торгового предприятия.