Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Саидов Заурбек Асланбекович
Должность: Ректор
Дата подписания: 13.04.2022 13:16:13
Уникальный программный ключ:
2e8339f3ca5e6a5b4531845a12d1bb5d1821f0ab

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«ЧЕЧЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ

Кафедра экономической теории и предпринимательства

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

По дисциплине «Теоретические основы товароведения»

Направление подготовки 38.03.06 «Торговое дело»

Профиль Торговое дело

Грозный - 2020

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы, описание показателей и критериев оценивания компетенций

Курс	Семестр	Код и содержание компетенции	Результаты обучения	Оценочные средства
3	6	ОПК-5: готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления	Знать: - товар, как объект для удовлетворения потребностей; - потребительские свойства товаров, их роль в обеспечении конкурентоспособности товаров; Уметь: - анализировать потребительские свойства товаров и делать выводы о конкурентоспособности товаров Владеть: навыками анализа ассортимента товаров торгового предприятия	Доклад Собеседование Тест
3	6	ПК-1: способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству	Знать: - факторы, влияющие на качество товаров; - научные принципы классификации товаров; Уметь: - формулировать ассортиментную политику предприятия Владеть: навыками анализа ассортимента товаров торгового предприятия	Доклад Собеседование Тест
3	6	ПК-4: способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации	Знать: - факторы формирования ассортиментной политики предприятия, направления обновления ассортимента	Доклад Собеседование Тест

			Уметь: - осуществлять экспертизу товаров. Владеть: навыками анализа ассортимента товаров торгового предприятия	
4	7	ОПК-5: готовностью работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления	Знать: - товар, как объект для удовлетворения потребностей; - потребительские свойства товаров, их роль в обеспечении конкурентоспособности товаров; Уметь: - анализировать потребительские свойства товаров и делать выводы о конкурентоспособности товаров Владеть: навыками анализа ассортимента товаров торгового предприятия	Доклад Собеседование Тест
4	7	ПК-1: способностью управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству	Знать: - факторы, влияющие на качество товаров; - научные принципы классификации товаров; Уметь: - формулировать ассортиментную политику предприятия Владеть: навыками анализа ассортимента товаров торгового предприятия	Доклад Собеседование Тест
4	7	ПК-4: способностью идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации	Знать: - факторы формирования ассортиментной политики предприятия, направления обновления ассортимента	Доклад Собеседование Тест

			Уметь: - осуществлять экспертизу товаров. Владеть: навыками анализа ассортимента товаров торгового предприятия	

2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки владений, умений, знаний, характеризующих этапы формирования компетенций процессе освоения образовательной программы с описанием шкал оценивания и методическими материалами, определяющими процедуру оценивания.

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), модули дисциплины/практики	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства	
			вид	кол-во
1.	Раздел I. Методологические основы теории товароведения	ОПК-5	Доклад	10
			Собеседование	6
			Тест	25
2.	Раздел II. Товароведные характеристики товаров	ПК-1	Доклад	13
			Собеседование	13
			Тест	60
3.	Раздел III. Информационное обеспечение товародвижения	ПК-4	Доклад	16
			Собеседование	11
			Тест	39

Перечень оценочных средств

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представленность оценочного средства в ФОС
1	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений
2	Собеседование	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по разделам/темам дисциплины
3	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Комплект тестовых заданий
4	Курсовая работа (проект)	Вид самостоятельной письменной работы, направленной на творческое освоение общепрофессиональных и профессиональных профильных дисциплин (модулей) и выработку соответствующих компетенций	Тематика курсовых работ (проектов)
5	Экзаменационные материалы	Итоговая форма оценки знаний	Примерный перечень вопросов и заданий к экзамену по дисциплине

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Чеченский государственный университет»

Институт экономики и финансов
Кафедра экономической теории и предпринимательства

Темы докладов

по дисциплине ***«Теоретические основы товароведения»***

Раздел (тема) дисциплины: Раздел I. Методологические основы теории товароведения

Тематика докладов

1. История и направления развития товароведения
2. Перечислите основные этапы становления товароведения как науки о товаре.
3. Охарактеризуйте особенности современного этапа развития товароведения.
4. Укажите место товароведения в условиях глобальной экономики.
5. Что является предметом товароведения?
6. Что входит в понятие потребительной стоимости?
7. В чём заключается качественная и количественная определённость потребительной стоимости?
8. Перечислите основные категории товароведения и укажите взаимосвязь между ними.
9. Перечислите основные задачи, стоящие перед товароведением на современном этапе.
10. Какова роль товароведения в решении ключевых задач управления качеством?

Раздел (тема) дисциплины: Товароведные характеристики товаров

Тематика докладов

1. Каковы основные тенденции развития систем классификации товаров?
2. В чём заключается значение торговой классификации товаров в условиях рыночной экономики?
3. Как классифицируются товары по частоте и характеризуемому спросу?
4. Что такое общероссийские классификаторы, какова их структура и особенности построения?
5. В чём заключаются цель и задачи классификации?

6. Каково значение классификации товаров?
7. Перечислите основные классификационные признаки.
8. Какие методы классификации товаров вы знаете?
9. Перечислите виды классификации товаров.
10. На чём основана товароведная классификация товаров?
11. Назовите виды, методы и правила кодирования товаров.
12. Что такое штриховое кодирование?
13. Укажите назначение и особенности матричного кодирования.

Раздел (тема) дисциплины: Информационное обеспечение товародвижения

Тематика докладов

1. Приведите содержание обязательной информации о товаре.
2. Какие виды товарной информации Вы знаете?
3. В чём заключаются особенности информация о продовольственных товарах?
4. В чём заключаются особенности информация о непродовольственных товарах?
5. Охарактеризуйте маркировку как средство идентификации.
6. Какие носители товарной информации Вы знаете?
7. В чём заключается информационное сопровождение товародвижения?
8. Какие виды маркировки Вы знаете?
9. Какие требования предъявляются к информации для потребителей.
10. Что такое эксплуатационные и манипуляционные знаки?
11. В чём заключаются особенности товародвижения с использованием штрихового кодирования?
12. В чём заключается право потребителя на информацию о товаре?
13. В чём заключается право потребителя на безопасность?
14. Какие права есть у потребителя в случае обнаружении недостатков товара.
15. В чём заключается право потребителя на обмен товара надлежащего качества?
16. Какие сроки устанавливаются для удовлетворения требований в отношении недостатков товара?

Методические рекомендации по написанию докладов:

Доклад – это продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Структура доклада:

- титульный лист - оглавление (в нем последовательно излагаются названия

пунктов доклада, указываются страницы, с которых начинается каждый пункт);

- введение (формулирует суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада, дается характеристика используемой литературы);

- основная часть (каждый раздел ее, доказательно раскрывая отдельную проблему или одну из ее сторон, логически является продолжением предыдущего; в основной части могут быть представлены таблицы, графики, схемы);

- заключение (подводятся итоги или дается обобщенный вывод по теме доклада, предлагаются рекомендации);

- список использованных источников.

Объём доклада – от 4 до 6 полных страниц текста формата А4, подготовленных в текстовом редакторе Microsoft Word: ориентация страницы – книжная; границы текста (поля): слева – 3,0 см; сверху и снизу – 2,0 см; справа – 1,5 см; страницы не нумеруются.

Шкалы и критерии оценивания:

Баллы	Критерии
5	Глубокое и прочное усвоение программного материала. Полные, последовательные, грамотные и логически излагаемые ответы при видоизменении задания. Свободно справляется с поставленными задачами, может обосновать принятые решения, демонстрирует владение разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ.
4	Знание программного материала, грамотное изложение, без существенных неточностей в ответе на вопрос, правильное применение теоретических знаний, владение необходимыми навыками при выполнении практических задач
3	Демонстрирует усвоение основного материала, при ответе допускаются неточности, при ответе недостаточно правильные формулировки, нарушение последовательности в изложении программного материала, затруднения в выполнении практических заданий
2-1	Слабое знание программного материала, при ответе возникают ошибки, затруднения при выполнении практических работ
0	Не было попытки выполнить задание

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Чеченский государственный университет»

Институт экономики и финансов
Кафедра экономической теории и предпринимательства

Вопросы для собеседования

по дисциплине *«Теоретические основы товароведения»*

Раздел (тема) дисциплины: Методологические основы теории товароведения

Вопросы:

1. История развития товароведения как науки.
2. Роль товароведения в международном товарообмене.
3. Сравнительный анализ методов классификации товаров.
4. Значение классификации в торгово-оперативной деятельности.
5. Значение классификации для международной торговли.
6. История развития штрихового кодирования.

Раздел (тема) дисциплины: Товароведные характеристики товаров

Вопросы:

1. Разработка модели эффективной структуры ассортимента торгового предприятия.
2. Роль товарных знаков в оптимизации ассортимента.
3. История развития теории управления ассортиментом.
4. Роль качества в повышении конкурентоспособности продукции.
5. Стратегии качества на рынке потребительских товаров.
6. Экология и упаковка.
7. Государственное регулирование товарных потерь.
8. Характеристика функциональных свойств бытовой техники.
9. Влияние эстетических свойств упаковки на общую оценку качества.
10. Значение эргономики в современном дизайне.
11. Акустическая безопасность и современные средства мобильной связи.
12. Современные методы оценки товаров.
13. Методы изучения мнений потребителей.

Раздел (тема) дисциплины: Информационное обеспечение товародвижения

Вопросы:

1. Роль информации о товарах в условиях глобальной экономики.
2. Значение маркировки в экспортных и импортных операциях.

3. Безопасность и защита прав потребителей.
4. Анализ изменений, внесённых в закон «О защите прав потребителей».
5. Способы утилизации товаров (вид товара – по выбору студента).
6. Законодательное и нормативное обеспечение права потребителя на информацию о товарах.
7. Требования к маркировке товаров за рубежом.
8. Правовая охрана товарных знаков в России.
9. Манипуляционные, предупредительные и эксплуатационные знаки.
10. Компонентные знаки.
11. Товарные знаки.

Методические рекомендации по проведению собеседования:

Собеседование – это средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному разделу, теме, проблеме и т.п.

Для успешного прохождения собеседования студент должен ознакомится с лекционным материал, а также дополнительные источники (учебники, учебные пособия), предложенные в списке литературы.

Шкалы и критерии оценивания:

Баллы	Критерии
5	Глубокое и прочное усвоение программного материала. Полные, последовательные, грамотные и логически излагаемые ответы при видоизменении задания. Свободно справляется с поставленными задачами, может обосновать принятые решения, демонстрирует владение разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ.
4	Знание программного материала, грамотное изложение, без существенных неточностей в ответе на вопрос, правильное применение теоретических знаний, владение необходимыми навыками при выполнении практических задач
3	Демонстрирует усвоение основного материала, при ответе допускаются неточности, при ответе недостаточно правильные формулировки, нарушение последовательности в изложении программного материала, затруднения в выполнении практических заданий
2-1	Слабое знание программного материала, при ответе возникают ошибки, затруднения при выполнении практических работ
0	Не было попытки выполнить задание

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Чеченский государственный университет»

Институт экономики и финансов
Кафедра экономической теории и предпринимательства

Комплект тестов (тестовых заданий)
для рубежного контроля

по дисциплине *«Теоретические основы товароведения»*

Раздел (тема) дисциплины:	**Код формируемой компетенции:**
Раздел I. Методологические основы теории товароведения	
1. Предметом товароведения является: 1) ассортимент товаров; 2) + потребительная стоимость товара; 3) факторы, формирующие потребительную стоимость товаров; 4)качество товаров. 2. Полезность вещи определяется: 1) качеством товара; 2) эстетическими свойствами товара; 3) + потребительской стоимостью (ценностью) товара; 4) функциональным назначением товара. 3. Потребительная стоимость товаров — это: 1) + способность товаров удовлетворять потребности людей, быть полезными; 2) свойства товара, его функциональность; 3) показатели качества товаров; 4) показатели уровня качества товаров. 4. Потребительную стоимость продукт реализует как: 1) товар; 2) продукт производства; 3) модель; 4) + предмет потребления. 5. Потребительная стоимость определяется: 1) интенсивностью использования, полезностью, необходимостью, распространенностью, качественными характеристиками потребления; 2) +интенсивностью использования, полезностью, необходимостью, распространенностью предметов потребления;	**ОПК-5**

3) интенсивностью использования, полезностью, необходимостью, эстетическими свойствами предметов потребления; 4) интенсивностью использования, полезностью, необходимостью, распространенностью, экологическими характеристиками предметов потребления. 6. Естественно-научная дисциплина, предметом которой является потребительская стоимость товаров, называется: 1) +товароведением; 2) технологией товаров; 3) жизневедением; 4) товародвижением. 7. Товароведение изучает: 1) качественные характеристики товаров; 2) количественные характеристики товаров; 3) +основополагающие характеристики товаров; 4) функциональные свойства товаров. 8. Основными задачами товароведения являются: 1) +определение основополагающих характеристик; классификация и кодирование; изучение ассортимента, качества и видов потерь товаров; 2) определение основополагающих характеристик; классификация и кодирование, изучение ассортимента, качества и эстетических свойств товаров; 3)определение основополагающих характеристик, классификация и кодирование; изучение ассортимента, видов потерь и конкурентоспособности товаров; 4) определение основополагающих характеристик, классификация и кодирование; изучение качества, видов потерь и функциональных свойств товаров. 9. Товароведение базируется на принципах: 1) безопасности, эффективности, совместимости, взаимозаменяемости, систематизации, интегрирования; 2) безопасности, эффективности, совместимости, взаимозаменяемости, систематизации, прогнозирования; 3) безопасности, эффективности, совместимости, взаимозаменяемости, систематизации, конкурентоспособности; 4) +безопасности, эффективности, совместимости, взаимозаменяемости, систематизации, соответствия. 10. Впервые научные основы товароведения были изложены в книге "Основы полной торговой системы", автором которой является: 1) Катон; 2) +Людовицы И. Г.; 3) Пастер Л.; 4) Энгельман Б. А.	

11. В 1856 г. был издан "Справочный коммерческий словарь", автором которого был: 1) Модель А.; 2) Наумов А.; 3) +Вавилов И.; 4) Киттары М. 12. Автором первых российских учебников по товароведению является: 1) +Киттары М. Я.; 2) Ходнев А. Н.; 3) Петров П. П.; 4) Модель А. 13. Первые сведения о химическом составе пищевых продуктов опубликованы в трудах Моделя А.: 1) "Справочный коммерческий словарь"; 2) "Публичный курс товароведения"; 3) "Руководство по товароведению с необходимыми сведениями из технологии"; 4) +"Химические обследования пищевых продуктов". 14. Первая научная монография по товароведению опубликована: 1) в 1927 г. Церевитиновым Ф. В."Очерки по товароведению пищевых продуктов"; 2) +в 1927 г. Никитинским Я. Я."Очерки по товароведению пищевых продуктов"; 3) в 1927 г. Ходневым А. Н."Химическая часть товароведения. Исследование съестных припасов и напитков"; 4) в 1927 г. Киттары М. А."Очерки по товароведению пищевых продуктов". 15. Основоположниками научного товароведения в России считаются: 1) Никитинский Я. Я., Вавилов И.; 2) Петров П. П., Вильяме В. Р.; 3) + Никитинский Я. Я, Петров П. П.; 4) Колесник А. А., Петров П. П. 16. Объектами товароведной деятельности являются: 1) + товары, услуги; 2) товары, услуги по хранению товаров; 3) товары, услуги общественного питания; 4) товары, услуги по подготовке товаров к продаже. 17. Товар — это: 1) объект купли-продажи, средство удовлетворения психологических потребностей потребителя; 2) объект купли-продажи, средство удовлетворения эстетических потребностей потребителя;	

3) объект купли-продажи, средство удовлетворения коммерческих потребностей потребителя; 4) + объект купли-продажи, средство удовлетворения потребностей потребителя. 18. Потребительскими свойствами называют свойства то¬ вара: 1) обусловливающие его назначение в процессе потребления и эксплуатации; 2) + обусловливающие его полезность в процессе потребления и эксплуатации; 3) обусловливающие его эстетичность в процессе потребления и эксплуатации; 4) обусловливающие его привлекательность в процессе потребления и эксплуатации. 19. Товароведение является связующим звеном: 1) производства и торговли; 2) торговли и потребления; 3) + производства и потребления; 4) транспортирования и потребления. 20. Особенность метода товароведения — это: 1) + комплексная оценка свойств товара с целью определения его потребительной ценности; 2) анализ качественных, количественных характеристик товара; 3) определение значений функциональных свойств товара; 4) анализ факторов повышения конкурентоспособности. 21. Методы товароведения классифицируют: 1) на теоретические, эмпирические, практические, инструментальные; 2) теоретические, эмпирические, практические, органолептические; 3) теоретические, эмпирические, социологические; 4) + теоретические, эмпирические, практические. 22. К теоретическим методам относятся: 1) анализ, сравнение, обобщение, прогнозирование, диагностика, моделирование, социологический; 2) + анализ, сравнение, обобщение, прогнозирование, диагностика, моделирование, систематизация; 3) анализ, сравнение, прогнозирование, диагностика, моделирование, систематизация, органолептический метод; 4) анализ, сравнение, обобщение, диагностика, моделирование систематизация, инструментальный метод. 23. Эмпирические методы товароведения основаны: 1) на опыте и моделировании; 2) наблюдениях и систематизации; 3) + опыте или наблюдениях; 4) наблюдениях или прогнозировании.	

24. К эмпирическим методам относят: 1) + измерительный, органолептический, регистрационный и социологический; 2) измерительный, органолептический, регистрационный методы и обобщение; 3) измерительный, органолептический, регистрационный, социологический, химический; 4) измерительный, органолептический, социологический, регистрационный и биологический. 25. Используемые в товароведной деятельности практические методы включают вопросы: 1) оценки качества, хранения, маркирования, товарной обработки, систематизации товаров; 2) оценки качества, хранения, маркирования, классификации товаров; 3) оценки качества, хранения, маркирования, товарной обработки, эстетичности товаров; 4) + оценки качества, хранения, маркирования, товарной обработки	
Раздел II. Товароведные характеристики товаров	
1.Ассортимент товаров — это: 1)перечень однородных и разнородных товаров аналогичного назначения; 2)набор товаров различных видов, разновидностей и наи-менований; 3)+ набор товаров, объединенных по какому-либо одному или по совокупности признаков; 4)набор товаров, обеспечивающий достаточную степень удовлетворенности потребителей. 2.Перечень однородных и разнородных товаров общего и аналогичного назначения представляет: 1)+ товарную номенклатуру; 2)ассортимент товаров; 3)торговый ассортимент; 4)марочный ассортимент. 3.Ассортимент товаров предназначен для: 1)удовлетворения физических потребностей потребителя; 2)удовлетворения психологических потребностей потре-бителя; 3)удовлетворения эргономических потребностей потребителя; 4)+ удовлетворения потребностей потребителя. 4.По месту нахождения товаров различают ассортимент: 1) промышленный, рациональный; 2)+ промышленный, торговый; 3)торговый, смешанный; 4)торговый, сложный. 5.Промышленный ассортимент — это:	**ПК-1**

1)+ ассортимент товаров, вырабатываемый отдельной отраслью промышленности или предприятием; 2)ассортимент товаров, представленный в торговле; 3)ассортимент товаров, объединенный по общим признакам; 4)ассортимент товаров, представленный разновидностями. 6.Торговый ассортимент отличается от промышленного тем, что он: 1)представлен видами, отличающимися по трем признакам; 2)+ представлен в торговой сети; 3)представлен разновидностями; 4)представлен разными марками. 7.В зависимости от широты охвата товаров различают виды ассортимента: 1)простой, сложный, развернутый, укрупненный, сопуствующий, видовой; 2)простой, сложный, рациональный, укрупненный, сопутствующий, смешанный; 3)простой, сложный, развернутый, сопутствующий, смешанный, оптимальный; 4)+простой, сложный, развернутый, укрупненный, сопутствующий, смешанный. 8.Сложный ассортимент отличается от простого количеством положенных в основу классификационных признаков: 1)не более двух; 2)не более трех; 3)+ более трех; 4)более двух. 9.Ассортимент товаров, представленный их разновидностями, называют: 1)+ развернутым; 2)сложным; 3)смешанным; 4)оптимальным. 10.Групповой (укрупненный) ассортимент товаров объединен: 1)по степени достаточности удовлетворенности потребностей; 2)+ по общим признакам в определенной совокупности товаров; 3)по разнообразию функционального назначения товаров; 4)местом нахождения товаров. 1.Сохранность пищевых продуктов в значительной степени зависит не только от количественного содержания воды, но и от форм ее связи с продуктом. При наличии каких форм связи воды пищевые продукты сохраняются на более длительный период? 1) макро- и микрокапиллярной, влаги набухания; 2) влаги смачивания, макрокапиллярной;	

3)+ адсорбционно-связанной, кристаллогидратной, ионносвязанной; 4)адсорбционно-связанной, микрокапиллярной, влаги смачивания. 2.Активность воды в пищевых продуктах выше в зависимости от: 1)количества связанной воды; 2)+ количества свободной воды; 3)количества капиллярной влаги; 4)количества осматически связанной воды. 3.Капиллярная влага — это: 1)влага, связанная с коллоидами; 2)прочно связанная с веществами продукта; 3)+ перемещаемая в капиллярах; 4)ионно-связанная влага. 4.Адсорбционно-связанная вода: 1)+ удерживается молекулярным силовым полем, входит в состав мицелл различных гидрофильных коллоидов; 2)перемещается в микро- и макрокапиллярах; 3)связывается коллоидами пищевых продуктов; 4)удерживается силами поверхностного натяжения. 5.К химически связанной воде относят: 1) адсорбционно-связанную воду; 2) влагу набухания; 3)капиллярную воду; 4)+ кристаллизационную и ионно-связанную воду. 6.Влажность пищевых продуктов — это: 1) +выраженное в процентах отношение свободной и адсорбционно-связанной воды к их первоначальной массе; 2)выраженное в процентах отношение свободной и связанной воды к первоначальной массе продукта; 3)выраженное в процентах содержание свободной и химически связанной воды к их массе; 4)выраженное в процентах отношение влаги набухания, кристаллизационной влаги к первоначальной массе продукта. 7.В основу классификации зольных элементов положено: 1)+ количественное содержание их в пищевом продукте; 2)качественный состав зольных элементов; 3)наличие токсичных элементов; 4)количественное содержание и качественный состав зольных элементов. 8.Макроэлементы содержатся в пищевых продуктах: 1)в небольших количествах (менее 1 мг%); 2)+ в относительно больших количествах (более 1мг); 3)в "следовых" количествах; 1) в микрограммах. 9.К микроэлементам относят:	

1)йод, фтор, медь, натрий, фосфор; 2)медь, цинк, бром, хлор, железо; 3)магний, калий, кальций, фтор, кобальт; 4)+ медь, фтор, цинк, йод, бром. 10.Ультрамикроэлементы содержатся в пищевых продуктах в количестве: 1)более 1 мг%; 2)менее 1 мг %; 3)+ в микрограммах; 4)менее 1%. 1.Плотность пищевых продуктов — это: 1)масса данного продукта (дм3); 2)+ масса данного вещества в единицах объема; 3)масса продукта в единицах массы объема; 4)масса данного продукта в определенном объеме. 2.Относительная плотность выражается: 1)+ в отношении плотности продукта к плотности стандартного вещества (воды) при определенной температуре; 2)отношении плотности веществ продукта к плотности стандартного вещества (воды) при определенной температуре; 3)отношении плотности продукта к плотности стандартного вещества (воды); 4)отношении плотности продукта к плотности веществ пищевого продукта при определенной температуре. 3.Плотность определяется при оценке качества: 1)молока, спирта, водки, пастильных изделий, рыбы; 2)молока, спирта, водки, хлеба, мяса; 3)спирта, водки, пастильных изделий, хлеба, земляники; 4)+ молока, спирта, водки, хлеба, пастильных изделий. 4.Структурно-механические свойства пищевых продуктов характеризуются: 1)сопротивляемостью воздействию условий хранения; 2)сопротивляемостью воздействию внутренней энергии; 3)+ сопротивляемостью воздействию внешней энергии; 4)сопротивляемостью воздействию осматически связанной воды. 5.В процессе транспортирования и перевозки пищевые продукты могут подвергаться деформации. Под деформацией понимают изменение формы и размера продукта под действием: 1)+ внешних сил; 2)внутренних сил; 3)условий хранения; 4)увлажнения. 6.Пищевые продукты под действием внешних сил могут менять форму и размер. Одни из них мгновенно восстанавливают свою	

первоначальную форму и объем после снятия нагрузки. Такие продукты обладают: 1)прочностью; 2)+ упругостью; 3)эластичностью; 4)твердостью. 7.Пищевые продукты под действием внешних сил могут изменять форму и размер. Одни из них восстанавливают первоначальную форму и объем после снятия нагрузки через некоторый отрезок времени. Такие продукты обладают свойством: 1)упругости; 2)прочности; 3)твердости; 4)+ эластичности. 8.При оценке качества макаронных изделий, сахара- рафинада определяют прочность. Прочность — это свойство продукта противостоять: 1)изменениям внешних факторов; 2)внутренним факторам; 3)+ деформации или механическому воздействию; 4)деформации и внутреннему воздействию. 9.Если пищевые продукты не способны к остаточной деформации, то они обладают: 1)+ хрупкостью; 2)сыпучестью; 3)хрупкостью и сыпучестью; 4)твердостью. 10.Способность плодов и овощей сопротивляться внедрению в него другого, более твердого тела. Характеризует: 1)упругость; 2)+ твердость; 3)эластичность; 4)пластичность. 1.Качество — это: 1)объективная особенность продукции, проявляющаяся при ее создании, оценке, хранении и потреблении; 2)+ степень соответствия присущих характеристик требованиям; 3)потребность или ожидание, которое установлено и является обязательным; 4)комплекс особенностей, проявляющихся в совокупности. 2.Требования — это: 1)+ потребность или ожидание, которое установлено, обычно предполагается или является обязательным; 2)объективная особенность продукции, проявляющаяся при его создании, оценке, хранении и потреблении;	

3)комплекс особенностей, проявляющихся в совокупности; 4)степень соответствия характеристик, присущих требованиям. 3.Свойство — это: 1)количественное и качественное выражение свойств товара; 2)отношение суммарного полезного эффекта от использования продукции по назначению к затратам на разработку, производство, реализацию, хранение и потребление; 3)+ объективная особенность продукции, проявляющаяся при ее создании, оценке, хранении и потреблении; 4)степень соответствия характеристик, присущих требованиям. 4.Сложное свойство товара характеризует: 1)объективную особенность продукции, проявляющуюся при ее создании, оценке, хранении и потреблении; 2)+ комплекс особенностей, проявляющихся в совокупности; 3)совокупность потребительских свойств товаров; 4)степень соответствия характеристик, присущих требованиям. 5.Показатель качества — это: 1)объективная особенность товара, проявляющаяся при ее создании, оценке, хранении и потреблении; 2)способность товара удовлетворять физиологические и социальные потребности; 3)совокупность свойств, удовлетворяющих потребности индивидуальных потребителей; 4)+ количественное и качественное выражение свойств товара. 6.Единичные показатели характеризуют: 1)+ простые (единичные) свойства товаров; 2)сложные свойства товаров; 3)способность товаров сохранять функциональное назначение; 4)полезный эффект от использования товара по назначению. 7.Интегральные показатели определяют: 1)отношением полезного эффекта от использования к базовому показателю; 2)+ отношением суммарного полезного эффекта от использования продукции по назначению к затратам на разработку, производство, реализацию и потребление; 3)отношением базового показателя к затратам на разработку, производство, реализацию, хранение и потребление; 4)отношением суммарного полезного эффекта от использования продукции по назначению к определяющему показателю. 8.Базовые показатели принимают за: 1)решающие значения при оценке качества; 2)абсолютные значения; 3)+ основу при сравнительной характеристике показателей качества; 4)оптимальные значения показателей качества.	

9.Определяющие показатели имеют: 1)абсолютные значения при оценке качества товара; 2)оптимальные значения при оценке качества товара; 3)качественные и количественные характеристики товара; 4)+ решающее значение при оценке качества товара. 10.Общие показатели качества присущи: 1)+ большинству товаров; 2)единичным экземплярам товаров; 3)определенной партии товара; 4)единичным экземплярам и товарной партии. 1.Оценка качества включает операции: 1)выбор номенклатуры показателей, определение органолептических показателей, сопоставление с базовыми показателями; 2)+ выбор номенклатуры показателей, определение их действительного значения и сопоставление с базовыми показателями; 3)выбор номенклатуры показателей, определение микробиологических показателей и сопоставление с базовыми показателями; 4)выбор номенклатуры показателей, определение физикохимических показателей и сопоставление с базовыми показателями. 2.Градация, класс, сорт — это: 1)товар с выявленными несоответствиями по одному или комплексу показателей; 2)товар, который соответствует установленным требованиям по всем показателям; 3)+ категория или разряд, присвоенные различным требованиям к качеству продукции, процессам или системам, имеющим одинаковое функциональное применение; 4)совокупность товарных сортов, различающихся по показателям качества, регламентированным нормативной документацией. 3.Сортамент — это: 1)градация нестандартных товаров с устранимыми дефектами; 2)градация стандартных товаров; 3)неликвидные отходы, которые не подлежат реализации; 4)+ совокупность сортов, относящихся к одноименному товару. 4.Товарный сортамент представляет: 1)+ совокупность товарных сортов, различающихся значениями регламентированных нормативной документацией показателей качества; 2)совокупность сортов одноименной продукции, отличающихся характерными анатомо-морфологическими признаками;	

3)градацию качества товара, отличающуюся значениями одного или нескольких определяющих показателей; 4)градацию качества, отличающуюся по техническому уровню показателей качества. 5.Некоторые товары по основным и частным признакам подразделяют на марки, номера — это: 1)градации, отличающиеся по техническому уровню показателей качества; 2)+ градации качества, отличающиеся значениями одного или нескольких определяющих показателей; 3)градации качества, зависящие от рецептуры; 4)градации качества, определяющиеся по устранимым и неустранимым дефектам. 6.Группы сложности — это: 1)градации качества товара, отличающиеся значениями одного или нескольких определяющих показателей; 2)совокупность товарных сортов, различающихся значениями регламентированных нормативной документацией показателей качества; 3)+градации, отличающиеся по техническому уровню показателей качества; 4)совокупность сортов одноименной продукции, отличающихся характерными анатомо-морфологическими признаками. 7.Несоответствие товара — это: 1)+ невыполнение требований; 2)неликвидные отходы; 3)стандартная продукция; 4)товары, условно годные для использования. 8.Разновидностью несоответствий является дефект — это: 1)соответствие товара обязательным требованиям; 2)+ невыполнение требования, связанного с предполагаемым или установленным использованием; 3)соответствие товара установленным требованиям; 4)совокупность сортов, различающихся значениями регламентированных нормативной документацией показателей качества. 9.По степени значимости различают дефекты: 1)критические, значительные, устранимые; 2)критические, малозначительные, неустранимые; 3)критические, значительные, несущественные; 4)+критические, значительные, малозначительные. 10.Критические дефекты — это: 1)дефекты, после устранения которых товар может быть использован по назначению;	

2)несоответствия, которые не оказывают существенного влияния на потребительские свойства товаров; 3)+ несоответствия товаров установленным требованиям, после чего их нецелесообразно использовать по назначению; 4)несоответствия, существенно влияющие на использование по назначению и надежность товаров, но не влияющие на безопасность для потребителей. 1.Контроль — это: 1)процедура оценивания количественных характеристик потребительских свойств товаров; 2)процедура оценивания качественных характеристик потребительских свойств товаров; 3)+ процедура оценивания соответствия путем наблюдения и суждений, сопровождаемых соответствующими измерениями, испытаниями или калибровкой; 4)процедура оценивания соответствия путем наблюдения и суждений. 2.Единичные экземпляры — это: 1)+ отдельные товары, которые обладают целостностью и присущими им потребительскими свойствами; 2)отдельные товары, которые отличаются потребительскими свойствами; 3)совокупность единичных экземпляров товаров, объединенных по определенному признаку; 4)совокупность единичных экземпляров товаров, объединенных общностью упаковки. 3.Товарная партия представляет: 1)отдельные единичные экземпляры товаров, объединенных целостностью, с присущими им потребительскими свойствами; 2)совокупность единичных экземпляров одинаковых товаров, объединенных общностью упаковки; 3)отдельные экземпляры товаров, объединенных общностью потребительских свойств; 4)+ совокупность единичных экземпляров товаров, объединенных по определенному признаку. 4.Приемочный контроль — это контроль: 1)по результатам которого принимают решение о дальнейшей переработке товара; 2)+ по результатам которого принимают решение о пригодности товара к поставке (реализации); 3)при котором нарушается пригодность товаров к использованию по назначению; 4)при котором информация о контролируемых параметрах поступает через определенные интервалы времени. 5.При сплошном контроле оценивают:	

1)+ каждый единичный экземпляр в товарной партии; 2)выборку, отобранную из товарной партии; 3)объединенную пробу, отобранную из товарной партии; 4)точечную пробу. 6.При выборочном контроле решение о качестве товара принимают: 1)по результатам оценки качества каждого единичного экземпляра; 2)по результатам оценки качества трех экземпляров товара; 3)по результатам визуальной оценки качества товара; 4)+ по результатам оценки качества одной или двух выборок. 7.По влиянию на объект контроль бывает: 1)+ разрушающий, неразрушающий; 2)разрушающий, внезапный; 3)неразрушающий, регистрационный; 4)периодический, органолептический. 8.Усиленный режим контроля применяют: 1)+ при повышенном количестве дефектных единиц, обнаруженных в предыдущих товарных партиях; при поступлении товаров повышенного качества, смене поставщиков; 2)когда количество продукции приемлемо для поставщика, при поступлении товара повышенного качества; 3)при пониженном количестве дефектных единиц в предыдущих партиях товара, при поступлении товаров повышенного спроса; 4)когда в предыдущей товарной партии не обнаружено дефектных единиц, при поступлении товаров повышенного качества. 9.С целью контроля изделия на соответствие требованиям НД проводят испытания: 1)+ приемосдаточные; 2)периодические; 3)типовые; 4)сертификационные. 10.При приемочном контроле по альтернативному признаку применяют: 1)сплошной контроль; 2)сплошной и выборочный; 3)измерительный; 4)+ выборочный.	
Раздел III. Информационное обеспечение товародвижения	
1.Упаковка товаров должна быть: 1)+ безопасной, надежной, совместимой с товаром, экологичной, эстетичной; 2)безопасной, надежной, совместимой с товаром, экологичной, жесткой; 3)безопасной, надежной, экологичной, эстетичной, металлической; 4)безопасной, надежной, совместимой с товаром, эстетичной	**ПК-4**

2.К потребительской таре относят: 1)коробки, лотки, тубы, мешки, банки стеклянные и металлические, контейнеры; 2)коробки, лотки, корзины, пакеты, тетрапаки, тубы, ящики; 3)+ коробки, тубы, пакеты, банки стеклянные и металлические, тетрапаки, бутыли; 4)коробки, тубы, пакеты, банки стеклянные и металлические, бутыли, бочки. 3.В зависимости от применяемых материалов, механической устойчивости и прочности упаковку подразделяют на: 1)жесткую, полужесткую, мягкую, металлическую; 2)+ жесткую, полужесткую, мягкую; 3)полужесткую, мягкую, бумажную; 4)жесткую, полужесткую, комбинированную. 4.К жесткой упаковке относят: 1)металлическую, стеклянную, деревянную, бумажную тару; 2)металлическую, стеклянную, деревянную, полимерную, картонную тару; 3)металлическую, стеклянную, деревянную, тканевую тару; 4)+ металлическую, стеклянную, деревянную, полимерную тару. 5.К полужесткой упаковке относят: 1)+ коробки картонные, тетрапаки, перпаки; 2)коробки картонные, тетрапаки, мешки; 3)коробки картонные, тетрапаки, перпаки, бочки; 4)коробки картонные, перпаки, тубы. 6.Транспортную упаковку используют для: 1)перевозки товаров, оптовой и розничной продажи; 2)перевозки товаров, розничной продажи; 3)+ перевозки товаров, оптовой и мелкооптовой продажи; 4)перевозки товаров и продажи населению. 7.Мягкая упаковка, отличающаяся самой низкой надежностью, находит широкое применение для упаковки многих потребительских товаров благодаря: 1)невысоким затратам на приобретение и умеренным на перевозку и возврату; 2)+ невысоким затратам на приобретение, хранение, перевозку, возврату; 3)умеренным затратам на приобретение, хранение, перевозку, возврату; 4)умеренным затратам на перевозку и возврату. 8.Жесткая упаковка имеет некоторые недостатки: 1)относительно высокий объем тары к массе товара и низкую стоимость; 2)относительно высокий удельный вес и объем, прочность; 3)высокую стоимость и небольшой объем;	

4)+ относительно высокий удельный вес и объем, высокую стоимость. 9.По кратности использования тара бывает: 1)+ одноразового, многократного использования; 2)средне- и малогабаритная; 3)одноразовая, металлическая; 4)многократного назначения, картонная. 10.К крупногабаритной таре относят: 1)ящики; 2)бочки; 3)+ контейнеры; 4)фляги. 11.Для упаковки продовольственных товаров применяют типы тары: 1)банки, бутылки, пакеты, графины; 2)+ бумажную, металлическую, деревянную, полимерную; 3)ящики, барабаны, бочки, мешки; 4)банки, бутылки, пакеты, коробки. 12.К транспортной таре относят: 1)+ ящики, бочки, барабаны, мешки, канистры, бутыли, фляги; 2)ящики, бочки, барабаны, пакеты, мешки, канистры, фляги; 3)бочки, барабаны, мешки, канистры, поддоны, бутыли, фляги; 4)ящики, бочки, барабаны, мешки, канистры, фляги, графины. 13.Маркировка товаров должна быть: 1)однозначно понимаемой, достоверной, легко читаемой; 2)+ однозначно понимаемой, полной, достоверной, четкой, легко читаемой; 3)однозначно понимаемой, полной, четкой, легко читаемой; 4)однозначно полной, достоверной, легко читаемой. 14.Основополагающая товарная информация несет сведения: 1)дополняющие основную информацию; 2)предназначенные для потребительских предпочтений; 3)передаваемые с помощью информационных знаков; 4)+ имеющие решающее значение для идентификации. 15.Коммерческая товарная информация предназначена для: 1)экспертов, изготовителей, поставщиков; 2)изготовителей, продавцов, отдельных групп населения; 3)+ изготовителей, поставщиков, продавцов; 4)изготовителей, продавцов, консультантов. 16.Потребительская товарная информация предназначена для: 1)+ создания потребительских предпочтений и нацелена на потребителей; 2)изготовителей, продавцов, поставщиков;	

3)идентификации товара; 4)эмоционального восприятия товара. 17.Основные функции маркировки: 1)информационная, идентифицирующая, мотивационная, наглядная; 2)+ информационная, идентифицирующая, мотивационная, эмоциональная; 3)информационная, идентифицирующая, эмоциональная, изобразительная; 4)информационная, мотивационная, эмоциональная, символическая. 18.Носителями производственной маркировки являются: 1)+ этикетки, кольеретки, вкладыши, ярлыки, бирки, контрольные ленты, клейма, штампы; 2)этикетки, кольеретки, вкладыши, ярлыки, бирки, контрольные ленты, клейма, знаки; 3)этикетки, кольеретки, вкладыши, ярлыки, бирки, контрольные ленты, рисунки, штампы; 4)этикетки, кольеретки, вкладыши, ярлыки, бирки, клейма, штампы. 19.Информационные знаки — это условные обозначения, которые передают информацию: 1)о наиболее привлекательных свойствах товаров; 2)качестве товара; 3)отличительных свойствах товара; 4)+различных характеристиках товара и способах обращения с ним. 20.К информационным знакам относят: 1)товарные знаки соответствия, компонентные, манипуляционные, экологические, эксплуатационные, коммерческие; 2)+ товарные знаки соответствия, компонентные, манипуляционные, экологические, эксплуатационные, предупредительные, штриховой код; 3)товарные знаки соответствия, компонентные, манипуляционные, экологические, предупредительные, штриховой код; 4)товарные знаки соответствия, компонентные, манипуляционные, экологические, эксплуатационные, штриховой код. 21.Информацию о способах обращения с товарами несут знаки: 1)+ манипуляционные; 2)эксплуатационные; 3)предупредительные; 4)экологические. 22.При маркировке грузов на транспортную тару наносят манипуляционный знак: 1)“скоропортящийся груз”;	

2)“ядовито”; 3)“легко воспламеняется”; 4)+“открывать здесь”. 23.Информацию о правилах эксплуатации товаров несут знаки: 1)экологические; 2)манипуляционные; 3)+ эксплуатационные; 4)предупредительные. 24.Экологические знаки информируют потребителя: 1)об обеспечении безопасности потребителя; 2)о способах обращения с товаром; 3)о правилах эксплуатации товара; 4)+ об экологической чистоте товара и экологически чистых способах производства. 25.Предупредительные знаки, нанесенные на товар, информируют: 1)о правилах эксплуатации, способах ухода за потребительскими товарами; 2)о способах обращения с товарами; 3)+ о безопасности потребителя и окружающей среды при эксплуатации потенциально опасных товаров; 4)об экологической чистоте товара. 26.Компонентные знаки предназначены для информации: 1)о способах обращения с товаром; 2)+ о применяемых пищевых добавках или иных компонентах; 3)о безопасности потребителя и окружающей среды; 4)о правилах эксплуатации товара. 27.Для обозначения пищевых добавок, входящих в состав продуктов, используют литер: 1)+ Е; 2)Э; 3)А; 4)е. 28.Товарные знаки — это: 1)условные обозначения, предназначенные для идентификации товара; 2)сведения о товаре, предназначенные для создания потребительских предпочтений; 3)сведения об основополагающих характеристиках товара; 4)+ обозначения, способные отличать товары одних юридических лиц от однородных товаров других юридических и физических лиц. 29.Товарные знаки классифицируют: 1)на фирменные, страны происхождения, коммерческие; 2)фирменные, ассортиментные, потребительские; 3)+ фирменные, ассортиментные, страны происхождения;	

4)фирменные, ассортиментные, цифровые. 30.Фирменные знаки предназначены для: 1)идентификации товара; 2)+ идентификации изготовителя товара; 3)идентификации продавца; 4)установления престижности товара. 31.Престижные знаки присваиваются фирмам за: 1)+ особые заслуги перед государством, содействие экспорту национальных товаров; 2)предпочтение потребителем; 3)высокую конкурентоспособность товара; 4)низкую цену товара. 32.Для идентификации видовой принадлежности товара используют товарные знаки: 1)фирменные; 2)престижные; 3)обращения на рынке; 4)+ ассортиментные. 33.Знаки соответствия подразделяют на: 1)знаки соответствия, обращения на рынке, товарные; 2)знаки соответствия и качества, национальные; 3)+ знаки соответствия, обращения на рынке, качества; 4)знаки соответствия, обращения на рынке, качества, престижные. 34.К знаку, служащему для информации приобретателей о соответствии продукции национальному стандарту, относят: 1)знак обращения на рынке; 2)+ знак соответствия; 3)знак страны происхождения; 4)товарный знак. 35.Знак обращения на рынке — это информирование приобретателей: 1)+ о соответствии продукции требованиям технических регламентов; 2)соответствии продукции требованиям национальных стандартов; 3)соответствии продукции требованиям региональных стандартов; 4)соответствии продукции требованиям международных стандартов. 36.Знак качества присваивается: 1)организациями, не входящими в национальную систему сертификации; 2)органом по сертификации; 3)изготовителем, продавцом; 4)+ органом по сертификации и организациями, не входящими в национальную систему сертификации. 37.Штриховой код предназначен для:	

1)автоматизированного считывания, идентификации и возможности возврата товара; 2)+ автоматизированного считывания, идентификации, учета информации о товаре и производителе; 3)автоматизированного считывания, идентификации, возможности переработки упаковки; 4)автоматизированного считывания, учета информации о товаре и изготовителе, экологической чистоте. 38.В России наибольшее распространение получили коды: 1)EAN-13 и EAN-14; 2)EAN-13 и Code 38; 3)+ EAN-13 и EAN-8; 4)EAN-8 и Code 39. 39.Код России: 1)+ 460-469; 2)400-440; 3)380; 4)489.	

Методические рекомендации по выполнению тестов (тестовых заданий):

В современном образовании тестирование является наиболее часто применяемой и эффективной формой контроля знаний студентов. Это обуславливается оперативностью и объективностью контроля показателей результатов обучения студентов.

Тестовые задания предусматривают закрепление теоретических знаний, полученных студентом во время занятий по данной дисциплине. Перед выполнением тестовых заданий надо ознакомиться с сущностью вопросов выбранной темы в современной учебной и научной литературе, в том числе в периодических изданиях.

Шкалы и критерии **оценивания:**

Оценка	Критерии
«Отлично»	Задание выполнено на 91-100%
«Хорошо»	Задание выполнено на 81-90%
«Удовлетворительно»	Задание выполнено на 51-80%
«Неудовлетворительно»	Задание выполнено на 10-50%

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Чеченский государственный университет»

Кафедра экономической теории и предпринимательства

Экзаменационные материалы

(примерный перечень вопросов к экзамену)

по дисциплине «Теоретические основы товароведения»

для студентов 4 курса

направления подготовки

38.03.06 «Торговое дело»

экзаменационная сессия 2020 - 2021 уч. года

Теоретические вопросы:

1. Цели, задачи, предмет учебной дисциплины.
2. Основополагающие принципы товароведения.
3. Основные этапы и направления развития товароведения.
4. Объекты товароведной деятельности.
5. Субъекты товароведной деятельности.
6. Методы товароведения – классификация методов.
7. Теоретические методы.
8. Энергетические методы.
9. Практические методы.
10. Кодирование товаров: основные понятия (кодирование, алфавит кода).
11. Классификаторы, применяемые в товароведной деятельности.
12. Товароведная классификация товаров.
13. Ассортимент товаров – основные понятия.
14. Классификация ассортимента товаров.
15. Свойства и показатели ассортимента.
16. Управление ассортиментом.
17. Факторы формирования ассортимента товаров.
18. Качество товаров – основные понятия.
19. Дать определения понятий «качество товаров», «требования к качеству», «свойства и показатели качества».
20. Классификация показателей качества.
21. Номенклатура потребительских свойств и показателей качества товаров. Функциональное назначение товаров.
22. Свойства социального назначения товаров.

23. Показатели долговечности товаров.
24. Классификация эстетических свойств товаров.
25. Классификация стилей.
26. Определение термина «безопасность» и виды безопасности и их характеристика.
27. Определить понятия «оценка качества» и «градация качества».
28. Основные этапы оценки качества.
29. Градации качества – основные градации качества и их определения.
30. Природный и товарный сорта. В чем общность и различия между ними.
31. Несоответствие и дефекты товаров.
32. Классификация дефектов товаров.
33. Количественная характеристика товаров – основные понятия.
34. Общие количественные характеристики. (масса, длина, объем, температура, тепло проводимость, теплоемкость).
35. Контроль качества и количества товарных партий.
36. Правила отбора проб и выборок.
37. Виды проб (точечные и объединенные пробы).
38. Количественные градации товаров, дать определения. В чем состоят их общность и различия.
39. Виды контроля товаров по количеству и качеству. Дать характеристику.
40. Идентификация товаров и прослеживаемость их назначения и мероприятия по их осуществлению.
41. Виды идентификации. Характеристика видов.
42. Технологический жизненный цикл товаров.
43. Факторы, обеспечивающие товароведные характеристики товаров.
44. Основные стадии и этапы технологического цикла.
45. Запросы потребителей (ожидаемые и реальные) их характеристика.
46. Формирование товарных партий.
47. Товарная обработка.
48. Утилизация товаров и уничтожение.
49. Формирующие факторы (объективные и субъективные).
50. Этапы производства товаров и их значимость.
51. Основные стадии и этапы технологического цикла.
52. Сохраняющие факторы товаров; определения, их характеристика.
53. Составные элементы, функции и требования к упаковке.
54. Дать определения понятия «условия хранение» и охарактеризовать их составляющие элементы.
55. Классификация методов хранения.
56. Виды и разновидности потерь и причины их возникновения.
57. Процессы, вызывающие естественную убыль товара.

58. Процессы и операции, вызывающие качественные потери.
59. Порядок списания количественных и качественных потерь.
60. Мероприятия по сокращению потерь и их значимость для народного хозяйства.

Методические рекомендации по подготовке к экзамену:

Экзамен представляет собой итоговую формой контроля, позволяющую определить уровень знаний, полученный обучающимися, в процессе изучения дисциплины.

Цель экзамена – проверка и оценка уровня полученных студентом познаний по дисциплине, а также умения логически мыслить, аргументировать избранную научную позицию, ориентироваться по всему пройденному курсу и отвечать на дополнительные вопросы.

Экзамен принимается ведущим преподавателем, читающим курс лекций.

Для успешной сдачи экзамена студентам необходимо:

- начинать подготовку к экзамену с самого начала лекционного курса, посещая лекционные и практические занятия;
- активно работать на практических (семинарских) занятиях в семестре (учебном году), что позволит более глубоко усвоить материал и закрепить его;
- отработать пропущенные занятия, включая выполнение контрольных работ предусмотренных в рамках данного курса;
- изучить лекционный материал, а также дополнительные источники (учебники, учебные пособия), предложенные для изучения дисциплины в списке литературы.

Шкалы и критерии оценивания:

Оценка	Критерии
«Отлично»	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знании, причем не затрудняется с ответом при видоизменении задании, использует в ответе материал разнообразных литературных источников, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач

«Хорошо»	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения
«Удовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ
«Неудовлетворительно»	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Чеченский государственный университет»
Институт экономики и финансов
Кафедра экономической теории и предпринимательства

Утверждены на заседании кафедры протокол №

Экзаменационный билет № 1
Учебная дисциплина
«Теоретические основы товароведения»

1. Общие количественные характеристики. (масса, длина, объем, температура, тепло проводимость, теплоемкость).
2. Контроль качества и количества товарных партий.
3. Правила отбора проб и выборок.

Составитель _____ Закриева З.М.

Заведующий кафедрой ____

«____»_____20 г.