

УТВЕРЖДЕН
на заседании ПЦК
«__»____20__г., протокол №__

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ПМ 01 « Продажа продовольственных и непродовольственных товаров»

Специальность
38.01.02 Продавец

Квалификация
Продавец-Кассир

Составитель _____ И.С. Тураев

Грозный - 2026 г.

ПАСПОРТ

ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОМУ КУРСУ

МДК.01.01 «Продажа продовольственных товаров»

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства	
1.	Введение в товароведение непродовольственных товаров	ОК 04 ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4	Зачет/Экзамен	1-я текущая аттестация
2.	Текстильные товары			2-я текущая аттестация
3.	Швейные и трикотажные товары			
4.	Меховые товары			
5.	Формирование ассортимента товаров в розничной торговле			
6.	Технология приемки товаров в магазинах			
7.	Технология хранения и подготовки товаров к продаже			
8.	Технология размещения и выкладки отдельных видов товаров			
9.	Технология продажи товаров			

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средств в фонде
1.	1-я и 2-я текущая аттестация	Средства контроля усвоения учебного материала в виде тестирования обучающихся	Комплект тестов по вариантам к аттестациям
2.	Зачет/Экзамен	Итоговая форма оценки знаний	Комплект тестов по вариантам к зачету/экзамену

Образец билета к 1-ой текущей аттестации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Чеченский государственный университет им» А.А. Кадырова
Профессиональный колледж
Тест
по МДК.01.01 «Продажа продовольственных товаров»

I-аттестация
Вариант №_____

ФИО _____ группа _____ Дата _____

№ вопроса	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ответ										

Вариант №1

1. Что является основной целью товароведения как дисциплины?

- а) изучение истории товарных рынков и их эволюции;
- б) исследование маркетинговых стратегий по продвижению товаров;
- в) изучение потребительских свойств товаров, их ассортимента, качественных характеристик и условий хранения;
- г) анализ потребительского спроса и оценка конкуренции на рынке.

2. Что включает содержание товароведения как науки?

- а) анализ конкурентоспособности и себестоимости продукции;
- б) изучение классификационных признаков, анализ ассортимента, определение качества, безопасности продукции и соответствие нормативным документам;
- в) разработка новых способов хранения продукции;
- г) изучение маркетинговых и рекламных стратегий для продвижения товаров.

3. Какие методы используются в товароведении для оценки качества товаров?

- а) органолептические методы;
- б) физико-химические методы и сравнительный анализ;
- в) органолептические, физико-химические, статистические и сравнительные методы;
- г) исключительно математические и экономические методы.

4. На что направлена классификация в товароведении?

- а) на улучшение условий производства;
- б) на систематизацию товаров для упрощения анализа ассортимента, оценки качества и выбора товара;
- в) на разработку стандартов качества;
- г) на создание единого мирового стандарта для всех видов товаров.

5. Какие задачи решает товароведение при оценке потребительских свойств товаров?

- а) определение уровня качества, безопасности, полезности и долговечности товара;
- б) оценка стоимости товара и расчет прибыли для производителя;
- в) определение основных показателей спроса и предложения;
- г) анализ эффективности рекламных кампаний.

6. Какую роль выполняет маркировка на товаре?

- а) указывает место производства;
- б) помогает рекламировать товар;
- в) обеспечивает потребителей информацией о свойствах и особенностях товара;
- г) делает товар более привлекательным для покупателя.

7. Что обычно включает обязательная маркировка товара?

- а) только информацию о сроке годности;
- б) информацию о составе и характеристиках продукта;
- в) сведения об изготовителе, составе, условиях хранения, сроках годности, применении товара;
- г) логотип производителя и торговую марку.

8. Что обозначают информационные знаки на упаковке?

- а) показывают страну производителя, условия хранения, способы использования и даты годности товаров;
- б) они показывают только цвет и размер упаковки;
- в) это обозначения, которые нужны только для оформления;
- г) они не имеют значения для покупателей.

9. Что такое сертификация товаров?

- а) процедура проверки цены товара;
- б) процесс проверки условий транспортировки;
- в) подтверждение качества и безопасности товара;
- г) определение происхождения товара;

10. Какова роль стандартов в производстве товаров?

- а) обеспечивать создание конкурентоспособного бренда;
- б) проверять упаковку товаров;
- в) повышать привлекательность товаров;
- г) обеспечивать единые требования к качеству, безопасности и характеристикам товаров.

Вариант №2

1. Какую основную характеристику имеют текстильные волокна?

- а) обладают хорошей растяжимостью;
- б) имеют способность к удержанию тепла;
- в) характеризуются гибкостью, прочностью, устойчивостью к механическим воздействиям;
- г) устойчивы к химическим веществам.

2. Как классифицируются текстильные волокна по происхождению?

- а) только на натуральные волокна;
- б) на природные и искусственные волокна;
- в) на химические волокна, которые включают синтетические и искусственные материалы;
- г) на натуральные и химические, которые получают из растительных или животных источников.

3. Каковы основные характеристики швейных товаров?

- а) имеют разнообразные расцветки и фасоны;
- б) изготовлены только из натуральных тканей;
- в) должны быть удобными и недорогими;
- г) характеризуются использованием различных тканей и материалов.

4. Какие ткани чаще всего используются для производства швейных и трикотажных товаров?

- а) хлопок и лен;
- б) хлопок, лен и шерсть;
- в) синтетические ткани;
- г) натуральные ткани.

5. Каковы основные характеристики меховых товаров?

- а) легко чистятся и стираются;
- б) имеют разнообразные расцветки и фасоны;
- в) характеризуются высокой теплотой, мягкостью и эластичностью;
- г) должны быть удобными и недорогими.

6. Из каких животных обычно получают мех?

- а) только из домашних животных;
- б) из диких и домашних животных;
- в) из шуб пушных зверей;
- г) из тропических животных.

7. Какова роль меха в одежде?

- а) мех придает изделиям роскошь и индивидуальность;
- б) мех используется только в обуви;
- в) только для создания стильного образа;
- г) мех не имеет никакой функции.

8. Каковы основные методы обработки меха?

- а) включает в себя механическую и химическую обработку;
- б) только химическая обработка;
- в) только механическая обработка;
- г) обработка не требуется.

9. Какие преимущества имеют искусственные меха по сравнению с натуральными?

- а) дешевле натуральных;
- б) искусственные меха гипоаллергенны;
- в) имеют разнообразные текстуры и цвета;
- г) проще в использовании.

10. Как правильно ухаживать за меховыми изделиями?

- а) только стирать в машинке;
- б) регулярно чистить и хранить в хорошо проветриваемом месте;
- в) чистить только влажной тряпкой;
- г) меховые изделия можно просто забыть в шкафу.

Ключи к тесту

№ п/п	Вариант № 1	Вариант № 2
1	в	в
2	б	г
3	в	г
4	б	б
5	а	в
6	в	б
7	в	а

8	a	a
9	в	в
10	г	б

Образец билета ко 2-ой текущей аттестации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Чеченский государственный университет им» А.А. Кадырова
Профессиональный колледж
Тест
по МДК.01.01 «Продажа продовольственных товаров»
II-аттестация

Вариант № ____

ФИО _____ группа _____ Дата _____

№ вопроса	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ответ										

Вариант №1

1. Что такое ассортимент товаров в розничной торговле?

- а) это только количество товаров на складе;
- б) это разнообразие товаров, предлагаемых для продажи в магазине;
- в) это только товары, которые продаются по сниженной цене;
- г) это комплекс товаров, включающий в себя различные категории, группы и подгруппы.

2. Каковы основные факторы, влияющие на формирование ассортимента товаров?

- а) потребительский спрос, сезонность, качество товаров и конкуренция;
- б) только наличие товаров у поставщиков;
- в) только спрос со стороны покупателей;
- г) только маркетинговая стратегия магазина.

3. Какова роль исследования рынка в формировании ассортимента?

- а) оно не имеет никакого значения;
- б) помогает определить только цену товара;
- в) позволяет понять потребности и предпочтения целевой аудитории;
- г) только для увеличения продаж.

4. Каковы основные методы формирования ассортимента товаров?

- а) увеличение количества товаров;
- б) снижение цен на товары;
- в) анализ спроса, оптимизация и классификация товаров;
- г) закупка популярных товаров.

5. Что включает в себя процесс приемки товаров в магазинах?

- а) это проверка количества и качества товаров, их маркировки и запись в инвентарные списки;
- б) это проверка документов и размещение товаров на полках;
- в) это лишь размещение товаров в торговом зале;
- г) это только проверка на наличие повреждений и несоответствий.

6. Каковы основные этапы технологии приемки товаров?

- а) включает предварительную проверку документов, фактическую проверку товара, составление

- акта приемки;
- б) включает проверку повреждений и размещение товаров;
- в) это процесс, состоящий из нескольких шагов, таких как оформление документов;
- г) это просто проверка количества товара и его упаковки.

7. Какова роль сопроводительных документов в процессе приемки товаров?

- а) содержат информацию о количестве, качестве и характеристиках товаров;
- б) необходимы для отслеживания движений товаров;
- в) служат для идентификации товаров и их соответствия;
- г) нужны только для оформления возвратов.

8. Какие проблемы могут возникнуть в процессе приемки товаров?

- а) несоответствие количества или качества товара, ошибки в сопроводительных документах;
- б) могут возникнуть проблемы, связанные с документами и товарами;
- в) возможны ситуации с недостатком информации или недопоставкой;
- г) это проблемы, возникающие только в случае отсутствия документов.

9. Каковы основные условия для хранения товаров в магазинах?

- а) наличие полок для размещения;
- б) температура, влажность, свет и вентиляция;
- в) достаточное пространство для хранения;
- г) требования к хранению продуктов.

10. Что включает в себя процесс подготовки товаров к продаже?

- а) только упаковку и выставление на витрину;
- б) проверка качества, оформление ценников и упаковка товаров;
- в) размещение товаров в магазине;
- г) только маркировка товара.

Вариант №2

1. Какова роль инвентаризации в процессе хранения товаров?

- а) инвентаризация нужна только для учета товаров;
- б) она помогает выявить только недостатки и излишки;
- в) позволяет контролировать количество и состояние товаров на складе;
- г) это несущественная процедура.

2. Каковы основные методы хранения товаров в магазине?

- а) это только размещение на полках;
- б) стеллажные системы, ячеечное хранение и использование контейнеров;
- в) это только хранение в холодильниках;
- г) это хранение в любом доступном месте.

3. Каковы основные принципы выкладки товаров в магазине?

- а) только красивое размещение товаров;
- б) группировка по категориям, привлечение внимания к новым или сезонным товарам;
- в) просто расстановка на полках;
- г) требования только к упаковке.

4. Какова роль визуального мерчендайзинга в размещении товаров?

- а) визуальный мерчендайзинг только для красоты магазина;
- б) он служит для определения цен на товары;
- в) направлен на создание привлекательного представления товаров, использование света и цвета для акцентирования внимания;

г) это просто оформление витрин;

5. Какие факторы влияют на размещение товаров в магазине?

- а) только размер магазина;
- б) это расположение товаров в зависимости от их популярности, частоты покупок и сезонности;
- в) это только количество товаров;
- г) это только предпочтения продавцов;

6. Каковы основные методы выкладки товаров для повышения продаж?

- а) это только размещение на уровне глаз;
- б) кросс-продвижение товаров, использование акций и специальных предложений;
- в) это лишь расстановка на полках;
- г) это только размещение товаров в углах.

7. Что такое технология продажи товаров?

- а) это только процесс оформления документов;
- б) это совокупность методов и приемов, которые используются для успешного продвижения товаров;
- в) это просто работа с клиентами;
- г) это лишь процесс оформления товаров;

8. Какова роль консультирования клиентов в процессе продажи?

- а) консультирование клиентов не имеет значения;
- б) это только определение цен на товары;
- в) выявить потребности покупателей и предложить подходящие товары;
- г) это просто общение с покупателями;

9. Какие методы используются для стимулирования продаж?

- а) размещение товаров на полках;
- б) акции, скидки, подарки и кросс-продвижение;
- в) реклама в газетах;
- г) увеличение цен;

10. Какова важность послепродажного обслуживания?

- а) послепродажное обслуживание несущественно для бизнеса;
- б) оно необходимо только для возврата товаров;
- в) способствует поддержанию отношений с клиентами и их лояльности;
- г) это просто контроль за качеством товаров;

Критерии оценивания текущей аттестации:

Количество вопросов	Оценка	
10	5	аттестован
8-9	4	
5-7	3	
0-4	2	не аттестован

Аттестован - выставляется обучающемуся, ответившему правильно на 5-10 вопросов.

Не аттестован - выставляется обучающемуся, который ответил на 4 и менее вопросов.

Отлично - выставляется обучающемуся, ответившему на 10 вопросов.

Хорошо - выставляется обучающемуся, ответившему на 8-9 вопросов.

Удовлетворительно - выставляется обучающемуся, ответившему на 5-7 вопросов.

Ключи к тесту

№ п/п	Вариант № 1	Вариант № 2
1	г	в
2	а	б
3	в	б
4	в	в
5	а	б
6	а	б
7	а	б
8	а	в
9	б	б
10	б	в

Образец билета к зачету
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Чеченский государственный университет им» А.А. Кадырова
Профессиональный колледж
Тест
по МДК.01.01 «Продажа продовольственных товаров»
Зачет
Вариант №_____

ФИО _____ группа _____ Дата _____

№ вопроса	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ответ										
№ вопроса	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Ответ										

Вариант №1

1. Что является основной целью товароведения как дисциплины?

- а) изучение истории товарных рынков и их эволюции;
- б) исследование маркетинговых стратегий по продвижению товаров;
- в) изучение потребительских свойств товаров, их ассортимента, качественных характеристик и условий хранения;
- г) анализ потребительского спроса и оценка конкуренции на рынке.

2. Что включает содержание товароведения как науки?

- а) анализ конкурентоспособности и себестоимости продукции;
- б) изучение классификационных признаков, анализ ассортимента, определение качества, безопасности продукции и соответствие нормативным документам;
- в) разработка новых способов хранения продукции;
- г) изучение маркетинговых и рекламных стратегий для продвижения товаров.

3. Какие методы используются в товароведении для оценки качества товаров?

- а) органолептические методы;
- б) физико-химические методы и сравнительный анализ;
- в) органолептические, физико-химические, статистические и сравнительные методы;
- г) исключительно математические и экономические методы.

4. На что направлена классификация в товароведении?

- а) на улучшение условий производства;
- б) на систематизацию товаров для упрощения анализа ассортимента, оценки качества и выбора товара;
- в) на разработку стандартов качества;
- г) на создание единого мирового стандарта для всех видов товаров.

5. Какие задачи решает товароведение при оценке потребительских свойств товаров?

- а) определение уровня качества, безопасности, полезности и долговечности товара;
- б) оценка стоимости товара и расчет прибыли для производителя;

- в) определение основных показателей спроса и предложения;
- г) анализ эффективности рекламных кампаний.

6. Какую роль выполняет маркировка на товаре?

- а) указывает место производства;
- б) помогает рекламировать товар;
- в) обеспечивает потребителей информацией о свойствах и особенностях товара;
- г) делает товар более привлекательным для покупателя.

7. Что обычно включает обязательная маркировка товара?

- а) только информацию о сроке годности;
- б) информацию о составе и характеристиках продукта;
- в) сведения об изготовителе, составе, условиях хранения, сроках годности, применении товара;
- г) логотип производителя и торговую марку.

8. Что обозначают информационные знаки на упаковке?

- а) показывают страну производителя, условия хранения, способы использования и даты годности товаров;
- б) они показывают только цвет и размер упаковки;
- в) это обозначения, которые нужны только для оформления;
- г) они не имеют значения для покупателей.

9. Что такое сертификация товаров?

- а) процедура проверки цены товара;
- б) процесс проверки условий транспортировки;
- в) подтверждение качества и безопасности товара;
- г) определение происхождения товара;

10. Какова роль стандартов в производстве товаров?

- а) обеспечивать создание конкурентоспособного бренда;
- б) проверять упаковку товаров;
- в) повышать привлекательность товаров;
- г) обеспечивать единые требования к качеству, безопасности и характеристикам товаров.

11. Что такое ассортимент товаров в розничной торговле?

- а) это только количество товаров на складе;
- б) это разнообразие товаров, предлагаемых для продажи в магазине;
- в) это только товары, которые продаются по сниженной цене;
- г) это комплекс товаров, включающий в себя различные категории, группы и подгруппы.

12. Каковы основные факторы, влияющие на формирование ассортимента товаров?

- а) потребительский спрос, сезонность, качество товаров и конкуренция;
- б) только наличие товаров у поставщиков;
- в) только спрос со стороны покупателей;
- г) только маркетинговая стратегия магазина.

13. Какова роль исследования рынка в формировании ассортимента?

- а) оно не имеет никакого значения;
- б) помогает определить только цену товара;
- в) позволяет понять потребности и предпочтения целевой аудитории;
- г) только для увеличения продаж.

14. Каковы основные методы формирования ассортимента товаров?

- а) увеличение количества товаров;
- б) снижение цен на товары;
- в) анализ спроса, оптимизация и классификация товаров;
- г) закупка популярных товаров.

15. Что включает в себя процесс приемки товаров в магазинах?

- а) это проверка количества и качества товаров, их маркировки и запись в инвентарные списки;
- б) это проверка документов и размещение товаров на полках;
- в) это лишь размещение товаров в торговом зале;
- г) это только проверка на наличие повреждений и несоответствий.

16. Каковы основные этапы технологии приемки товаров?

- а) включает предварительную проверку документов, фактическую проверку товара, составление акта приемки;
- б) включает проверку повреждений и размещение товаров;
- в) это процесс, состоящий из нескольких шагов, таких как оформление документов;
- г) это просто проверка количества товара и его упаковки.

17. Какова роль сопроводительных документов в процессе приемки товаров?

- а) содержат информацию о количестве, качестве и характеристиках товаров;
- б) необходимы для отслеживания движений товаров;
- в) служат для идентификации товаров и их соответствия;
- г) нужны только для оформления возвратов.

18. Какие проблемы могут возникнуть в процессе приемки товаров?

- а) несоответствие количества или качества товара, ошибки в сопроводительных документах;
- б) могут возникнуть проблемы, связанные с документами и товарами;
- в) возможны ситуации с недостатком информации или недопоставкой;
- г) это проблемы, возникающие только в случае отсутствия документов.

19. Каковы основные условия для хранения товаров в магазинах?

- а) наличие полок для размещения;
- б) температура, влажность, свет и вентиляция;
- в) достаточное пространство для хранения;
- г) требования к хранению продуктов.

20. Что включает в себя процесс подготовки товаров к продаже?

- а) только упаковку и выставление на витрину;
- б) проверка качества, оформление ценников и упаковка товаров;
- в) размещение товаров в магазине;
- г) только маркировка товара.

Вариант №2

1. Какую основную характеристику имеют текстильные волокна?

- а) обладают хорошей растяжимостью;
- б) имеют способность к удержанию тепла;
- в) характеризуются гибкостью, прочностью, устойчивостью к механическим воздействиям;
- г) устойчивы к химическим веществам.

2. Как классифицируются текстильные волокна по происхождению?

- а) только на натуральные волокна;
- б) на природные и искусственные волокна;

- в) на химические волокна, которые включают синтетические и искусственные материалы;
- г) на натуральные и химические, которые получают из растительных или животных источников.

3. Каковы основные характеристики швейных товаров?

- а) имеют разнообразные расцветки и фасоны;
- б) изготовлены только из натуральных тканей;
- в) должны быть удобными и недорогими;
- г) характеризуются использованием различных тканей и материалов.

4. Какие ткани чаще всего используются для производства швейных и трикотажных товаров?

- а) хлопок и лен;
- б) хлопок, лен и шерсть;
- в) синтетические ткани;
- г) натуральные ткани.

5. Каковы основные характеристики меховых товаров?

- а) легко чистятся и стираются;
- б) имеют разнообразные расцветки и фасоны;
- в) характеризуются высокой теплотой, мягкостью и эластичностью;
- г) должны быть удобными и недорогими.

6. Из каких животных обычно получают мех?

- а) только из домашних животных;
- б) из диких и домашних животных;
- в) из шуб пушных зверей;
- г) из тропических животных.

7. Какова роль меха в одежде?

- а) мех придает изделиям роскошь и индивидуальность;
- б) мех используется только в обуви;
- в) только для создания стильного образа;
- г) мех не имеет никакой функции.

8. Каковы основные методы обработки меха?

- а) включает в себя механическую и химическую обработку;
- б) только химическая обработка;
- в) только механическая обработка;
- г) обработка не требуется.

9. Какие преимущества имеют искусственные меха по сравнению с натуральными?

- а) дешевле натуральных;
- б) искусственные меха гипоаллергенны;
- в) имеют разнообразные текстуры и цвета; г) проще в использовании.

10. Как правильно ухаживать за меховыми изделиями?

- а) только стирать в машинке;
- б) регулярную чистить и хранить в хорошо проветриваемом месте;
- в) чистить только влажной тряпкой;
- г) меховые изделия можно просто забыть в шкафу.

11. Какова роль инвентаризации в процессе хранения товаров?

- а) инвентаризация нужна только для учета товаров;
- б) она помогает выявить только недостатки и излишки;

- в) позволяет контролировать количество и состояние товаров на складе;
- г) это несущественная процедура.

12. Каковы основные методы хранения товаров в магазине?

- а) это только размещение на полках;
- б) стеллажные системы, ячейковое хранение и использование контейнеров;
- в) это только хранение в холодильниках;
- г) это хранение в любом доступном месте.

13. Каковы основные принципы выкладки товаров в магазине?

- а) только красивое размещение товаров;
- б) группировка по категориям, привлечение внимания к новым или сезонным товарам;
- в) просто расстановка на полках;
- г) требования только к упаковке.

14. Какова роль визуального мерчендайзинга в размещении товаров?

- а) визуальный мерчендайзинг только для красоты магазина;
- б) он служит для определения цен на товары;
- в) направлен на создание привлекательного представления товаров, использование света и цвета для акцентирования внимания;
- г) это просто оформление витрин;

15. Какие факторы влияют на размещение товаров в магазине?

- а) только размер магазина;
- б) это расположение товаров в зависимости от их популярности, частоты покупок и сезонности;
- в) это только количество товаров;
- г) это только предпочтения продавцов;

16. Каковы основные методы выкладки товаров для повышения продаж?

- а) это только размещение на уровне глаз;
- б) кросс-продвижение товаров, использование акций и специальных предложений;
- в) это лишь расстановка на полках;
- г) это только размещение товаров в углах.

17. Что такое технология продажи товаров?

- а) это только процесс оформления документов;
- б) это совокупность методов и приемов, которые используются для успешного продвижения товаров;
- в) это просто работа с клиентами;
- г) это лишь процесс оформления товаров;

18. Какова роль консультирования клиентов в процессе продажи?

- а) консультирование клиентов не имеет значения;
- б) это только определение цен на товары;
- в) выявить потребности покупателей и предложить подходящие товары;
- г) это просто общение с покупателями;

19. Какие методы используются для стимулирования продаж?

- а) размещение товаров на полках;
- б) акции, скидки, подарки и кросс-продвижение;
- в) реклама в газетах;
- г) увеличение цен;

20. Какова важность послепродажного обслуживания?

- а) послепродажное обслуживание несущественно для бизнеса;
- б) оно необходимо только для возврата товаров;
- в) способствует поддержанию отношений с клиентами и их лояльности;
- г) это просто контроль за качеством товаров;

Критерии оценивания зачета:

Количество вопросов	Оценка	
18-20	5	зачтено
15-17	4	
10-14	3	
0-9	2	не зачтено

Зачтено - выставляется обучающемуся, ответившему правильно на 10-20 вопросов.

Не зачтено - выставляется обучающемуся, который ответил на 9 и менее вопросов.

Ключи к тесту

№ п/п	Вариант № 1	Вариант № 2
1	в	в
2	б	г
3	в	г
4	б	б
5	а	в
6	в	б
7	в	а
8	а	а
9	в	в
10	г	б
11	г	в
12	а	б
13	в	б
14	в	в
15	а	б
16	а	б
17	а	б
18	а	в
19	б	б
20	б	в

Образец билета к Экзамену
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Чеченский государственный университет им» А.А. Кадырова
Профессиональный колледж
Тест
по МДК.01.01 «Продажа продовольственных товаров»
Экзамен
Вариант № ____

ФИО _____ группа _____ Дата _____

№ вопроса	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ответ										
№ вопроса	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Ответ										

Вариант №1

1. Что является основной целью товароведения как дисциплины?

- а) изучение истории товарных рынков и их эволюции;
- б) исследование маркетинговых стратегий по продвижению товаров;
- в) изучение потребительских свойств товаров, их ассортимента, качественных характеристик и условий хранения;
- г) анализ потребительского спроса и оценка конкуренции на рынке.

2. Что включает содержание товароведения как науки?

- а) анализ конкурентоспособности и себестоимости продукции;
- б) изучение классификационных признаков, анализ ассортимента, определение качества, безопасности продукции и соответствие нормативным документам;
- в) разработка новых способов хранения продукции;
- г) изучение маркетинговых и рекламных стратегий для продвижения товаров.

2. Какие методы используются в товароведении для оценки качества товаров?

- а) органолептические методы;
- б) физико-химические методы и сравнительный анализ;
- в) органолептические, физико-химические, статистические и сравнительные методы;
- г) исключительно математические и экономические методы.

3. На что направлена классификация в товароведении?

- а) на улучшение условий производства;
- б) на систематизацию товаров для упрощения анализа ассортимента, оценки качества и выбора товара;
- в) на разработку стандартов качества;
- г) на создание единого мирового стандарта для всех видов товаров.

4. Какие задачи решает товароведение при оценке потребительских свойств товаров?

- а) определение уровня качества, безопасности, полезности и долговечности товара;
- б) оценка стоимости товара и расчет прибыли для производителя;

- в) определение основных показателей спроса и предложения;
- г) анализ эффективности рекламных кампаний.

5. Какую роль выполняет маркировка на товаре?

- а) указывает место производства;
- б) помогает рекламировать товар;
- в) обеспечивает потребителей информацией о свойствах и особенностях товара;
- г) делает товар более привлекательным для покупателя.

6. Что обычно включает обязательная маркировка товара?

- а) только информацию о сроке годности;
- б) информацию о составе и характеристиках продукта;
- в) сведения об изготовителе, составе, условиях хранения, сроках годности, применении товара;
- г) логотип производителя и торговую марку.

7. Что обозначают информационные знаки на упаковке?

- а) показывают страну производителя, условия хранения, способы использования и даты годности товаров;
- б) они показывают только цвет и размер упаковки;
- в) это обозначения, которые нужны только для оформления;
- г) они не имеют значения для покупателей.

8. Что такое сертификация товаров?

- а) процедура проверки цены товара;
- б) процесс проверки условий транспортировки;
- в) подтверждение качества и безопасности товара;
- г) определение происхождения товара;

9. Какова роль стандартов в производстве товаров?

- а) обеспечивать создание конкурентоспособного бренда;
- б) проверять упаковку товаров;
- в) повышать привлекательность товаров;
- г) обеспечивать единые требования к качеству, безопасности и характеристикам товаров.

10. Что такое ассортимент товаров в розничной торговле?

- а) это только количество товаров на складе;
- б) это разнообразие товаров, предлагаемых для продажи в магазине;
- в) это только товары, которые продаются по сниженной цене;
- г) это комплекс товаров, включающий в себя различные категории, группы и подгруппы.

11. Каковы основные факторы, влияющие на формирование ассортимента товаров?

- а) потребительский спрос, сезонность, качество товаров и конкуренция;
- б) только наличие товаров у поставщиков;
- в) только спрос со стороны покупателей;
- г) только маркетинговая стратегия магазина.

12. Какова роль исследования рынка в формировании ассортимента?

- а) оно не имеет никакого значения;
- б) помогает определить только цену товара;
- в) позволяет понять потребности и предпочтения целевой аудитории;
- г) только для увеличения продаж.

13. Каковы основные методы формирования ассортимента товаров?

- а) увеличение количества товаров;
- б) снижение цен на товары;
- в) анализ спроса, оптимизация и классификация товаров;
- г) закупка популярных товаров.

14. Что включает в себя процесс приемки товаров в магазинах?

- а) это проверка количества и качества товаров, их маркировки и запись в инвентарные списки;
- б) это проверка документов и размещение товаров на полках;
- в) это лишь размещение товаров в торговом зале;
- г) это только проверка на наличие повреждений и несоответствий.

15. Каковы основные этапы технологии приемки товаров?

- а) включает предварительную проверку документов, фактическую проверку товара, составление акта приемки;
- б) включает проверку повреждений и размещение товаров;
- в) это процесс, состоящий из нескольких шагов, таких как оформление документов;
- г) это просто проверка количества товара и его упаковки.

16. Какова роль сопроводительных документов в процессе приемки товаров?

- а) содержат информацию о количестве, качестве и характеристиках товаров;
- б) необходимы для отслеживания движений товаров;
- в) служат для идентификации товаров и их соответствия;
- г) нужны только для оформления возвратов.

17. Какие проблемы могут возникнуть в процессе приемки товаров?

- а) несоответствие количества или качества товара, ошибки в сопроводительных документах;
- б) могут возникнуть проблемы, связанные с документами и товарами;
- в) возможны ситуации с недостатком информации или недопоставкой;
- г) это проблемы, возникающие только в случае отсутствия документов.

18. Каковы основные условия для хранения товаров в магазинах?

- а) наличие полок для размещения;
- б) температура, влажность, свет и вентиляция;
- в) достаточное пространство для хранения;
- г) требования к хранению продуктов.

19. Что включает в себя процесс подготовки товаров к продаже?

- а) только упаковку и выставление на витрину;
- б) проверка качества, оформление ценников и упаковка товаров;
- в) размещение товаров в магазине;
- г) только маркировка товара.

Вариант №2

20. Какую основную характеристику имеют текстильные волокна?

- а) обладают хорошей растяжимостью;
- б) имеют способность к удержанию тепла;
- в) характеризуются гибкостью, прочностью, устойчивостью к механическим воздействиям;
- г) устойчивы к химическим веществам.

21. Как классифицируются текстильные волокна по происхождению?

- а) только на натуральные волокна;
- б) на природные и искусственные волокна;

- в) на химические волокна, которые включают синтетические и искусственные материалы;
- г) на натуральные и химические, которые получают из растительных или животных источников.

22. Каковы основные характеристики швейных товаров?

- а) имеют разнообразные расцветки и фасоны;
- б) изготовлены только из натуральных тканей;
- в) должны быть удобными и недорогими;
- г) характеризуются использованием различных тканей и материалов.

23. Какие ткани чаще всего используются для производства швейных и трикотажных товаров?

- а) хлопок и лен;
- б) хлопок, лен и шерсть;
- в) синтетические ткани;
- г) натуральные ткани.

24. Каковы основные характеристики меховых товаров?

- а) легко чистятся и стираются;
- б) имеют разнообразные расцветки и фасоны;
- в) характеризуются высокой теплотой, мягкостью и эластичностью;
- г) должны быть удобными и недорогими.

25. Из каких животных обычно получают мех?

- а) только из домашних животных;
- б) из диких и домашних животных;
- в) из шуб пушных зверей;
- г) из тропических животных.

26. Какова роль меха в одежде?

- а) мех придает изделиям роскошь и индивидуальность;
- б) мех используется только в обуви;
- в) только для создания стильного образа;
- г) мех не имеет никакой функции.

27. Каковы основные методы обработки меха?

- а) включает в себя механическую и химическую обработку;
- б) только химическая обработка;
- в) только механическая обработка;
- г) обработка не требуется.

28. Какие преимущества имеют искусственные меха по сравнению с натуральными?

- а) дешевле натуральных;
- б) искусственные меха гипоаллергенны;
- в) имеют разнообразные текстуры и цвета; г) проще в использовании.

29. Как правильно ухаживать за меховыми изделиями?

- а) только стирать в машинке;
- б) регулярную чистить и хранить в хорошо проветриваемом месте;
- в) чистить только влажной тряпкой;
- г) меховые изделия можно просто забыть в шкафу.

30. Какова роль инвентаризации в процессе хранения товаров?

- а) инвентаризация нужна только для учета товаров;
- б) она помогает выявить только недостатки и излишки;

- в) позволяет контролировать количество и состояние товаров на складе;
- г) это несущественная процедура.

31. Каковы основные методы хранения товаров в магазине?

- а) это только размещение на полках;
- б) стеллажные системы, ячейковое хранение и использование контейнеров;
- в) это только хранение в холодильниках;
- г) это хранение в любом доступном месте.

32. Каковы основные принципы выкладки товаров в магазине?

- а) только красивое размещение товаров;
- б) группировка по категориям, привлечение внимания к новым или сезонным товарам;
- в) просто расстановка на полках;
- г) требования только к упаковке.

33. Какова роль визуального мерчендайзинга в размещении товаров?

- а) визуальный мерчендайзинг только для красоты магазина;
- б) он служит для определения цен на товары;
- в) направлен на создание привлекательного представления товаров, использование света и цвета для акцентирования внимания;
- г) это просто оформление витрин;

34. Какие факторы влияют на размещение товаров в магазине?

- а) только размер магазина;
- б) это расположение товаров в зависимости от их популярности, частоты покупок и сезонности;
- в) это только количество товаров;
- г) это только предпочтения продавцов;

35. Каковы основные методы выкладки товаров для повышения продаж?

- а) это только размещение на уровне глаз;
- б) кросс-продвижение товаров, использование акций и специальных предложений;
- в) это лишь расстановка на полках;
- г) это только размещение товаров в углах.

36. Что такое технология продажи товаров?

- а) это только процесс оформления документов;
- б) это совокупность методов и приемов, которые используются для успешного продвижения товаров;
- в) это просто работа с клиентами;
- г) это лишь процесс оформления товаров;

37. Какова роль консультирования клиентов в процессе продажи?

- а) консультирование клиентов не имеет значения;
- б) это только определение цен на товары;
- в) выявить потребности покупателей и предложить подходящие товары;
- г) это просто общение с покупателями;

38. Какие методы используются для стимулирования продаж?

- а) размещение товаров на полках;
- б) акции, скидки, подарки и кросс-продвижение;
- в) реклама в газетах;
- г) увеличение цен;

39. Какова важность послепродажного обслуживания?

- а) послепродажное обслуживание несущественно для бизнеса;
- б) оно необходимо только для возврата товаров;
- в) способствует поддержанию отношений с клиентами и их лояльности;
- г) это просто контроль за качеством товаров;

Критерии оценивания экзамена:

Количество вопросов	Оценка
18-20	5
15-17	4
10-14	3
0-9	2

Отлично - выставляется обучающемуся, ответившему на 18-20 вопросов.

Хорошо - выставляется обучающемуся, ответившему на 15-17 вопросов.

Удовлетворительно - выставляется обучающемуся, ответившему на 10-14 вопросов.

Ключи к тесту

№ п/п	Вариант № 1	Вариант № 2
1	в	в
2	б	г
3	в	г
4	б	б
5	а	в
6	в	б
7	в	а
8	а	а
9	в	в
10	г	б
11	г	в
12	а	б
13	в	б
14	в	в
15	а	б
16	а	б
17	а	б
18	а	в
19	б	б
20	б	в

ПАСПОРТ

ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОМУ КУРСУ

МДК.01.02 «Продажа непродовольственных товаров»

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства	
1.	Введение в товароведение непродовольственных товаров	ОК 04 ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4	Зачет/Экзамен	1-я текущая аттестация
2.	Текстильные товары			2-я текущая аттестация
3.	Швейные и трикотажные товары			
4.	Меховые товары			
5.	Формирование ассортимента товаров в розничной торговле			
6.	Технология приемки товаров в магазинах			
7.	Технология хранения и подготовки товаров к продаже			
8.	Технология размещения и выкладки отдельных видов товаров			
9.	Технология продажи товаров			

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средств в фонде
1.	1-я и 2-я текущая аттестация	Средства контроля усвоения учебного материала в виде тестирования обучающихся	Комплект тестов по вариантам к аттестациям
2.	Зачет/Экзамен	Итоговая форма оценки знаний	Комплект тестов по вариантам к зачету/экзамену

Образец билета к 1-ой текущей аттестации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Чеченский государственный университет им» А.А. Кадырова
Профессиональный колледж
Тест
по МДК.01.02 «Продажа непродовольственных товаров»

I-аттестация
Вариант №_____

ФИО _____ группа _____ Дата _____

№ вопроса	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ответ										

Вариант №1

11. Что является основной целью товароведения как дисциплины?

- а) изучение истории товарных рынков и их эволюции;
- б) исследование маркетинговых стратегий по продвижению товаров;
- в) изучение потребительских свойств товаров, их ассортимента, качественных характеристик и условий хранения;
- г) анализ потребительского спроса и оценка конкуренции на рынке.

12. Что включает содержание товароведения как науки?

- а) анализ конкурентоспособности и себестоимости продукции;
- б) изучение классификационных признаков, анализ ассортимента, определение качества, безопасности продукции и соответствие нормативным документам;
- в) разработка новых способов хранения продукции;
- г) изучение маркетинговых и рекламных стратегий для продвижения товаров.

13. Какие методы используются в товароведении для оценки качества товаров?

- а) органолептические методы;
- б) физико-химические методы и сравнительный анализ;
- в) органолептические, физико-химические, статистические и сравнительные методы;
- г) исключительно математические и экономические методы.

14. На что направлена классификация в товароведении?

- а) на улучшение условий производства;
- б) на систематизацию товаров для упрощения анализа ассортимента, оценки качества и выбора товара;
- в) на разработку стандартов качества;
- г) на создание единого мирового стандарта для всех видов товаров.

15. Какие задачи решает товароведение при оценке потребительских свойств товаров?

- а) определение уровня качества, безопасности, полезности и долговечности товара;
- б) оценка стоимости товара и расчет прибыли для производителя;
- в) определение основных показателей спроса и предложения;
- г) анализ эффективности рекламных кампаний.

16. Какую роль выполняет маркировка на товаре?

- а) указывает место производства;
- б) помогает рекламировать товар;
- в) обеспечивает потребителей информацией о свойствах и особенностях товара;
- г) делает товар более привлекательным для покупателя.

17. Что обычно включает обязательная маркировка товара?

- а) только информацию о сроке годности;
- б) информацию о составе и характеристиках продукта;
- в) сведения об изготовителе, составе, условиях хранения, сроках годности, применении товара;
- г) логотип производителя и торговую марку.

18. Что обозначают информационные знаки на упаковке?

- а) показывают страну производителя, условия хранения, способы использования и даты годности товаров;
- б) они показывают только цвет и размер упаковки;
- в) это обозначения, которые нужны только для оформления;
- г) они не имеют значения для покупателей.

19. Что такое сертификация товаров?

- а) процедура проверки цены товара;
- б) процесс проверки условий транспортировки;
- в) подтверждение качества и безопасности товара;
- г) определение происхождения товара;

20. Какова роль стандартов в производстве товаров?

- а) обеспечивать создание конкурентоспособного бренда;
- б) проверять упаковку товаров;
- в) повышать привлекательность товаров;
- г) обеспечивать единые требования к качеству, безопасности и характеристикам товаров.

Вариант №2

11. Какую основную характеристику имеют текстильные волокна?

- а) обладают хорошей растяжимостью;
- б) имеют способность к удержанию тепла;
- в) характеризуются гибкостью, прочностью, устойчивостью к механическим воздействиям;
- г) устойчивы к химическим веществам.

12. Как классифицируются текстильные волокна по происхождению?

- а) только на натуральные волокна;
- б) на природные и искусственные волокна;
- в) на химические волокна, которые включают синтетические и искусственные материалы;
- г) на натуральные и химические, которые получают из растительных или животных источников.

13. Каковы основные характеристики швейных товаров?

- а) имеют разнообразные расцветки и фасоны;
- б) изготовлены только из натуральных тканей;
- в) должны быть удобными и недорогими;
- г) характеризуются использованием различных тканей и материалов.

14. Какие ткани чаще всего используются для производства швейных и трикотажных товаров?

- а) хлопок и лен;
- б) хлопок, лен и шерсть;
- в) синтетические ткани;
- г) натуральные ткани.

15. Каковы основные характеристики меховых товаров?

- а) легко чистятся и стираются;
- б) имеют разнообразные расцветки и фасоны;
- в) характеризуются высокой теплотой, мягкостью и эластичностью;
- г) должны быть удобными и недорогими.

16. Из каких животных обычно получают мех?

- а) только из домашних животных;
- б) из диких и домашних животных;
- в) из шуб пушных зверей;
- г) из тропических животных.

17. Какова роль меха в одежде?

- а) мех придает изделиям роскошь и индивидуальность;
- б) мех используется только в обуви;
- в) только для создания стильного образа;
- г) мех не имеет никакой функции.

18. Каковы основные методы обработки меха?

- а) включает в себя механическую и химическую обработку;
- б) только химическая обработка;
- в) только механическая обработка;
- г) обработка не требуется.

19. Какие преимущества имеют искусственные меха по сравнению с натуральными?

- а) дешевле натуральных;
- б) искусственные меха гипоаллергенны;
- в) имеют разнообразные текстуры и цвета;
- г) проще в использовании.

20. Как правильно ухаживать за меховыми изделиями?

- а) только стирать в машинке;
- б) регулярную чистить и хранить в хорошо проветриваемом месте;
- в) чистить только влажной тряпкой;
- г) меховые изделия можно просто забыть в шкафу.

Ключи к тесту

№ п/п	Вариант № 1	Вариант № 2
1	в	в
2	б	г
3	в	г
4	б	б
5	а	в
6	в	б
7	в	а

8	a	a
9	в	в
10	г	б

Образец билета ко 2-ой текущей аттестации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Чеченский государственный университет им» А.А. Кадырова
Профессиональный колледж
Тест
по МДК.01.02 «Продажа непродовольственных товаров»
II-аттестация

Вариант № ____

ФИО _____ группа _____ Дата _____

№ вопроса	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ответ										

Вариант №1

11. Что такое ассортимент товаров в розничной торговле?

- а) это только количество товаров на складе;
- б) это разнообразие товаров, предлагаемых для продажи в магазине;
- в) это только товары, которые продаются по сниженной цене;
- г) это комплекс товаров, включающий в себя различные категории, группы и подгруппы.

12. Каковы основные факторы, влияющие на формирование ассортимента товаров?

- а) потребительский спрос, сезонность, качество товаров и конкуренция;
- б) только наличие товаров у поставщиков;
- в) только спрос со стороны покупателей;
- г) только маркетинговая стратегия магазина.

13. Какова роль исследования рынка в формировании ассортимента?

- а) оно не имеет никакого значения;
- б) помогает определить только цену товара;
- в) позволяет понять потребности и предпочтения целевой аудитории;
- г) только для увеличения продаж.

14. Каковы основные методы формирования ассортимента товаров?

- а) увеличение количества товаров;
- б) снижение цен на товары;
- в) анализ спроса, оптимизация и классификация товаров;
- г) закупка популярных товаров.

15. Что включает в себя процесс приемки товаров в магазинах?

- а) это проверка количества и качества товаров, их маркировки и запись в инвентарные списки;
- б) это проверка документов и размещение товаров на полках;
- в) это лишь размещение товаров в торговом зале;
- г) это только проверка на наличие повреждений и несоответствий.

16. Каковы основные этапы технологии приемки товаров?

- а) включает предварительную проверку документов, фактическую проверку товара, составление

- акта приемки;
- б) включает проверку повреждений и размещение товаров;
 - в) это процесс, состоящий из нескольких шагов, таких как оформление документов;
 - г) это просто проверка количества товара и его упаковки.

17. Какова роль сопроводительных документов в процессе приемки товаров?

- а) содержат информацию о количестве, качестве и характеристиках товаров;
- б) необходимы для отслеживания движений товаров;
- в) служат для идентификации товаров и их соответствия;
- г) нужны только для оформления возвратов.

18. Какие проблемы могут возникнуть в процессе приемки товаров?

- а) несоответствие количества или качества товара, ошибки в сопроводительных документах;
- б) могут возникнуть проблемы, связанные с документами и товарами;
- в) возможны ситуации с недостатком информации или недопоставкой;
- г) это проблемы, возникающие только в случае отсутствия документов.

19. Каковы основные условия для хранения товаров в магазинах?

- а) наличие полок для размещения;
- б) температура, влажность, свет и вентиляция;
- в) достаточное пространство для хранения;
- г) требования к хранению продуктов.

20. Что включает в себя процесс подготовки товаров к продаже?

- а) только упаковку и выставление на витрину;
- б) проверка качества, оформление ценников и упаковка товаров;
- в) размещение товаров в магазине;
- г) только маркировка товара.

Вариант №2

11. Какова роль инвентаризации в процессе хранения товаров?

- а) инвентаризация нужна только для учета товаров;
- б) она помогает выявить только недостатки и излишки;
- в) позволяет контролировать количество и состояние товаров на складе;
- г) это несущественная процедура.

12. Каковы основные методы хранения товаров в магазине?

- а) это только размещение на полках;
- б) стеллажные системы, ячеечное хранение и использование контейнеров;
- в) это только хранение в холодильниках;
- г) это хранение в любом доступном месте.

13. Каковы основные принципы выкладки товаров в магазине?

- а) только красивое размещение товаров;
- б) группировка по категориям, привлечение внимания к новым или сезонным товарам;
- в) просто расстановка на полках;
- г) требования только к упаковке.

14. Какова роль визуального мерчендайзинга в размещении товаров?

- а) визуальный мерчендайзинг только для красоты магазина;
- б) он служит для определения цен на товары;
- в) направлен на создание привлекательного представления товаров, использование света и цвета для акцентирования внимания;

г) это просто оформление витрин;

15. Какие факторы влияют на размещение товаров в магазине?

- а) только размер магазина;
- б) это расположение товаров в зависимости от их популярности, частоты покупок и сезонности;
- в) это только количество товаров;
- г) это только предпочтения продавцов;

16. Каковы основные методы выкладки товаров для повышения продаж?

- а) это только размещение на уровне глаз;
- б) кросс-продвижение товаров, использование акций и специальных предложений;
- в) это лишь расстановка на полках;
- г) это только размещение товаров в углах.

17. Что такое технология продажи товаров?

- а) это только процесс оформления документов;
- б) это совокупность методов и приемов, которые используются для успешного продвижения товаров;
- в) это просто работа с клиентами;
- г) это лишь процесс оформления товаров;

18. Какова роль консультирования клиентов в процессе продажи?

- а) консультирование клиентов не имеет значения;
- б) это только определение цен на товары;
- в) выявить потребности покупателей и предложить подходящие товары;
- г) это просто общение с покупателями;

19. Какие методы используются для стимулирования продаж?

- а) размещение товаров на полках;
- б) акции, скидки, подарки и кросс-продвижение;
- в) реклама в газетах;
- г) увеличение цен;

20. Какова важность послепродажного обслуживания?

- а) послепродажное обслуживание несущественно для бизнеса;
- б) оно необходимо только для возврата товаров;
- в) способствует поддержанию отношений с клиентами и их лояльности;
- г) это просто контроль за качеством товаров;

Критерии оценивания текущей аттестации:

Количество вопросов	Оценка	
10	5	аттестован
8-9	4	
5-7	3	
0-4	2	не аттестован

Аттестован - выставляется обучающемуся, ответившему правильно на 5-10 вопросов.

Не аттестован - выставляется обучающемуся, который ответил на 4 и менее вопросов.

Отлично - выставляется обучающемуся, ответившему на 10 вопросов.

Хорошо - выставляется обучающемуся, ответившему на 8-9 вопросов.

Удовлетворительно - выставляется обучающемуся, ответившему на 5-7 вопросов.

Ключи к тесту

№ п/п	Вариант № 1	Вариант № 2
1	г	в
2	а	б
3	в	б
4	в	в
5	а	б
6	а	б
7	а	б
8	а	в
9	б	б
10	б	в

Образец билета к зачету
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
«Чеченский государственный университет им» А.А. Кадырова
Профессиональный колледж
Тест
по МДК.01.02 «Продажа непродовольственных товаров»
Зачет
Вариант №_____

ФИО _____ группа _____ Дата _____

№ вопроса	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ответ										
№ вопроса	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Ответ										

Вариант №1

21. Что является основной целью товароведения как дисциплины?

- а) изучение истории товарных рынков и их эволюции;
- б) исследование маркетинговых стратегий по продвижению товаров;
- в) изучение потребительских свойств товаров, их ассортимента, качественных характеристик и условий хранения;
- г) анализ потребительского спроса и оценка конкуренции на рынке.

22. Что включает содержание товароведения как науки?

- а) анализ конкурентоспособности и себестоимости продукции;
- б) изучение классификационных признаков, анализ ассортимента, определение качества, безопасности продукции и соответствие нормативным документам;
- в) разработка новых способов хранения продукции;
- г) изучение маркетинговых и рекламных стратегий для продвижения товаров.

23. Какие методы используются в товароведении для оценки качества товаров?

- а) органолептические методы;
- б) физико-химические методы и сравнительный анализ;
- в) органолептические, физико-химические, статистические и сравнительные методы;
- г) исключительно математические и экономические методы.

24. На что направлена классификация в товароведении?

- а) на улучшение условий производства;
- б) на систематизацию товаров для упрощения анализа ассортимента, оценки качества и выбора товара;
- в) на разработку стандартов качества;
- г) на создание единого мирового стандарта для всех видов товаров.

25. Какие задачи решает товароведение при оценке потребительских свойств товаров?

- а) определение уровня качества, безопасности, полезности и долговечности товара;
- б) оценка стоимости товара и расчет прибыли для производителя;

- в) определение основных показателей спроса и предложения;
- г) анализ эффективности рекламных кампаний.

26. Какую роль выполняет маркировка на товаре?

- а) указывает место производства;
- б) помогает рекламировать товар;
- в) обеспечивает потребителей информацией о свойствах и особенностях товара;
- г) делает товар более привлекательным для покупателя.

27. Что обычно включает обязательная маркировка товара?

- а) только информацию о сроке годности;
- б) информацию о составе и характеристиках продукта;
- в) сведения об изготовителе, составе, условиях хранения, сроках годности, применении товара;
- г) логотип производителя и торговую марку.

28. Что обозначают информационные знаки на упаковке?

- а) показывают страну производителя, условия хранения, способы использования и даты годности товаров;
- б) они показывают только цвет и размер упаковки;
- в) это обозначения, которые нужны только для оформления;
- г) они не имеют значения для покупателей.

29. Что такое сертификация товаров?

- а) процедура проверки цены товара;
- б) процесс проверки условий транспортировки;
- в) подтверждение качества и безопасности товара;
- г) определение происхождения товара;

30. Какова роль стандартов в производстве товаров?

- а) обеспечивать создание конкурентоспособного бренда;
- б) проверять упаковку товаров;
- в) повышать привлекательность товаров;
- г) обеспечивать единые требования к качеству, безопасности и характеристикам товаров.

31. Что такое ассортимент товаров в розничной торговле?

- а) это только количество товаров на складе;
- б) это разнообразие товаров, предлагаемых для продажи в магазине;
- в) это только товары, которые продаются по сниженной цене;
- г) это комплекс товаров, включающий в себя различные категории, группы и подгруппы.

32. Каковы основные факторы, влияющие на формирование ассортимента товаров?

- а) потребительский спрос, сезонность, качество товаров и конкуренция;
- б) только наличие товаров у поставщиков;
- в) только спрос со стороны покупателей;
- г) только маркетинговая стратегия магазина.

33. Какова роль исследования рынка в формировании ассортимента?

- а) оно не имеет никакого значения;
- б) помогает определить только цену товара;
- в) позволяет понять потребности и предпочтения целевой аудитории;
- г) только для увеличения продаж.

34. Каковы основные методы формирования ассортимента товаров?

- а) увеличение количества товаров;
- б) снижение цен на товары;
- в) анализ спроса, оптимизация и классификация товаров;
- г) закупка популярных товаров.

35. Что включает в себя процесс приемки товаров в магазинах?

- а) это проверка количества и качества товаров, их маркировки и запись в инвентарные списки;
- б) это проверка документов и размещение товаров на полках;
- в) это лишь размещение товаров в торговом зале;
- г) это только проверка на наличие повреждений и несоответствий.

36. Каковы основные этапы технологии приемки товаров?

- а) включает предварительную проверку документов, фактическую проверку товара, составление акта приемки;
- б) включает проверку повреждений и размещение товаров;
- в) это процесс, состоящий из нескольких шагов, таких как оформление документов;
- г) это просто проверка количества товара и его упаковки.

37. Какова роль сопроводительных документов в процессе приемки товаров?

- а) содержат информацию о количестве, качестве и характеристиках товаров;
- б) необходимы для отслеживания движений товаров;
- в) служат для идентификации товаров и их соответствия;
- г) нужны только для оформления возвратов.

38. Какие проблемы могут возникнуть в процессе приемки товаров?

- а) несоответствие количества или качества товара, ошибки в сопроводительных документах;
- б) могут возникнуть проблемы, связанные с документами и товарами;
- в) возможны ситуации с недостатком информации или недопоставкой;
- г) это проблемы, возникающие только в случае отсутствия документов.

39. Каковы основные условия для хранения товаров в магазинах?

- а) наличие полок для размещения;
- б) температура, влажность, свет и вентиляция;
- в) достаточное пространство для хранения;
- г) требования к хранению продуктов.

40. Что включает в себя процесс подготовки товаров к продаже?

- а) только упаковку и выставление на витрину;
- б) проверка качества, оформление ценников и упаковка товаров;
- в) размещение товаров в магазине;
- г) только маркировка товара.

Вариант №2

21. Какую основную характеристику имеют текстильные волокна?

- а) обладают хорошей растяжимостью;
- б) имеют способность к удержанию тепла;
- в) характеризуются гибкостью, прочностью, устойчивостью к механическим воздействиям;
- г) устойчивы к химическим веществам.

22. Как классифицируются текстильные волокна по происхождению?

- а) только на натуральные волокна;
- б) на природные и искусственные волокна;

- в) на химические волокна, которые включают синтетические и искусственные материалы;
- г) на натуральные и химические, которые получают из растительных или животных источников.

23. Каковы основные характеристики швейных товаров?

- а) имеют разнообразные расцветки и фасоны;
- б) изготовлены только из натуральных тканей;
- в) должны быть удобными и недорогими;
- г) характеризуются использованием различных тканей и материалов.

24. Какие ткани чаще всего используются для производства швейных и трикотажных товаров?

- а) хлопок и лен;
- б) хлопок, лен и шерсть;
- в) синтетические ткани;
- г) натуральные ткани.

25. Каковы основные характеристики меховых товаров?

- а) легко чистятся и стираются;
- б) имеют разнообразные расцветки и фасоны;
- в) характеризуются высокой теплотой, мягкостью и эластичностью;
- г) должны быть удобными и недорогими.

26. Из каких животных обычно получают мех?

- а) только из домашних животных;
- б) из диких и домашних животных;
- в) из шуб пушных зверей;
- г) из тропических животных.

27. Какова роль меха в одежде?

- а) мех придает изделиям роскошь и индивидуальность;
- б) мех используется только в обуви;
- в) только для создания стильного образа;
- г) мех не имеет никакой функции.

28. Каковы основные методы обработки меха?

- а) включает в себя механическую и химическую обработку;
- б) только химическая обработка;
- в) только механическая обработка;
- г) обработка не требуется.

29. Какие преимущества имеют искусственные меха по сравнению с натуральными?

- а) дешевле натуральных;
- б) искусственные меха гипоаллергенны;
- в) имеют разнообразные текстуры и цвета;
- г) проще в использовании.

30. Как правильно ухаживать за меховыми изделиями?

- а) только стирать в машинке;
- б) регулярную чистить и хранить в хорошо проветриваемом месте;
- в) чистить только влажной тряпкой;
- г) меховые изделия можно просто забыть в шкафу.

31. Какова роль инвентаризации в процессе хранения товаров?

- а) инвентаризация нужна только для учета товаров;
- б) она помогает выявить только недостатки и излишки;

- в) позволяет контролировать количество и состояние товаров на складе;
- г) это несущественная процедура.

32. Каковы основные методы хранения товаров в магазине?

- а) это только размещение на полках;
- б) стеллажные системы, ячейковое хранение и использование контейнеров;
- в) это только хранение в холодильниках;
- г) это хранение в любом доступном месте.

33. Каковы основные принципы выкладки товаров в магазине?

- а) только красивое размещение товаров;
- б) группировка по категориям, привлечение внимания к новым или сезонным товарам;
- в) просто расстановка на полках;
- г) требования только к упаковке.

34. Какова роль визуального мерчендайзинга в размещении товаров?

- а) визуальный мерчендайзинг только для красоты магазина;
- б) он служит для определения цен на товары;
- в) направлен на создание привлекательного представления товаров, использование света и цвета для акцентирования внимания;
- г) это просто оформление витрин;

35. Какие факторы влияют на размещение товаров в магазине?

- а) только размер магазина;
- б) это расположение товаров в зависимости от их популярности, частоты покупок и сезонности;
- в) это только количество товаров;
- г) это только предпочтения продавцов;

36. Каковы основные методы выкладки товаров для повышения продаж?

- а) это только размещение на уровне глаз;
- б) кросс-продвижение товаров, использование акций и специальных предложений;
- в) это лишь расстановка на полках;
- г) это только размещение товаров в углах.

37. Что такое технология продажи товаров?

- а) это только процесс оформления документов;
- б) это совокупность методов и приемов, которые используются для успешного продвижения товаров;
- в) это просто работа с клиентами;
- г) это лишь процесс оформления товаров;

38. Какова роль консультирования клиентов в процессе продажи?

- а) консультирование клиентов не имеет значения;
- б) это только определение цен на товары;
- в) выявить потребности покупателей и предложить подходящие товары;
- г) это просто общение с покупателями;

39. Какие методы используются для стимулирования продаж?

- а) размещение товаров на полках;
- б) акции, скидки, подарки и кросс-продвижение;
- в) реклама в газетах;
- г) увеличение цен;

40. Какова важность послепродажного обслуживания?

- а) послепродажное обслуживание несущественно для бизнеса;
- б) оно необходимо только для возврата товаров;
- в) способствует поддержанию отношений с клиентами и их лояльности;
- г) это просто контроль за качеством товаров;

Критерии оценивания зачета:

Количество вопросов	Оценка	
18-20	5	зачтено
15-17	4	
10-14	3	
0-9	2	не зачтено

Зачтено - выставляется обучающемуся, ответившему правильно на 10-20 вопросов.

Не зачтено - выставляется обучающемуся, который ответил на 9 и менее вопросов.

Ключи к тесту

№ п/п	Вариант № 1	Вариант № 2
1	в	в
2	б	г
3	в	г
4	б	б
5	а	в
6	в	б
7	в	а
8	а	а
9	в	в
10	г	б
11	г	в
12	а	б
13	в	б
14	в	в
15	а	б
16	а	б
17	а	б
18	а	в
19	б	б
20	б	в

Образец билета к Экзамену
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Чеченский государственный университет им» А.А. Кадырова
Профессиональный колледж
Тест
по МДК.01.02 «Продажа непродовольственных товаров»
Экзамен
Вариант № ____

ФИО _____ группа _____ Дата _____

№ вопроса	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ответ										
№ вопроса	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Ответ										

Вариант №1

40. Что является основной целью товароведения как дисциплины?

- а) изучение истории товарных рынков и их эволюции;
- б) исследование маркетинговых стратегий по продвижению товаров;
- в) изучение потребительских свойств товаров, их ассортимента, качественных характеристик и условий хранения;
- г) анализ потребительского спроса и оценка конкуренции на рынке.

2. Что включает содержание товароведения как науки?

- а) анализ конкурентоспособности и себестоимости продукции;
- б) изучение классификационных признаков, анализ ассортимента, определение качества, безопасности продукции и соответствие нормативным документам;
- в) разработка новых способов хранения продукции;
- г) изучение маркетинговых и рекламных стратегий для продвижения товаров.

41. Какие методы используются в товароведении для оценки качества товаров?

- а) органолептические методы;
- б) физико-химические методы и сравнительный анализ;
- в) органолептические, физико-химические, статистические и сравнительные методы;
- г) исключительно математические и экономические методы.

42. На что направлена классификация в товароведении?

- а) на улучшение условий производства;
- б) на систематизацию товаров для упрощения анализа ассортимента, оценки качества и выбора товара;
- в) на разработку стандартов качества;
- г) на создание единого мирового стандарта для всех видов товаров.

43. Какие задачи решает товароведение при оценке потребительских свойств товаров?

- а) определение уровня качества, безопасности, полезности и долговечности товара;
- б) оценка стоимости товара и расчет прибыли для производителя;

- в) определение основных показателей спроса и предложения;
- г) анализ эффективности рекламных кампаний.

44. Какую роль выполняет маркировка на товаре?

- а) указывает место производства;
- б) помогает рекламировать товар;
- в) обеспечивает потребителей информацией о свойствах и особенностях товара;
- г) делает товар более привлекательным для покупателя.

45. Что обычно включает обязательная маркировка товара?

- а) только информацию о сроке годности;
- б) информацию о составе и характеристиках продукта;
- в) сведения об изготовителе, составе, условиях хранения, сроках годности, применении товара;
- г) логотип производителя и торговую марку.

46. Что обозначают информационные знаки на упаковке?

- а) показывают страну производителя, условия хранения, способы использования и даты годности товаров;
- б) они показывают только цвет и размер упаковки;
- в) это обозначения, которые нужны только для оформления;
- г) они не имеют значения для покупателей.

47. Что такое сертификация товаров?

- а) процедура проверки цены товара;
- б) процесс проверки условий транспортировки;
- в) подтверждение качества и безопасности товара;
- г) определение происхождения товара;

48. Какова роль стандартов в производстве товаров?

- а) обеспечивать создание конкурентоспособного бренда;
- б) проверять упаковку товаров;
- в) повышать привлекательность товаров;
- г) обеспечивать единые требования к качеству, безопасности и характеристикам товаров.

49. Что такое ассортимент товаров в розничной торговле?

- а) это только количество товаров на складе;
- б) это разнообразие товаров, предлагаемых для продажи в магазине;
- в) это только товары, которые продаются по сниженной цене;
- г) это комплекс товаров, включающий в себя различные категории, группы и подгруппы.

50. Каковы основные факторы, влияющие на формирование ассортимента товаров?

- а) потребительский спрос, сезонность, качество товаров и конкуренция;
- б) только наличие товаров у поставщиков;
- в) только спрос со стороны покупателей;
- г) только маркетинговая стратегия магазина.

51. Какова роль исследования рынка в формировании ассортимента?

- а) оно не имеет никакого значения;
- б) помогает определить только цену товара;
- в) позволяет понять потребности и предпочтения целевой аудитории;
- г) только для увеличения продаж.

52. Каковы основные методы формирования ассортимента товаров?

- а) увеличение количества товаров;
- б) снижение цен на товары;
- в) анализ спроса, оптимизация и классификация товаров;
- г) закупка популярных товаров.

53. Что включает в себя процесс приемки товаров в магазинах?

- а) это проверка количества и качества товаров, их маркировки и запись в инвентарные списки;
- б) это проверка документов и размещение товаров на полках;
- в) это лишь размещение товаров в торговом зале;
- г) это только проверка на наличие повреждений и несоответствий.

54. Каковы основные этапы технологии приемки товаров?

- а) включает предварительную проверку документов, фактическую проверку товара, составление акта приемки;
- б) включает проверку повреждений и размещение товаров;
- в) это процесс, состоящий из нескольких шагов, таких как оформление документов;
- г) это просто проверка количества товара и его упаковки.

55. Какова роль сопроводительных документов в процессе приемки товаров?

- а) содержат информацию о количестве, качестве и характеристиках товаров;
- б) необходимы для отслеживания движений товаров;
- в) служат для идентификации товаров и их соответствия;
- г) нужны только для оформления возвратов.

56. Какие проблемы могут возникнуть в процессе приемки товаров?

- а) несоответствие количества или качества товара, ошибки в сопроводительных документах;
- б) могут возникнуть проблемы, связанные с документами и товарами;
- в) возможны ситуации с недостатком информации или недопоставкой;
- г) это проблемы, возникающие только в случае отсутствия документов.

57. Каковы основные условия для хранения товаров в магазинах?

- а) наличие полок для размещения;
- б) температура, влажность, свет и вентиляция;
- в) достаточное пространство для хранения;
- г) требования к хранению продуктов.

58. Что включает в себя процесс подготовки товаров к продаже?

- а) только упаковку и выставление на витрину;
- б) проверка качества, оформление ценников и упаковка товаров;
- в) размещение товаров в магазине;
- г) только маркировка товара.

Вариант №2

59. Какую основную характеристику имеют текстильные волокна?

- а) обладают хорошей растяжимостью;
- б) имеют способность к удержанию тепла;
- в) характеризуются гибкостью, прочностью, устойчивостью к механическим воздействиям;
- г) устойчивы к химическим веществам.

60. Как классифицируются текстильные волокна по происхождению?

- а) только на натуральные волокна;
- б) на природные и искусственные волокна;

- в) на химические волокна, которые включают синтетические и искусственные материалы;
- г) на натуральные и химические, которые получают из растительных или животных источников.

61. Каковы основные характеристики швейных товаров?

- а) имеют разнообразные расцветки и фасоны;
- б) изготовлены только из натуральных тканей;
- в) должны быть удобными и недорогими;
- г) характеризуются использованием различных тканей и материалов.

62. Какие ткани чаще всего используются для производства швейных и трикотажных товаров?

- а) хлопок и лен;
- б) хлопок, лен и шерсть;
- в) синтетические ткани;
- г) натуральные ткани.

63. Каковы основные характеристики меховых товаров?

- а) легко чистятся и стираются;
- б) имеют разнообразные расцветки и фасоны;
- в) характеризуются высокой теплотой, мягкостью и эластичностью;
- г) должны быть удобными и недорогими.

64. Из каких животных обычно получают мех?

- а) только из домашних животных;
- б) из диких и домашних животных;
- в) из шуб пушных зверей;
- г) из тропических животных.

65. Какова роль меха в одежде?

- а) мех придает изделиям роскошь и индивидуальность;
- б) мех используется только в обуви;
- в) только для создания стильного образа;
- г) мех не имеет никакой функции.

66. Каковы основные методы обработки меха?

- а) включает в себя механическую и химическую обработку;
- б) только химическая обработка;
- в) только механическая обработка;
- г) обработка не требуется.

67. Какие преимущества имеют искусственные меха по сравнению с натуральными?

- а) дешевле натуральных;
- б) искусственные меха гипоаллергенны;
- в) имеют разнообразные текстуры и цвета; г) проще в использовании.

68. Как правильно ухаживать за меховыми изделиями?

- а) только стирать в машинке;
- б) регулярную чистить и хранить в хорошо проветриваемом месте;
- в) чистить только влажной тряпкой;
- г) меховые изделия можно просто забыть в шкафу.

69. Какова роль инвентаризации в процессе хранения товаров?

- а) инвентаризация нужна только для учета товаров;
- б) она помогает выявить только недостатки и излишки;

- в) позволяет контролировать количество и состояние товаров на складе;
- г) это несущественная процедура.

70. Каковы основные методы хранения товаров в магазине?

- а) это только размещение на полках;
- б) стеллажные системы, ячейковое хранение и использование контейнеров;
- в) это только хранение в холодильниках;
- г) это хранение в любом доступном месте.

71. Каковы основные принципы выкладки товаров в магазине?

- а) только красивое размещение товаров;
- б) группировка по категориям, привлечение внимания к новым или сезонным товарам;
- в) просто расстановка на полках;
- г) требования только к упаковке.

72. Какова роль визуального мерчендайзинга в размещении товаров?

- а) визуальный мерчендайзинг только для красоты магазина;
- б) он служит для определения цен на товары;
- в) направлен на создание привлекательного представления товаров, использование света и цвета для акцентирования внимания;
- г) это просто оформление витрин;

73. Какие факторы влияют на размещение товаров в магазине?

- а) только размер магазина;
- б) это расположение товаров в зависимости от их популярности, частоты покупок и сезонности;
- в) это только количество товаров;
- г) это только предпочтения продавцов;

74. Каковы основные методы выкладки товаров для повышения продаж?

- а) это только размещение на уровне глаз;
- б) кросс-продвижение товаров, использование акций и специальных предложений;
- в) это лишь расстановка на полках;
- г) это только размещение товаров в углах.

75. Что такое технология продажи товаров?

- а) это только процесс оформления документов;
- б) это совокупность методов и приемов, которые используются для успешного продвижения товаров;
- в) это просто работа с клиентами;
- г) это лишь процесс оформления товаров;

76. Какова роль консультирования клиентов в процессе продажи?

- а) консультирование клиентов не имеет значения;
- б) это только определение цен на товары;
- в) выявить потребности покупателей и предложить подходящие товары;
- г) это просто общение с покупателями;

77. Какие методы используются для стимулирования продаж?

- а) размещение товаров на полках;
- б) акции, скидки, подарки и кросс-продвижение;
- в) реклама в газетах;
- г) увеличение цен;

78. Какова важность послепродажного обслуживания?

- а) послепродажное обслуживание несущественно для бизнеса;
- б) оно необходимо только для возврата товаров;
- в) способствует поддержанию отношений с клиентами и их лояльности;
- г) это просто контроль за качеством товаров;

Критерии оценивания экзамена:

Количество вопросов	Оценка
18-20	5
15-17	4
10-14	3
0-9	2

Отлично - выставляется обучающемуся, ответившему на 18-20 вопросов.

Хорошо - выставляется обучающемуся, ответившему на 15-17 вопросов.

Удовлетворительно - выставляется обучающемуся, ответившему на 10-14 вопросов.

Ключи к тесту

№ п/п	Вариант № 1	Вариант № 2
1	в	в
2	б	г
3	в	г
4	б	б
5	а	в
6	в	б
7	в	а
8	а	а
9	в	в
10	г	б
11	г	в
12	а	б
13	в	б
14	в	в
15	а	б
16	а	б
17	а	б
18	а	в
19	б	б
20	б	в