

**ЧАСТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ
«ПЕНЗЕНСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
(ЧПОУ ПГТК)**

РАССМОТРЕНО
на заседании Педагогического совета
Протокол № 3
от «27» февраля 2019 г.



УТВЕРЖДАЮ
Директор ЧПОУ ПГТК

Э.Т. Шлосберг

**ПРОГРАММА ИТОГОВОГО МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО
ЭКЗАМЕНА**

**ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ 38.02.04 «КОММЕРЦИЯ (ПО ОТРАСЛЯМ)»
(БАЗОВОЙ ПОДГОТОВКИ)**

Пенза 2019

**ПРОГРАММА ИТОГОВОГО МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО
ЭКЗАМЕНА ПО МОДУЛЮ**

**ПМ.01 «ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ТОРГОВО-СБЫТОВОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ»**

38.02.04 «КОММЕРЦИЯ (ПО ОТРАСЛЯМ)»

1. Общие положения

1. *Цель экзамена квалификационного* – определение теоретической и практической подготовленности обучающихся к решению профессиональных задач в соответствии с видами профессиональной деятельности, установленных ФГОС СПО; выявление уровня сформированности общих и профессиональных компетенций для решения профессиональных задач на уровне требований ФГОС СПО 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)».

Экзамен квалификационный подразумевает проверку (итоговый контроль) знаний фундаментального и прикладного теоретико-методологического характера, полученных обучающимися (выпускниками), а также проверку сформировавшихся умений, навыков и в целом профессиональных компетенций, свидетельствующих о его профессиональной подготовленности к выполнению функционала видов деятельности, установленных ФГОС СПО.

Экзамен квалификационный представляет собой форму оценки качества освоения ППССЗ и проводится по результатам освоения программы профессионального модуля.

Экзамен квалификационный включает в себя вопросы по дисциплинам: «Организация коммерческой деятельности», «Организация торговли», «Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда».

Экзаменационные материалы составлены на основе действующих программ учебных дисциплин и охватывают наиболее актуальные разделы и темы.

Экзамен квалификационный включает в себя вопросы по профессиональному модулю ПМ.01 «Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью».

Содержание экзамена квалификационного соответствует избранным разделам из учебных программ циклов дисциплин, предусмотренных ФГОС СПО 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)».

2. Описание критериев оценки экзамена квалификационного

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он демонстрирует полные и объемные теоретические знания, логично структурированные, основанные на комплексном анализе различных междисциплинарных отечественных и зарубежных источников информации, приводит ссылки и примеры на практическое применение сообщаемой информации, свободно владеет профессиональной терминологией, умеет доказательно излагать собственную точку зрения, обобщая содержание ответа, делает аргументированные выводы, формулирует практические рекомендации, проявляет высокий уровень сформированности общих и профессиональных компетенций; развернуто и обстоятельно отвечает на дополнительные вопросы, не допуская ошибок в теоретическом базисе ответа и его практических приложениях.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он показывает твердое знание программного материала, основанное на комплексном анализе различных источников информации, содержащее ссылки на практическое применение теории. Ответ логично структурирован, с выводами, обучающийся демонстрирует продвинутый уровень сформированных общих и профессиональных компетенций, допускает несущественные неточности в ответах на дополнительные вопросы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если в ответе представлен только основной материал, обучающийся не приводит примеры профессионального практического приложения материала, допускает неточности в употреблении профессиональной терминологии, нарушает логическую последовательность в изложении материала, выводы по содержанию ответа не обоснованы, показывает пороговый уровень сформированных компетенций, испытывает затруднения в ответах на дополнительные вопросы.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала и не может грамотно изложить ответы на вопросы экзаменационного билета, допускает существенные ошибки, на дополнительные вопросы отвечает односложно или неправильно, не демонстрирует порогового уровня сформированности общих и профессиональных компетенций.

3. Материалы, необходимые для оценки результатов освоения программы подготовки специалистов среднего звена (по экзамену квалификационному)

ПРОГРАММА ЭКЗАМЕНА КВАЛИФИКАЦИОННОГО

Раздел 1. Организация коммерческой деятельности

Введение в коммерческую деятельность. Содержание коммерческой деятельности. Субъекты и объекты коммерческой деятельности. Коммерческие службы организации. Государственное регулирование коммерческой деятельности

Предмет, содержание и задачи дисциплины. Эволюция коммерческой деятельности. Возникновение и развитие коммерции. Развитие коммерции в России.

Основные коммерческие операции. Необходимые условия для коммерческой деятельности. Факторы, влияющие на результат коммерческой деятельности. Основные принципы коммерческой деятельности. Средства и методы, нормативно-правовая база коммерческой деятельности.

Объекты коммерческой деятельности: товары, услуги, технологии, недвижимость, ценные бумаги. Субъекты коммерческой деятельности: организации-изготовители, продавцы, посредники, потребители, их назначение и место в организации доведения объектов деятельности до конечного потребителя.

Основные функции коммерческой службы предприятия. Закономерности формирования организационных структур управления коммерческой деятельностью. Организационная структура коммерческой службы предприятия. Профессиональная культура и качество подготовки специалистов коммерции.

Понятие, назначение, механизм государственного регулирования коммерческой деятельностью. Направления государственного регулирования: защита прав потребителей, а также юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Соблюдение выполнения договорных обязательств.

Хозяйственные связи и договорные отношения. Коммерческие обязательства по купле-продаже товаров. Коммерческие договорные обязательства. Коммерческие поручительские отношения и обязательства

Сущность и порядок регулирования хозяйственных связей в коммерции. Понятие и условия договора в коммерческой деятельности. Содержание и форма договора. Классификация договоров. Порядок заключения договоров. Изменение и расторжение договора.

Общие положения договора о купле-продаже товаров. Основные формы договора купли-продажи. Права и обязанности продавцов по договору купли-продажи. Права и обязанности покупателя по договору купли-продажи. Организационно-правовые особенности договора поставки. Договор поставки товаров для государственных нужд. Организационно-правовые особенности договора контрактации. Организационно-правовые особенности договора мены.

Понятие и сущность обязательственных отношений в коммерции. Продажа недвижимости и предприятия. Коммерческие обязательственные отношения аренды. Коммерческие обязательственные отношения проката. Коммерческие обязательства финансовой аренды (лизинга).

Поручительство как форма исполнения коммерческих обязательств. Организационно-правовые отношения коммерческого поручения. Комиссия как форма коммерческих

поручительских отношений. Поручительские отношения коммерческого агентирования. Возмездное оказание услуг как форма коммерческих поручительских обязательств. Коммерческая концессия как форма поручительских обязательств. Поручительские отношения по финансированию под уступку денежного требования.

Коммерческая работа по оптовым закупкам товаров. Сбытовая коммерческая деятельность. Коммерческая работа по оптовой и розничной продаже. Организация рекламно-информационной деятельности по сбыту товаров. Складское хозяйство коммерческой деятельности. Организация торговли на аукционах, выставках-ярмарках, биржах. Транспортное обеспечение коммерческой деятельности. Коммерческая деятельность при совершении экспортно-импортных операций. Организация таможенных операций. Коммерческий риск и методы его уменьшения. Страхование коммерческой деятельности

Содержание и организация закупочной работы. Основные методы закупок. Ситуации совершения закупок. Основные цели деятельности в области организации и управления закупками. Сущность планирования.

Этапы процесса проведения закупки. Оценка и выбор поставщиков.

Роль сбыта продукции на предприятии. Планирование ассортимента и сбыта продукции.

Организация оперативно-сбытовой продукции.

Сущность коммерческой работы по продаже товаров. Методы оптовой продажи товаров. Содержание коммерческой работы при розничной продаже товаров. Организация оказания услуг оптовыми предприятиями клиентам. Организация оказания торговых услуг покупателям.

Понятие, сущность и задачи рекламы. Социально-психологические основы рекламы. Виды рекламных средств и условия их размещения. Организация рекламы в оптовом предприятии. Развитие и организация работы рекламно-информационных агентств. Эффективность рекламной деятельности.

Классификация, устройство и планировка товарных складов. Технологическое оборудование складов.

Организация и технология складских операций. Управление торгово-технологическим процессом и организация труда на складах.

Организация биржевой торговли: сущность и роль биржевой торговли, порядок создания товарной биржи и ее структура, виды биржевых сделок, организация торговых операций на бирже. Торговля на аукционах, конкурсах (тендерах): сущность и виды торгов, сущность и организационные формы аукционов, порядок проведения аукциона, организация проведения конкурсов (тендеров). Выставочно-ярмарочная деятельность.

Задачи транспортного обеспечения коммерческой деятельности. Транспортная обеспеченность и система управления транспортом. Условия поставки товара как основа выбора схемы транспортировки.

Правовые аспекты транспортного обеспечения грузовые перевозки. Грузовые и коммерческие характеристики железнодорожного транспорта. Организация перевозок грузов автомобильным транспортом. Организация перевозок грузов в смешанном сообщении.

Основные понятия и определения экспортно-импортных отношений. Виды внешнеторговых операций. Международные торговые организации. Организация экспортно-импортных операций. Государственное регулирование внешней торговли. Документы, используемые при совершении экспортно-импортных операций.

Понятие таможни и ее функции. Понятие таможенной территории, таможенного союза. Руководство таможенным делом. Таможенные органы РФ.

Таможенные платежи (тарифы). Порядок таможенного оформления и контроля грузов. Декларирование товаров. Формы и порядок проведения таможенного контроля.

Понятие коммерческих рисков. Факторы, оказывающие влияние на уровень рисков. Виды рисков в коммерческой деятельности. Управление рисками в коммерческой деятельности.

Методы снижения коммерческого риска.

Понятие, субъекты страхования, предметы страхования. Виды страхования предпринимательских рисков. Основы перестрахования. Государственное регулирование страхового рынка.

Литература

Основные источники

1. **Кускова Е.А.** Теоретические основы коммерции [Электронный ресурс] : рабочий учебник / Кускова Е. А. - 2016. - www.lib.muh.ru.
2. **Кускова Е. А.** Система основных элементов организации коммерции [Электронный ресурс] : рабочий учебник / Кускова Е.А. - 2016. - www.lib.muh.ru.
3. **Кускова Е. А.** Цели коммерции и средства их достижения [Электронный ресурс] : рабочий учебник / Кускова Е. А. - 2016. - www.lib.muh.ru.

Дополнительные источники

1. **Кускова Е. А.** Основа развития и практика коммерции [Электронный ресурс] : рабочий учебник / Кускова Е. А. - 2016. - www.lib.muh.ru.
2. **Кускова Е. А.** Коммерческие сделки и организация торговли [Электронный ресурс] : рабочий учебник / Кускова Е. А. - 2016. - www.lib.muh.ru.

РАЗДЕЛ 2. Организация торговли

Понятие и сущность процесса товародвижения. Каналы и уровни товародвижения

Сущность товародвижения. Организация процессов товародвижения. Факторы влияния и принципы товародвижения. Формы товародвижения.

Каналы товародвижения: понятие, сущность. Участники каналов распределения. Выбор канала товародвижения. Факторы, которые учитывает производитель и потребитель при определении каналов товародвижения.

Содержание и функции оптовой торговли. Виды оптовых торговых предприятий и их функции

Роль оптовой торговли в экономике. Необходимость и функции оптовой торговли. Характеристика функций, выполняемых оптовой торговой организацией. Предприятия оптовой торговли, их классификация и характеристика.

Функции и виды складов, складские операции. Оборудование складов и показатели работы склада

Функции и виды складов, их особенности, краткая характеристика.

Складские операции: понятие, этапы операций и их характеристика.

Основная характеристика поддонов. Основная характеристика стеллажей. Требования, применяемые к оборудованию. Классификация подъемно-транспортного оборудования. Технично-экономические показатели работы складов.

Задачи и виды розничных торговых предприятий. Товароснабжение розничной торговой сети. Устройство и технологическая планировка розничных торговых предприятий. Тара и тарные операции

Характеристика розничной торговли. Функции розничной сети. Специализация и типизация магазинов розничной торговли. Основные принципы размещения розничной торговой сети.

Технология товароснабжения. Задачи и принципы товароснабжения. Факторы, влияющие на товароснабжение. Требования к организации товароснабжения. Источники

товароснабжения. Поставщики товаров в розничную торговую сеть. Формы и методы товароснабжения розничной торговой сети. Классификация торговых зданий и сооружений. Группы помещений магазина и требования к их планировке. Требования к планировке помещений магазина. Торговый зал: требования, планировка, зоны, показатели эффективного использования.

Функции и виды упаковки и тары. Требования, предъявляемые к упаковке и таре. Тарооборот.

Содержание торговотехнологического процесса в магазине. Технология приемки товаров, организация хранения и подготовки товаров к продаже. Основные элементы процесса продажи товаров. Учет и отчетность в магазине

Торгово-технологический процесс розничного торгового предприятия. Основными принципами организации ТТП. Составные части торгово-технологического процесса магазина. Основные схемы технологических процессов.

Технология приемки товаров в магазине. Приемка товаров по количеству. Приемка товаров по качеству.

Хранение товаров в магазине. Размещение и укладка товаров. Сроки и режимы хранения товаров. Требования к хранению отдельных видов товаров. Товарные потери. Операции по подготовке товаров к продаже. Технология размещения товаров в торговом зале.

Элементы процесса обслуживания покупателей. Виды дополнительных услуг. Правила особых видов торговли. Внемагазинные формы продажи товаров.

Характеристика учета. Основные виды учета в торговле. Инвентаризация.

Значение и методы мерчандайзинга. Факторы, влияющие на выбор покупателя. Основы выкладки товаров

Определение, цели и задачи мерчандайзинга. Основные составляющие мерчандайзинга. Основные приемы мерчандайзинга. Потребительское поведение. Формы власти рынка над человеком. Решающие факторы, влияющие на выбор покупателя. Правила размещения товаров в торговом зале. Правила выкладки.

Основные методы и виды, принципы выкладки в магазине самообслуживания.

Литература

Нормативные правовые акты

1. **Конституция Российской Федерации** [Текст]: принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ) // СЗ РФ. -2014.- № 31. - Ст. 4398.
2. О бухгалтерском учете [Текст] : Федеральный закон от 06.12.2011 г. № 402-ФЗ (ред. от 28.11.2018) // СЗ РФ. - 2011. – № 50. – Ст. 7344.
3. Об утверждении положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации [Текст] : Приказ Минфина РФ от 29 июля 1998 г. № 34н (ред. от 11.04.2018) // Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти. – 1998. - № 23.
4. Положение по бухгалтерскому учету «Учет материально-производственных запасов» ПБУ 5/01 [Текст]: Приказ Минфина РФ от 9 июня 2001 г. № 44-н (ред. от 16.05.2016) // Российская газета, № 140, 25.07.2001.
5. Положение по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» ПБУ 6/01 [Текст] : Приказ Минфина РФ от 30 марта 2001 г. № 26-н (ред. 16.05.2016) // Российская газета, № 91-92, 16.05.2001.

Основные источники

1. **Бос А. Г.** Организация торговли продовольственными товарами [Электронный ресурс]: рабочий учебник / Бос А. Г. - 2016. - <http://lib.muh.ru>.

Дополнительные источники

1. **Бос А. Г.** Организация торговли непродовольственными товарами [Электронный ресурс]: рабочий учебник / Бос А. Г. - 2016. - <http://lib.muh.ru>.

Раздел 3. Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда

Введение в техническое оснащение отрасли и охрану труда. Немеханическое оборудование. Торговый инвентарь. Подъемно-транспортное оборудование. Холодильное оборудование. Торговые автоматы и полуавтоматы. Тепловое оборудование. Автотранспорт для торговли. Измельчительно-режущее оборудование. Оборудование для дозирования, фасовки и упаковки. Измерительное оборудование. Оборудование для расчетов и защиты товаров

Задачи, цели дисциплины. Значение технологического оборудования и охраны труда. Общая характеристика и классификация оборудования.

Назначение мебели для торговых предприятий. Классификация мебели для торговых предприятий. Требования к мебели для торговых организаций.

Типизация, унификация и стандартизация мебели для торговых предприятий. Мебель для торговых залов магазинов. Оборудование для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже.

Назначение и классификация инвентаря. Инвентарь для вскрытия тары. Инвентарь для оценки качества товаров. Инвентарь для подготовки товаров к продаже. Инвентарь для выкладки товаров. Инвентарь для отпуска и упаковки товаров покупателям. Рекламно-выставочный инвентарь. Инвентарь для отбора товаров покупателями. Кассовый инвентарь. Инвентарь общий. Инвентарь вспомогательный. Обоснование потребности в торговом инвентаре и его выбор.

Назначение и классификация подъемно-транспортного оборудования. Требования, предъявляемые к подъемно-транспортному оборудованию.

Грузоподъемные машины. Транспортирующие машины. Погрузочно-разгрузочные и штабелирующие машины и механизмы. Специальные машины. Правила эксплуатации подъемно-транспортного оборудования.

Назначение холодильного оборудования, способы получения холода. Классификация холодильного оборудования. Холодильные агрегаты, установки и машины.

Холодильное оборудование для торговых залов. Холодильное оборудование для складских и подсобных помещений. Специализированное холодильное оборудование. Кондиционирование воздуха. Правила эксплуатации холодильного оборудования и техника безопасности. Классификация торговых автоматов. Структура торговых автоматов. Автоматы для продажи жидких товаров. Автоматы для продажи штучных товаров. Автоматы для комбинированной торговли. Эксплуатация торговых автоматов.

Основы тепловой обработки пищевых продуктов. Классификация тепловых аппаратов и их структура. Источники теплоты и теплоносители. Варочное тепловое оборудование. Жарочные тепловые аппараты. Эксплуатация теплового оборудования.

Классификация автотранспорта по назначению и конструкции. Автомашины – самопогрузчики. Холодильный транспорт.

Классификация измельчительно-режущего оборудования. Оборудование для измельчения твердых пищевых продуктов (размолочные машины). Оборудование для измельчения мягких пищевых продуктов. Миксеры и блендеры. Оборудование для нарезки пищевых продуктов.

Эксплуатация измельчительно-режущего оборудования.

Процесс фасовки и упаковки в торговле. Материалы для тары и упаковки товаров. Классификация фасовочно-упаковочного оборудования. Фасовка в стеклянную и металлическую тару, в алюминиевую фольгу и пергамент, в полимерную упаковку. Вакуум – упаковочное оборудование. Специальные виды тары и упаковки.

Измерения в торговле. Классификация весоизмерительных устройств. Требования, предъявляемые к весам. Механические весы. Электронные весы. Меры длины и объема. Эксплуатация измерительных устройств. Понятие о процессе расчета с покупателями и его техническом оснащении. Назначение и устройство основных функциональных узлов ККМ. Классификация контрольно-кассовых машин. Порядок регистрации ККМ.

Размещение расчетных узлов на предприятиях торговли. Электронная техника для торговли. Системы защиты товаров. Техника безопасности при эксплуатации контрольно-кассовых машин.

Правовые и организационные основы охраны труда в торговле. Организация охраны труда предприятий. Производственный травматизм и профессиональные Заболевания. Вредные производственные факторы. Техника безопасности. Обеспечение комфортных условий для трудовой деятельности

Нормативно-правовая база охраны труда. Основные направления государственной политики в области охраны труда. Система стандартов по технике безопасности.

Служба охраны труда в организации. Обязанности работодателя и работника в области охраны труда. Обучение и профессиональная подготовка в области охраны труда.

Травматизм и основные мероприятия по профилактике травматизма и профессиональных заболеваний. Несчастные случаи: понятие, классификация, расследование и учет.

Понятие, классификация и характеристика вредных производственных факторов. Способы и методы защиты от вредных производственных факторов. Отраслевые правила по охране труда по соблюдению условий труда в торговле.

Понятие, назначение и регламентация техники безопасности. Требования ТБ при проектировании и содержании организаций. Требования ТБ к организации технологическим процессам, к организации рабочих мест.

Техническая безопасность при эксплуатации торгового оборудования.

Микроклимат помещений. Производственное освещение. Психофизиологические основы безопасности труда. Эргономические основы безопасности труда.

Литература

Основные источники

1. **Бажанов А. В.** Охрана труда, защита трудовых прав и особенности регулирования трудовых отношений отдельных категорий работников [Электронный ресурс]: рабочий учебник / Бажанов А. В. - 2018. - <http://lib.muh.ru>.

Дополнительные источники

1. **Бос А. Г.** Организация торговли непродовольственными товарами [Электронный ресурс]: рабочий учебник / Бос А. Г. - 2016. - <http://lib.muh.ru>.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ЭКЗАМЕНАЦИОННЫХ ВОПРОСОВ

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1. Направления государственного регулирования коммерческой деятельности.
2. Организационно-правовые формы торговых предприятий в соответствии с ГК РФ.
3. Особенности коммерческой деятельности при участии в выставках.
4. Особенности договорных отношений в коммерческой деятельности.
5. Формы товародвижения за рубежом.
6. Методы коммерческой деятельности.
7. Нормативно-правовая база инновационной деятельности.
8. Франчайзинг, лизинг и факторинг в практике коммерческой деятельности.
9. Причины возникновения коммерческих рисков.
10. Организационно-правовые особенности договора мены.
11. Изменение и расторжение договора.
12. Коммерческие обязательства финансовой аренды.
13. Поручительские отношения по финансированию под уступку денежного требования.
14. Классификация, устройство и планировка товарных складов.
15. Этапы процесса проведения закупки.
16. Организация оперативно-сбытовой продукции.
17. Международные торговые организации.
18. Организация складского хозяйства предприятий.
19. Выставочно-ярмарочная деятельность.
20. Организация хозяйственных связей.
21. Организация закупки товаров.
22. Организация сбыта.
23. Организация производственного процесса.
24. Культура предпринимательства и деловой этикет коммерсанта.
25. Управление коммерческими сделками.
26. Субъекты и объекты коммерческой деятельности.
27. Содержание коммерческой деятельности предприятий.
28. Организационно-правовые формы предприятий.
29. Формы партнерских связей и коммерции.
30. Коммерческие договоры.
31. Посредническая коммерческая деятельность.
32. Инновационная деятельность коммерческих организаций (формы и методы).
33. Транспортное обеспечение коммерческой деятельности.
34. Управление товарными запасами.
35. Предпринимательские риски и успех.
36. Коммерческая информация и ее защита.

РАЗДЕЛ 2. ОРГАНИЗАЦИЯ ТОРГОВЛИ

1. Характеристика магазинов по различным идентификационным признакам.
2. Современные типы магазинов в России и за рубежом.
3. Структура розничной книжной торговли подготовка схемы размещения магазинов.
4. Торговые здания, их классификация.
5. Основные функциональные группы помещений магазина, их взаимосвязь.
6. Общетехническая оснащенность торгового предприятия, обеспечивающая его санитарно-гигиенический режим.
7. Характеристика магазинов различных типов по идентифицирующим признакам и ассортименту дополнительных услуг.

8. Технология размещения, укладки и хранения товаров на складе.
9. Принципы, правила и способы размещения товаров на хранение.
10. Товарные запасы: понятие, назначение, виды, необходимость создания, поддержания и пополнения.
11. Управление товарными запасами и потоками.
12. Санитарные требования к приему, хранению пищевых продуктов.
13. Уход за товарами при хранении.
14. Складской технологический процесс, его структура.
15. Организация и технология поступления и особенности приемки товаров на складе.
16. Управление товарными запасами в организации розничной торговли.
17. Функции розничной сети.
18. Специализация и типизация магазинов розничной торговли.
19. Задачи и принципы товароснабжения.
20. Классификация торговых зданий и сооружений.
21. Группы помещений магазина и требования к их планировке.
22. Функции и виды упаковки и тары.
23. Составление логико-смысловой схемы по приемке товаров по количеству и качеству.
24. Особенности хранения товаров и их предреализационной подготовки к продаже.
25. Мерчандайзинговый подход к выкладке товаров в магазине.
26. Организация приемки товаров в магазине.
27. Условия хранения товаров в магазине, режимы хранения, их характеристика.
28. Особенности предреализационной подготовки различных товарных групп.
29. Понятие «выкладка товара».
30. Формирования ассортимента в торговой организации.
31. Выбор формы товароснабжения.
32. Ознакомление с планировкой разных типов магазинов.
33. Анализ эффективности использования торговой площади.
34. Характеристика розничной торговли.
35. Требования к организации товароснабжения.
36. Требования к планировке помещений магазина.
37. Определение потребности в товарах и составление заявок на завоз товаров в магазин.
38. Изучение правил торговли.
39. Обеспечение товародвижения и приемка товаров по количеству и качеству.
40. Документы, удостоверяющие заключение договора на хранение.
41. Решение ситуаций, основанных на выборе покупателей.
42. Товароснабжение в розничной торговле.
43. Техничко-экономические показатели эффективности использования магазинов.
44. Содержание торгово-технологического процесса в магазине и принципы его организации.
45. Поступление и приемка товаров.
46. Хранение и подготовка товаров к продаже.
47. Размещение и выкладка товаров в торговом зале.
48. Организация и технология продажи товаров в магазине.
49. Дополнительные услуги в розничной торговле.
50. Внемагазинные формы продажи товаров.
51. Требования к устройству магазина.
52. Состав и взаимосвязь помещений магазина.
53. Устройство и планировка торгового зала и помещений магазина.
54. Санитарно-технические устройства магазина.

Раздел 3. Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда

1. Обеспечение комфортных климатических условий в рабочей зоне.
2. Характеристика освещения и световой среды.
3. Виды освещения и его нормирование.
4. Создание комфортных зрительных условий.
5. Виды ручных огнетушителей.
6. Правила техники безопасности при эксплуатации электрооборудования.
7. Защита от статического и атмосферного электричества.
8. Оказание первой помощи при поражении человека электрическим током.
9. Оснащение предприятий торговли фасовочно-упаковочным оборудованием.
10. Приобретение умений эксплуатации весов.
11. Выбор типов и расчет необходимого количества весов для торговых операций.
12. Изучение устройства электронных контрольно-кассовых машин и подготовка их к работе.
13. Выполнение основных и заключительных операций на контрольно-кассовых машинах.
14. Изучение порядка технического обслуживания контрольно-кассовых машин и выбор типов машин для оснащения торговых организаций.
15. Пожарная опасность веществ и производств.
16. Правила охраны труда при эксплуатации электрооборудования.
17. Значение научно-технического прогресса в современной торговле.
18. Основные причины возникновения пожаров на предприятиях торговли.
19. Формирование службы охраны труда в организации.
20. Анализ обязанностей работодателя и работника в области охраны труда в трудовом и коллективном договорах.
21. Ответственность за нарушение требований по охране труда.
22. Характеристика опасных и вредных факторов производственной среды. Влияние на человека и принципы их нормирования.
23. Предварительные условия для механизации технологических процессов товародвижения на оптовых предприятиях.
24. Предварительные условия для механизации технологических процессов товародвижения на розничных предприятиях.
25. Классификация фасовочно-упаковочного оборудования по периодичности действия.
26. Классификация фасовочно-упаковочного оборудования по источнику энергии.
27. Классификация фасовочно-упаковочного оборудования по характеру технологических операций.
28. Классификация фасовочно-упаковочного оборудования по консистенции товаров.
29. Назначение тары-оборудования.
30. Достоинства тары-оборудования.
31. Требования к таре-оборудованию.

4. Особенности проведения экзамена квалификационного для граждан с ограниченными возможностями здоровья:

допускается присутствие в аудитории ассистента, оказывающего поступающим необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, общаться с экзаменатором).

**ПРОГРАММА ИТОГОВОГО МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО
ЭКЗАМЕНА ПО МОДУЛЮ**

**ПМ.02 «ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И
МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

38.02.04 «КОММЕРЦИЯ (ПО ОТРАСЛЯМ)»

1. Общие положения

1. *Цель экзамена квалификационного* – определение теоретической и практической подготовленности обучающихся к решению профессиональных задач в соответствии с видами профессиональной деятельности, установленных ФГОС СПО; выявление уровня сформированности общих и профессиональных компетенций для решения профессиональных задач на уровне требований ФГОС СПО 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)».

Экзамен квалификационный подразумевает проверку (итоговый контроль) знаний фундаментального и прикладного теоретико-методологического характера, полученных обучающимися (выпускниками), а также проверку сформировавшихся умений, навыков и в целом профессиональных компетенций, свидетельствующих о его профессиональной подготовленности к выполнению функционала видов деятельности, установленных ФГОС СПО.

Экзамен квалификационный представляет собой форму оценки качества освоения ППССЗ и проводится по результатам освоения программы профессионального модуля.

Экзамен квалификационный включает в себя вопросы по дисциплинам: «Финансы, налоги и налогообложение», «Анализ финансово-хозяйственной деятельности», «Маркетинг».

Экзаменационные материалы составлены на основе действующих программ учебных дисциплин и охватывают наиболее актуальные разделы и темы.

Экзамен квалификационный включает в себя вопросы по профессиональному модулю ПМ.02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности».

Содержание экзамена квалификационного соответствует избранным разделам из учебных программ циклов дисциплин, предусмотренных ФГОС СПО 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)».

2. Описание критериев оценки экзамена квалификационного

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он демонстрирует полные и объемные теоретические знания, логично структурированные, основанные на комплексном анализе различных междисциплинарных отечественных и зарубежных источников информации, приводит ссылки и примеры на практическое применение сообщаемой информации, свободно владеет профессиональной терминологией, умеет доказательно излагать собственную точку зрения, обобщая содержание ответа, делает аргументированные выводы, формулирует практические рекомендации, проявляет высокий уровень сформированности общих и профессиональных компетенций; развернуто и обстоятельно отвечает на дополнительные вопросы, не допуская ошибок в теоретическом базисе ответа и его практических приложениях.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он показывает твердое знание программного материала, основанное на комплексном анализе различных источников информации, содержащее ссылки на практическое применение теории. Ответ логично структурирован, с выводами, обучающийся демонстрирует продвинутый уровень сформированных общих и профессиональных компетенций, допускает несущественные неточности в ответах на дополнительные вопросы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если в ответе представлен только основной материал, обучающийся не приводит примеры профессионального практического приложения материала, допускает неточности в употреблении профессиональной терминологии, нарушает логическую последовательность в изложении материала, выводы по содержанию ответа не обоснованы, показывает пороговый уровень сформированных компетенций, испытывает затруднения в ответах на дополнительные вопросы,

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала и не может грамотно изложить ответы на вопросы экзаменационного билета, допускает существенные ошибки, на дополнительные вопросы отвечает односложно или неправильно, не демонстрирует порогового уровня сформированности общих и профессиональных компетенций.

3. Материалы, необходимые для оценки результатов освоения программы подготовки специалистов среднего звена (по экзамену квалификационному)

ПРОГРАММА ЭКЗАМЕНА КВАЛИФИКАЦИОННОГО

РАЗДЕЛ 1. ФИНАНСЫ, НАЛОГИ И НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ

Роль финансов в экономике. Особенности организации денежных расчетов.

Сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения. Финансирование и денежно-кредитная политика, финансовое планирование и методы финансового контроля. Основные положения налогового законодательства.

Функции и классификация налогов, организация налоговой службы. Методика расчета основных видов налогов. Требования к составлению и оформлению финансовых документов и отчетов.

Организация денежных расчетов за товары, работы услуги. Формы безналичных расчетов в РФ. Автоматизация расчетных операций.

Литература

Нормативные правовые акты

1. **Конституция Российской Федерации** [Текст] : принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ) // СЗ РФ. - 2014.- № 31. - ст. 4398.
2. О бухгалтерском учете [Текст] : Федеральный закон от 06.12.2011 г. № 402-ФЗ (ред. от 28.11.2018) // СЗ РФ. - 2011. – № 50. – Ст. 7344.
3. Об утверждении положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации [Текст] : Приказ Минфина РФ от 29 июля 1998 г. № 34н (ред. от 11.04.2018) // Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти. – 1998. - № 23.
4. Положение по бухгалтерскому учету «Учет материально-производственных запасов» ПБУ 5/01 [Текст] : Приказ Минфина РФ от 9 июня 2001 г. № 44-н (ред. от 16.05.2016) // Российская газета, № 140, 25.07.2001.
5. Положение по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» ПБУ 6/01 [Текст] : Приказ Минфина РФ от 30 марта 2001 г. № 26-н (ред. 16.05.2016) // Российская газета, № 91-92, 16.05.2001.

Основные источники

1. **Гохшанд А. Д.** Деньги, денежное обращение и денежная система [Электронный ресурс]: рабочий учебник / Гохшанд А. Д. - 2016. - <http://lib.muh.ru>.
2. **Гохшанд А. Д.** Финансы. Кредит, кредитная система, рынок ценных бумаг [Электронный ресурс]: рабочий учебник / Гохшанд А. Д. - 2016. - <http://lib.muh.ru>.

Дополнительные источники

1. **Рагимов С. Н.** Теория налогообложения [Электронный ресурс]: рабочий учебник / Рагимов С. Н. - 2017. - <http://lib.muh.ru>.

2. **Рагимов С. Н.** Основы налоговой системы Российской Федерации [Электронный ресурс]: рабочий учебник / Рагимов С. Н. - 2017. - <http://lib.muh.ru>.

РАЗДЕЛ 2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности

Основные методы планирования: балансовый, нормативный, экономико-математическое моделирование, экстраполяция, экспертные оценки.

Основа экономического планирования: воспроизводство, условия. Цели экономического планирования. Принципы экономического планирования. Экономическая служба и ее роль в деятельности предприятия. Экономика и стратегическое планирование производства во время кризиса. Сокращение расходов. Оптимизация финансовых потоков.

Каналы распределения товаров и их уровни.

Предмет, цели и задачи дисциплины

Организация аналитической работы в организации.

Методы и приемы экономического анализа: традиционные (сравнение, относительных и средних величин, графический, группировки, балансовый), способы детерминированного факторного анализа (цепные подстановки, абсолютных разниц, относительных разниц, интегральный, индексный), способы стохастического факторного анализа (корреляционный метод), способы оптимизации показателей (экономико-математические, теория игр, теория обслуживания).

Теория экономического анализа. Анализ основных средств. Анализ оборотных средств, деловой и рыночной активности. Анализ производства и реализации продукции. Анализ использования трудовых ресурсов. Анализ затрат на производство. Анализ финансовых результатов организации

Организация и этапы анализа финансового состояния. Задачи и информационное обеспечение анализа финансового состояния. Оценка имущественного состояния организации.

Оценка состояния дебиторской и кредиторской задолженности. Оценка платежеспособности организации. Оценка финансовой устойчивости и финансовых предпосылок несостоятельности (банкротства) организации. Оценка основного капитала. Анализ движения, состояния.

Анализ эффективности использования основного капитала. Оценка оборотных средств организации. Анализ оборачиваемости оборотных активов.

Оценка деловой и рыночной активности.

Оценка показателей рентабельности продаж, активов, затрат. Оценка производства и реализации продукции. Цель, задачи, информационное обеспечение, этапы анализа.

Оценка степени выполнения плана и динамики объема производства и реализации продукции, анализ структуры выпускаемой продукции, анализ качества продукции, анализ ритмичности и равномерности.

Оценка трудовых ресурсов. Цель, задачи, информационное обеспечение и этапы анализа численности работников и производительности труда.

Оценка затрат на производство. Цель, задачи, информационное обеспечение и этапы анализа затрат на производство «Оценка степени выполнения плана и динамики показателей себестоимости».

Анализ себестоимости продукции по экономическим элементам и статьям.

Анализ затрат на 1 рубль товарной продукции. Оценка основных показателей себестоимости продукции. Факторный анализ себестоимости продукции. Оценка финансовых результатов организации. Цель, задачи, информационное обеспечение и этапы.

Анализ формирования прибыли и рентабельности. Анализ распределения и использования прибыли. Обобщение результатов анализа.

Литература

Основные источники

1. **Черных А. В.** Анализ финансовой деятельности предприятия. [Электронный ресурс] : рабочий учебник / Гохшанд А. Д. - 2016. - www.lib.muh.ru.
2. **Гохшанд А. Д.** Анализ использования факторов производства и производственных результатов.

Дополнительные источники

1. Комплексный анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. [Электронный ресурс] : рабочий учебник / Гохшанд А. Д. - 2016. - www.lib.muh.ru.

РАЗДЕЛ 3. Маркетинг

Методологические основы маркетинга. Маркетинговая деятельность предприятий и организаций

Составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, функции, принципы маркетинга. Классификация маркетинговой деятельности Концепции развития рыночных отношений.

Сегментирование рынка: понятие, признаки критерии. Позиционирование. Комплекс маркетинга. Объекты маркетинговой деятельности: состав, отличия, классификация. Субъекты маркетинговой деятельности: классификация. Окружающая среда маркетинга. Службы маркетинга на предприятии.

Средства удовлетворения потребностей: товары и услуги; классификация, характеристика. Средства удовлетворения потребностей распределения и продвижения товаров.

Товар и товарная политика. Классификация товара. Жизненный цикл товара (ЖЦТ): характеристика стадий. Сервис в товарной политике.

Ассортиментная политика предприятия. Матрица БКГ. Ценовая политика предприятия: виды цен, процесс ценообразования. Сбытовая политика предприятия: характеристика каналов сбыта, характеристика посредников.

Литература

Основные источники

1. **Авдеев В. Т., Силюгина Р. В.** Сущность маркетинга и основы маркетинговых исследований. [Электронный ресурс]: рабочий учебник / Авдеев В. Т., Силюгина Р. В. - 2016. - <http://lib.muh.ru>.

Дополнительные источники

1. **Авдеев В. Т., Силюгина Р. В.** Сегментирование рынка, разработка и продвижение товара. [Электронный ресурс]: рабочий учебник / Авдеев В. Т., Силюгина Р. В. - 2016. - <http://lib.muh.ru>.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ЭКЗАМЕНАЦИОННЫХ ВОПРОСОВ

Раздел 1. Финансы, налоги и налогообложение

1. Социально-экономическая сущность финансов.
2. Функции финансов.
3. Финансовое планирование. Виды финансового планирования.
4. Основы налогового законодательства Российской Федерации.
5. Отношения, регулируемые законодательством о налогах и сборах.

6. Понятие налогов и сборов.
7. Экономическая сущность и функции налогов.
8. Основные элементы налогов.
9. Классификация налогов и сборов.
10. Порядок исчисления и уплаты налогов и сборов.
11. Методика заполнения и сроки представления налоговой декларации в налоговые органы.
12. Виды региональных налогов и сборов.
13. Объект налогообложения.
14. Порядок исчисления и уплаты налога.
15. Система местных налогов и сборов.
16. Налогоплательщики.
17. Объекты налогообложения.
18. Налоговая база.
19. Ставки налогов и сборов.
20. Налоговый период.
21. Порядок исчисления и уплаты налогов и сборов.
22. Понятие налогового правонарушения. Виды налоговых правонарушений.
23. Общие условия привлечения к ответственности за нарушения законодательства о налогах и сборах: административная, налоговые санкции, уголовная ответственность.
24. Виды денежных реформ.
25. Понятие денежного обращения.
26. Наличное и безналичное обращение, их единство и взаимосвязь.
27. Виды финансовых отношений.
28. Финансовая система, ее сферы.
29. Общее понятие об управлении финансами.
30. Органы управления финансами.
31. Государственные финансы. Государственный бюджет.
32. Виды федеральных налогов и сборов.
33. Экономическая сущность федеральных налогов и сборов.
34. Сущность налогообложения. Понятие налога и сбора.
35. Понятие субъектов налоговой системы.
36. Местные налоги. Виды местных налогов и их краткая характеристика. Методика расчета.
37. Виды региональных налогов. Их краткая характеристика. Методика расчета.
38. Виды федеральных налогов, их краткая характеристика. Методика расчета.
39. Налоговая декларация, порядок внесения дополнений и изменений в налоговую декларацию.
40. Налоговый контроль: понятие, формы проведения.
41. Понятие налогового правонарушения.
42. Бюджетная система РФ.
43. Основные виды налоговых правонарушений и налоговые санкции за их совершение.
44. Взаимосвязь звеньев финансовых отношений.
45. Роль финансов в экономике страны.
46. Характеристика элементов налоговой системы.
47. Права и обязанности налоговых органов.

Раздел 2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности

1. Расчет и анализ показателей движения и технического состояния основных средств.

2. Расчет показателей, характеризующих интенсивность использования основных средств.
3. Расчет показателей использования производственной мощности предприятия и технологического оборудования.
4. Решение задач способом цепных подстановок, интегральным и способом абсолютных разниц показателей в решении.
5. Расчет факторов изменения общепроизводственных и общехозяйственных расходов.
6. Расчет и анализ показателей рентабельности производства и реализации.
7. Расчет и анализ показателей безубыточности объемов продаж и зоны безопасности предприятия.
8. Определение и анализ резервов увеличения выпуска продукции, фондоотдачи и фондорентабельности.
9. Оценка эффективности использования заемного капитала. Эффект финансового рычага.
10. Оценка финансовой устойчивости предприятия на основе анализа соотношения собственного и заемного капитала.
11. Оценка запаса финансовой устойчивости предприятия.
12. Анализ финансового равновесия между активами и пассивам.
13. Методы диагностики вероятности банкротства.
14. Дать оценку динамики розничного товарооборота по общему объему и ассортименту.
15. Расчет отпускных, закупочных и розничных цен за единицу товара.
16. Способы обработки экономической информации в анализе финансово-хозяйственной деятельности.
17. Способы измерения влияния факторов в анализе финансово-хозяйственной деятельности.
18. Расчет базисных, цепных и среднегодовых темпов роста и прироста объема производства и реализации продукции.
19. Расчет и анализ коэффициентов ассортимента выпускаемой продукции.
20. Расчет коэффициентов ритмичности, вариации, их анализ и влияние на результаты хозяйственной деятельности предприятия.
21. Организация и этапы анализа финансового состояния.
22. Построение аналитического баланса, анализ имущества организации.
23. Оценка финансового состояния и деловой активности организации.
24. Анализ финансовых результатов организации.
25. Анализ трудовых ресурсов и расходов на оплату труда.
26. Анализ производства и реализации продукции.
27. Анализ динамики объемов производства.
28. Анализ выпуска продукции.
29. Анализ реализации продукции.
30. Выполнение обязательств по поставкам.
31. Анализ ассортимента продукции.
32. Структурные сдвиги в составе продукции.
33. Анализ качества продукции.
34. Анализ ритмичности производства.
35. Анализ численности персонала, его состава и движения.
36. Анализ использования рабочего времени.
37. Анализ показателей производительности труда.
38. Анализ наличия и движения основных средств.
39. Анализ технического состояния основных средств.
40. Анализ использования основных средств по обобщающим показателям.

41. Анализ обеспеченности предприятия материальными ресурсами.
42. Анализ использования материальных ресурсов.
43. Сводный подсчет резервов увеличения выпуска и реализации продукции.
44. Анализ материальных затрат.

Раздел 3. Маркетинг

1. Оценка конкурентоспособности предприятия.
2. Определение вида спроса в различных маркетинговых ситуациях.
3. Выявление потребностей (спроса) на товары.
4. Анализ поведения покупателей в различных ситуациях.
5. Понятие, цели и принципы маркетинга.
6. Концепции маркетинга – философия ведения бизнеса.
7. Функции маркетинга: понятие и сущность.
8. Инструменты маркетинга и их эволюция.
9. Информационное обеспечение маркетинговых исследований.
10. Методы проведения первичного маркетингового исследования.
11. Маркетинговая среда: понятие и составные элементы.
12. Рынки как объект исследований, их классификация, количественные и качественные характеристики.
13. Конъюнктура рынка и факторы, ее определяющие.
14. Емкость рынка и ее определение.
15. Влияние спроса и его эластичности по доходам и ценам на прогнозирование емкости рынка.
16. Факторы, влияющие на поведение покупателей.
17. Элементы принятия решения о покупке.
18. Сегментирование рынков. Признаки, критерии и методы сегментирования.
19. Методы исследования конкурентов.
20. Классификация маркетинга в зависимости от вида продукта и спроса.
21. Понятие внешней среды маркетинга.
22. Продукт как элемент комплекса маркетинга.
23. Доведение продукта до потребителя.
24. Маркетинг и оптовая торговля.
25. Маркетинг и розничная торговля.
26. Цели, задачи и содержание маркетинговых исследований.
27. Система факторов, определяющая позиции предприятия в конкурентной борьбе.
28. Общие концепции планирования маркетинга.
29. Методы продвижения товаров. Оценки и выбор стратегий маркетинга.
30. Цена как элемент комплекса маркетинга.
31. Маркетинг новых продуктов.
32. Особенности сегментации рынка продукции производственно-технического назначения.
33. Определение позиции продукта на рынке.
34. Информационная система маркетинга.
35. Основные виды организационных структур управления маркетингом.
36. Предприятие как субъект маркетинговой деятельности.
37. Маркетинговая среда предприятия.
38. Управление маркетинговой деятельностью.
39. Факторы рыночной деятельности.
40. Сегментирование рынка.
41. Основные маркетинговые решения.
42. Позиционирование товара на рынке.
43. Маркетинговые инструменты воздействия на процесс принятия решений.

44. Маркетинговые исследования. Виды исследований.
45. Методы сбора маркетинговой информации.
46. Товарная политика: сущность, роль, значение.
47. Товар и его коммерческие характеристики.
48. Задачи товарной политики и пути их решения.
49. Управление жизненным циклом товара.
50. Управление ассортиментом товаров.
51. Ценовая политика.
52. Виды цен, структура и особенности их применения.
53. Задачи ценовой политики и пути их решения.
54. Коммуникационная политика.
55. Реклама, её характеристика как инструмента маркетинговых коммуникаций.
56. Средства рекламы.

4. Особенности проведения экзамена квалификационного для граждан с ограниченными возможностями здоровья:

допускается присутствие в аудитории ассистента, оказывающего поступающим необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, общаться с экзаменатором).

**ПРОГРАММА ИТОГОВОГО МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО
ЭКЗАМЕНА ПО МОДУЛЮ**

**ПМ.03 «УПРАВЛЕНИЕ АССОРТИМЕНТОМ, ОЦЕНКА КАЧЕСТВА И
ОБЕСПЕЧЕНИЕ СОХРАНЯЕМОСТИ ТОВАРОВ»**

38.02.04 «КОММЕРЦИЯ (ПО ОТРАСЛЯМ)»

1. Общие положения

1. *Цель экзамена квалификационного* – определение теоретической и практической подготовленности обучающихся к решению профессиональных задач в соответствии с видами профессиональной деятельности, установленных ФГОС СПО; выявление уровня сформированности общих и профессиональных компетенций для решения профессиональных задач на уровне требований ФГОС СПО 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)».

Экзамен квалификационный подразумевает проверку (итоговый контроль) знаний фундаментального и прикладного теоретико-методологического характера, полученных обучающимися (выпускниками), а также проверку сформировавшихся умений, навыков и в целом профессиональных компетенций, свидетельствующих о его профессиональной подготовленности к выполнению функционала видов деятельности, установленных ФГОС СПО.

Экзамен квалификационный представляет собой форму оценки качества освоения ППССЗ и проводится по результатам освоения программы профессионального модуля. Экзамен квалификационный включает в себя вопросы по дисциплинам «Теоретические основы товароведения», «Товароведение продовольственных и непродовольственных товаров».

Экзаменационные материалы составлены на основе действующих программ учебных дисциплин и охватывают наиболее актуальные разделы и темы.

Экзамен квалификационный включает в себя вопросы по профессиональному модулю ПМ.03 «Управление ассортиментом, оценка качества и обеспечение сохраняемости товаров».

Содержание экзамена квалификационного соответствует избранным разделам из учебных программ циклов дисциплин, предусмотренных ФГОС СПО 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)».

2. Описание критериев оценки экзамена квалификационного

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он демонстрирует полные и объемные теоретические знания, логично структурированные, основанные на комплексном анализе различных междисциплинарных отечественных и зарубежных источников информации, приводит ссылки и примеры на практическое применение сообщаемой информации, свободно владеет профессиональной терминологией, умеет доказательно излагать собственную точку зрения, обобщая содержание ответа, делает аргументированные выводы, формулирует практические рекомендации, проявляет высокий уровень сформированности общих и профессиональных компетенций; развернуто и обстоятельно отвечает на дополнительные вопросы, не допуская ошибок в теоретическом базисе ответа и его практических приложениях.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он показывает твердое знание программного материала, основанное на комплексном анализе различных источников информации, содержащее ссылки на практическое применение теории. Ответ логично структурирован, с выводами, обучающийся демонстрирует продвинутый уровень сформированных общих и профессиональных компетенций, допускает несущественные неточности в ответах на дополнительные вопросы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если в ответе представлен только основной материал, обучающийся не приводит примеры профессионального практического приложения материала, допускает неточности в употреблении профессиональной терминологии, нарушает логическую последовательность в изложении материала, выводы по содержанию ответа не обоснованы, показывает пороговый уровень сформированных компетенций, испытывает затруднения в ответах на дополнительные вопросы.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала и не может грамотно изложить ответы на вопросы экзаменационного билета, допускает существенные ошибки, на дополнительные вопросы отвечает односложно или неправильно, не демонстрирует порогового уровня сформированности общих и профессиональных компетенций.

3. Материалы, необходимые для оценки результатов освоения программы подготовки специалистов среднего звена (по экзамену квалификационному)

ПРОГРАММА ЭКЗАМЕНА КВАЛИФИКАЦИОННОГО

РАЗДЕЛ 1. Теоретические основы товароведения

Введение. Предмет, цели, задачи, принципы товароведения. Объекты товароведения. Методы товароведения. Классификация и кодирование товаров

Ключевые понятия: продукция, товар, товароведение. Предмет, цели и задачи товароведения. Принципы товароведения. Межпредметные связи товароведения с другими учебными дисциплинами. Основные разделы товароведения, их назначение.

Состояние и перспективы развития потребительского рынка России. Источники насыщения рынка, их состояние. Особенности государственного регулирования потребительского рынка в свете принятия ФЗ «О техническом регулировании».

Товар как объект товароведной деятельности: потребительная стоимость и стоимость. Товароведные характеристики товара, ассортиментная, качественная и количественная.

Методы товароведения понятие, классификация. Методы товароведения: теоретические и практические, их разновидности и краткая характеристика, применяемость. Преимущества и недостатки.

Основополагающие методы систематизации товаров - классификации и кодирование: понятие, структура методов, разновидности, достоинства и недостатки. Применимость в товароведении. Общегосударственные классификаторы: понятие классификация, назначение, структура.

Ассортимент товаров. Оценка качества товаров. Основные понятия: единичный экземпляр товаров, комплексная упаковочная единица, товарная партия

Основные понятия: качество, свойства, показатели, уровень качества, технический уровень качества, классификация потребительских свойств и показателей потребительских товаров; номенклатура, краткая характеристика, критерии выбора. Виды нормативных документов, устанавливающих требования к качеству потребительских товаров.

Оценка качества: понятие. Структура и результаты оценочной деятельности. Градации товаров по соответствию и несоответствию установленным требованиям: стандартные, нестандартные, брак и отход.

Градации качества стандартной продукции: сорта, классы и группы сложности, марки, номера, размерные категории, классы качества. Сортамент: природный и товарный. Принципы деления товаров на сорта. Пересортица: причины возникновения, методы обнаружения, способы предупреждения и устранения. Ответственность за умышленную и неумышленную пересортицу товаров.

Дефекты товаров: понятие, классификация. Допустимые, недопустимые дефекты. Отличия дефектов от допустимых отклонений. Взаимосвязь дефектов различной значимости с градациями качества. Диагностика дефектов: причины возникновения, методы обнаружения, способы предупреждения и устранения. Права потребителей и ответственность продавца при реализации дефектной продукции.

Основные понятия: единичный экземпляр товаров, комплексная упаковочная единица, товарная партия. Общность и различия. Идентифицирующие признаки товарной партии и классификация товаров по этим признакам. Размерные характеристики, общие для

всех размерных градаций и специфичные для товарных партий. Назначение, краткая характеристика.

Технологический цикл товародвижения. Факторы, влияющие на качество и количество товаров

Технологический цикл товародвижения: этапы и стадии: предтоварная, товарная и послереализационная.

Контроль качества и количества товарных партий. Виды контроля. Правила проведения выборочного контроля. Пробы: виды, требования к ним. Правила отбора проб. Понятие о приемочном и браковочном числе. Обеспечение качества и количества товаров: понятие. Факторы, влияющие на качество и количество товаров. Факторы, формирующие качество и количество, краткая характеристика, степень влияния отдельных факторов на качество и количество товаров. Корректирующие мероприятия. Классификация сохраняющих факторов. Упаковка: понятие, функции. Виды упаковки по назначению. Требования к упаковке. Эффективность разных видов упаковки.

Климатический и санитарно-гигиенический режим хранения. Товарные потери

Климатический и санитарно-гигиенический режим хранения.

Хранение: основные понятия, назначение. Составные элементы условий хранения.

Режим хранения: климатический и санитарно-гигиенический. Понятие. Показатели климатического режима, их влияние на сохраняемость товаров. Значимость отдельных показателей для обеспечения количества и качества. Классификация потребительских товаров по требованиям к оптимальному температурно-влажностному режиму. Регулирование показателей режима хранения.

Санитарно-гигиенический режим складов. Показатели режима, их значимость для обеспечения количества и качества. Профилактические и текущие мероприятия по созданию и поддержанию санитарно-гигиенического режима. Уход за товарами при хранении.

Методы хранения. Сроки годности, эксплуатации и реализации.

Методы хранения. Размещение товаров. Принципы и правила размещения их взаимосвязь. Классификация методов хранения. Экономическая эффективность разных методов критерии эффективности. Сроки сохраняемости товаров: годности, хранения, реализации и эксплуатации. Классификация товаров по срокам годности и эксплуатации. Контроль за соблюдением условий и сроков хранения, нормативная база.

Товарные потери: основные понятия. Виды и разновидности потерь, причины их возникновения и порядок списания. Нормативные документы, регламентирующие порядок списания потерь. Меры по предупреждению и снижению потерь. Народнохозяйственное значение мероприятий по сокращению потерь.

Виды и формы товарной информации. Средства товарной информации

Виды товарной информации: основополагающая, коммерческая, потребительская.

Формы товарной информации: словесная, цифровая, изобразительная, штриховая, символическая.

Требования, предъявляемые к товарной информации: достоверность, достаточность, доступность (языковая востребованность, понятность).

Средства товарной информации: информационные ресурсы, специальная литература, маркировка, реклама.

Информационные ресурсы: нормативные, технические документы (товарно-сопроводительные, проектно-конструкторские, количественные, качественные, расчетные, комплексные, эксплуатационные).

Изучение технических документов. Структура маркировки. Информационные знаки. Идентификация маркировки товаров требованиям НД

Ответственность за предоставление недостоверной информации о товаре в соответствии с Законом РФ «О защите прав потребителей», правовые основы информационного обеспечения товародвижения.

Виды маркировки. Производственная маркировка: этикетки, кольеретки, вкладыши, ярлыки и бирки, контрольные ленты, клейма и штампы. Торговая маркировка: ценники, товарные и кассовые чеки, счета, меню, штампы, упаковка. Требования, предъявляемые к маркировке. Структура маркировки.

Понятие информационных знаков. Виды информационных знаков: товарные знаки и знаки обслуживания; знаки наименования места происхождения товара; знаки соответствия или качества; штриховые коды; компонентные знаки; размерные, эксплуатационные, манипуляционные, предупредительные, экологические знаки.

Идентификация маркировки товаров требованиям НД. Виды маркировок и информационных знаков, соотношение их с требованиями ГОСТ Р 51074-01 «Информация для потребителей».

Литература

Основные источники

1. **Шушунова Т. Н.** Введение в товароведение [Электронный ресурс]: рабочий учебник / Шушунова Т. Н. - 2015. - <http://lib.muh.ru>.
2. **Шушунова Т. Н.** Информация о товаре [Электронный ресурс]: рабочий учебник / Шушунова Т. Н. - 2015. - <http://lib.muh.ru>.

Дополнительные источники

1. **Шушунова Т. Н.** Обеспечение товароведных характеристик товаров [Электронный ресурс]: рабочий учебник / Шушунова Т. Н. - 2015. - <http://lib.muh.ru>.

РАЗДЕЛ 2. Товароведение продовольственных и непродовольственных товаров

Продовольственные товары: понятие, назначение

Отличие от непродовольственных товаров. Потребности, удовлетворяемые продовольственными товарами.

Актуальность проблемы обеспечения населения продовольствием. Состояние отечественного сельскохозяйственного и промышленного производства. Отрасли пищевой промышленности. Состояние спроса и предложения. Нормы потребления важнейших продуктов питания. Продовольственная безопасность страны и пути ее обеспечения.

Перспективы производства: стабилизация экономики страны, поддержка отечественного производства, обеспечение продовольственной безопасности, ориентация на импорт товаров, отечественное производство которых имеет объективные и субъективные ограничения. Пути совершенствования ассортимента продовольственных товаров.

Общая классификация продовольственных товаров на группы и подгруппы.

Химический состав и свойства веществ: связь с формированием и оценкой качества, обеспечением количества и качества пищевых продуктов

Общая классификация веществ пищевых продуктов по химической природе (органические и неорганические), по усвояемости (усвояемые, трудноусвояемые, неусвояемые), по происхождению (натуральные, искусственные и синтетические).

Характеристика важнейших веществ химического состава: воды, минеральных веществ, белков, жиров. Химическая природа веществ, их классификация; свойства веществ, их влияние на качество, в том числе на безопасность и сохраняемость; содержание в пищевых продуктах (деление продуктов на группы в зависимости от содержания отдельных веществ).

Углеводы, витамины, органические кислоты, красящие и дубильные вещества. Химическая природа веществ, их классификация; свойства веществ, их влияние на качество, в том числе на безопасность и сохраняемость; содержание в пищевых продуктах (деление продуктов на группы в зависимости от содержания отдельных веществ).

Пищевая ценность. Консервирование продовольственного сырья

Пищевая ценность как сложное свойство, характеризующее качество продовольственных товаров: определение термина, потребительские свойства, энергетическая, физиологическая ценность, усвояемость.

Потребительские свойства, обуславливающие пищевую ценность, их взаимосвязь с химическими и физическими свойствами.

Энергетическая ценность: определение. Потребность в энергии и факторы, ее обуславливающие. Показатели энергетической ценности. Основные и дополнительные энергетические вещества. Классификация продовольственных товаров по энергетической ценности: высококалорийные, среднекалорийные, низкокалорийные и бескалорийные.

Биологическая ценность и эффективность: определение. Физиологическая (пластическая) потребность в биологически-ценных веществах. Показатели биологической полноценности и эффективности: незаменимые аминокислоты, полиненасыщенные незаменимые жирные кислоты, норм их потребления. Классификация продовольственных товаров по содержанию полноценных белков, жиров.

Физиологическая ценность: определение. Физиологические и психические потребности, удовлетворяемые физиологически-ценными веществами. Физиологически активные вещества. Деление их на группы в зависимости от действия на нервную, иммунную и пищеварительную системы. Продукты питания с повышенным содержанием физиологически активных веществ. Продукты питания с повышенным содержанием основных витаминов и минеральных веществ. Негативные последствия воздействия повышенных доз некоторых физиологически активных веществ (алкоголя, алкалоидов) на организм человека.

Усвояемость: определение. Влияние усвояемости на степень удовлетворения потребностей. Классификация веществ по усвояемости (усвояемые, трудноусвояемые, неусвояемые). Факторы, влияющие на усвояемость.

Обязательность информации о пищевой ценности калорийности и содержании важнейших веществ.

Консервирование: понятие, назначение. Методы консервирования, деление на группы: физические, физико-химические, химические, биохимические, комбинированные.

Характеристика отдельных методов консервирования: сущность, влияние на изменения потребительских свойств исходного сырья и формирование качества готового продукта. Применимость отдельных методов консервирования для разных групп продовольственного сырья.

Зерно, мука. Понятие, назначение, классификация, ассортимент, требования к качеству

Зерномучные товары: понятие, назначение. Народнохозяйственное значение зерна. Состояние рынка, источники его насыщения.

Классификация зерномучных товаров на подгруппы однородной продукции (зерно, продукты переработки зерна, муки, крупы). Признаки классификации. Товарная и ботаническая классификация зерна.

Строение зерна пшеницы: характерные морфологические (внешние) признаки, элементы внутреннего строения, соотношение отдельных элементов, специфика их состава. Влияние соотношения разных элементов на состав и свойства продуктов переработки зерна пшеницы.

Мука: понятие, назначение, конкурентоспособность местных товаропроизводителей. Классификация муки по видам сырья, назначению и составу. Ассортимент муки. Состав и пищевая ценность. Факторы, формирующие качество: сырье, производство. Понятие о помолах и выходах муки. Оценка качества: показатели, товарные сорта, принципы деления на сорта, дефекты. Действующие нормативные документы на муку

Крупа, макаронные изделия: понятие, назначение, классификация, ассортимент, требования к качеству, условия и сроки хранения. Крупа: понятие, назначение, конкурентоспособность местных товаропроизводителей. Классификация круп по видам

сырья, технологии обработки, степени измельчения. Состав и пищевая ценность крупы. Факторы, формирующие качество: сырье, производство. Оценка качества крупы: показатели, товарные сорта, номера, марки, признаки и принципы деления. Действующие нормативные документы на крупы. Макароны изделия: понятие, назначение, конкурентоспособность местных товаропроизводителей. Классификация и ассортимент. Факторы, формирующие качество: сырье, процессы производства. Оценка качества: показатели, товарные сорта, дефекты. Действующие нормативные документы. Хлеб и хлебобулочные изделия. Классификация, ассортимент, оценка качества, хранение.

Хлебобулочные изделия: понятие, назначение, конкурентоспособность местных товаропроизводителей. Классификация хлеба по видам муки, рецептуре, способам выпечки. Ассортимент хлеба. Факторы, формирующие качество: сырье, процессы производства. Оценка качества: показатели, дефекты хлеба. Действующие нормативные документы.

Сухарные и бараночные изделия: понятие, назначение. Классификация и ассортимент. Факторы, формирующие качество: сырье, процессы производства. Оценка качества: показатели, товарные сорта, дефекты.

Свежие овощи. Назначение, ассортимент, требования к качеству, условия и сроки хранения

Товароведная характеристика подгрупп овощей: клубнеплодов (картофель), корнеплодов, капустных, луковых, пряно-вкусовых, салатно-шпинатных, томатных, тыквенных по общими и специфичным критериям. Представление о десертных и зернобобовых овощах. Ассортимент, требования к качеству, условия и сроки хранения.

Свежие плоды. Назначение, классификация, ассортимент, требования к качеству, условия и сроки хранения

Плодоовощные товары: понятие, назначение. Классификация свежих и переработанных плодов и овощей.

Состояние рынка: источники насыщения, направления их развития. Потребность в плодоовощных товарах, спрос и предложение. Состояние ассортимента и качества свежих плодов и овощей. Пищевая ценность и состав свежих плодов и овощей.

Товароведная характеристика подгрупп плодов: семечковых, косточковых, ягод, цитрусовых, субтропических разноплодных, тропических и орехоплодных по общим и специфическим критериям. Новые виды экзотических плодов.

Продукты переработки плодов и овощей

Плодоовощные консервы: понятие, назначение. Классификация и ассортимент. Факторы, формирующие качество: сырье и процессы производства. Оценка качества: показатели, деление на товарные сорта, дефекты.

Сушеные плоды и овощи: понятие, назначение. Классификация и ассортимент. Пищевая ценность. Факторы, формирующие качество: сырье, процессы производства. Товароведная характеристика распространенных видов: сушеных плодов (яблоко, винограда, абрикосов, персиков, слив), овощей и грибов.

Быстрозамороженные плоды и овощи: понятие, назначение. Сущность быстрого замораживания, отличия от медленного, общность и различия свежих и замороженных плодов и овощей по пищевой ценности, составу, строению и сохраняемости. Классификация и ассортимент. Факторы, формирующие качество: сырье, процессы производства. Оценка качества: показатели, дефекты. Картофелепродукты: понятие, назначение. Пищевая ценность и состав. Общность и отличия от картофеля. Классификация и ассортимент. Факторы, формирующие качество: сырье, процессы производства.

Чай и чайные напитки, кофе и кофейные напитки

Вкусовые товары: понятие, назначение. Общая классификация вкусовых товаров: деление на подгруппы, классификационные признаки.

Состояние рынка вкусовых товаров. Государственное регулирование сегментов рынка алкогольных напитков.

Чай и чайный напитки: понятие, назначение. Состав и пищевая ценность. Классификация и ассортимент. Отличия и общность чая и чайных напитков. Факторы, формирующие качество чая: сырье, районы его произрастания, процессы производства. Отличительные особенности чая разных групп. Оценка качества: показатели, товарные сорта, дефекты.

Кофе и кофейные напитки: понятие, назначение. Состав и пищевая ценность. Классификация и ассортимент. Общность и отличия кофе и кофейных напитков. Факторы, формирующие качество кофе: сырье, районы произрастания, процессы производства. Особенности кофе разных районов произрастания и видов. Оценка качества: показатели, товарные сорта, дефекты.

Безалкогольные напитки: классификация, товароведная характеристика

Безалкогольные напитки: понятие, назначение. Состав и пищевая ценность. Классификация и ассортимент. Факторы, формирующие качество: сырье, процессы производства. Оценка качества: показатели, дефекты.

Алкоогольные напитки: спирт, водка, коньяк

Алкоогольные напитки: понятие, назначение. Отличительные особенности от других напитков. Состав и пищевая ценность. Классификация на подгруппы.

Спирт: понятие, свойства, классификация, факторы, формирующие качество.

Водка: понятие, классификация и ассортимент, факторы, формирующие качество, условия и сроки хранения, дефекты, фальсификация.

Коньяк: понятие, назначение. Краткая история создания напитка. Классификация и ассортимент коньяков. Факторы, формирующие качество и производственный ассортимент коньяка: сырье, процессы производства. Влияние сроков выдержки на качество коньяков. Оценка качества: показатели, дефекты.

Виноградное вино: классификация, товароведная характеристика

Виноградные и плодово-ягодные вина: понятие, назначение. Классификация и ассортимент. Состав и пищевая ценность. Факторы, формирующие качество, тип и наименование вин: сырье, в том числе место его происхождения, процессы производства.

Краткая характеристика отдельных групп, типов и наименований вин. Оценка качества вин: показатели, дефекты.

Сахар, мед, фруктово-ягодные кондитерские изделия. Назначение, классификация, ассортимент, требования к качеству, условия и сроки хранения

Кондитерские товары: понятие, назначение, характерные признаки. Общая классификация. Состояние и перспективы развития рынка.

Сахар: понятие, назначение. Состав и пищевая ценность. Классификация и ассортимент. Факторы, формирующие качество: сырье и процессы производства. Оценка качества: идентифицирующие признаки, показатели качества, дефекты: виды, причины возникновения.

Мед: понятие, назначение. Состав и пищевая ценность. Классификация и ассортимент. Способы получения меда разных видов. Оценка качества: идентифицирующие признаки, показатели, дефекты. Способы фальсификации натурального меда и методы обнаружения фальсификации.

Фруктово-ягодные кондитерские изделия: понятие, назначение. Классификация.

Мармелад и пастильные изделия: понятие, виды, назначение. Классификация и ассортимент. Требования к качеству, дефекты. Условия и сроки хранения.

Варенье, джем, повидло, желе и цукаты: понятие, назначение. Ассортимент. Состав и пищевая ценность. Факторы, формирующие качество и ассортимент: сырье, процессы производства.

Карамель, конфеты, шоколад, какао-порошок. Назначение, классификация, ассортимент, требования к качеству, условия и сроки хранения

Карамель, конфеты, ирис, драже: понятие, назначение. Классификация и ассортимент.

Факторы, формирующие качество и ассортимент: сырье, процессы производства. Сравнительная характеристика карамельных изделий разных видов и наименований по составу, сырью, производству, органолептическим показателям.

Шоколад и какао-порошок: понятие, назначение. Состав и пищевая ценность. Факторы, формирующие качество и ассортимент: сырье, процессы производства. Оценка качества, дефекты, условия и сроки хранения. Способы фальсификации шоколада и методы обнаружения.

Мучные кондитерские изделия: печенье, галеты, вафли, пряники. Назначение, классификация, ассортимент, требования к качеству, условия и сроки хранения

Мучные кондитерские изделия: понятие, назначение, виды. Отличие от сахаристых кондитерских изделий по составу и пищевой ценности.

Печенье, галеты, вафли: понятие, виды, назначение. Ассортимент. Состав и пищевая ценность. Факторы, формирующие качество и ассортимент: сырье, процессы производства. Сравнительная характеристика разных видов и сортов. Общность и отличия печенья, пряников и вафель по пищевой ценности и показателям качества. Оценка качества: показатели, дефекты, виды, причины возникновения.

Пряники: понятие, виды, назначение. Ассортимент. Состав и пищевая ценность. Факторы, формирующие качество и ассортимент: сырье, процессы производства. Сравнительная характеристика пряников разных видов и наименований. Отличия сырцовых пряников от заварных. Оценка качества: показатели, дефекты, виды, причины возникновения.

Торты, пирожные, восточные сладости. Назначение, классификация, ассортимент, требования к качеству, условия и сроки хранения

Торты и пирожные: понятие, назначение. Общность и отличия пирожных от тортов. Состав и пищевая ценность. Классификация и ассортимент. Факторы, формирующие качество и ассортимент: сырье, процессы производства. Сравнительная характеристика тортов и пирожных основных видов по составу, сырью, производству, отделке поверхности.

Кексы, рулеты, ромовые баба: понятие, назначение. Состав и пищевая ценность. Отличия от других мучных кондитерских изделий. Общность и отличия кексов, рулетов, ромовых баба. Классификация и ассортимент. Факторы, формирующие качество и ассортимент: сырье, процессы производства. Оценка качества.

Восточные сладости: понятие, виды, назначение. Состав и пищевая ценность сахаристых и мучных восточных сладостей. Отличия от других групп кондитерских изделий. Факторы, формирующие качество и ассортимент: сырье, процессы производства. Оценка качества.

Пищевые жиры

Пищевые жиры: назначение, классификация, ассортимент, товарные сорта, требования к качеству, дефекты, условия и сроки хранения.

Рынок пищевых жиров: состояние и перспективы развития. Источники поступления товаров на рынок. Проблемы рынка. Классификация и ассортимент растительных масел, животных жиров, маргарина, маргариновой продукции, спрэдов. Признаки общей и частных классификаций. Состав и пищевая ценность отдельных подгрупп, особенности сырья, процессов производства и назначения.

Оценка качества пищевых жиров. Определяющие и специфичные показатели. Товарные сорта: их характерные признаки деления. Возможность возникновения пересортицы. Дефекты технологические и предреализационные. Причины возникновения. Фальсификация пищевых жиров, средства и методы обнаружения. Упаковка, маркировка, хранение пищевых жиров. Условия и сроки хранения разных подгрупп пищевых жиров. Критерии окончания сроков хранения. Товарные потери: виды, причины возникновения, меры предупреждения и сокращения.

Молоко: виды, показатели качества. Кисломолочные напитки и продукты. Назначение, классификация, ассортимент, товарные сорта, требования к качеству, дефекты, условия и сроки хранения

Молочные товары: понятие, назначение. Общая классификация молочных товаров: деление на группы и подгруппы. Рынок молочных товаров: состояние и перспективы развития. Источники поступления товаров на рынок. Проблемы рынка.

Молоко: понятие, назначение. Химический состав и пищевая ценность. Частная классификация по температурному режиму обработки, жирности, вводимым добавкам. Ассортимент. Краткая характеристика различных наименований молока. Факторы, формирующие качество и ассортимент: сырье, процессы производства. Оценка качества: показатели качества, дефекты, причины их возникновения. Кисломолочные напитки и

продукты: понятие, назначение. Химический состав и пищевая ценность. Классификация и ассортимент. Краткая характеристика ассортимента по сырью, производству, органолептическим показателям. Оценка качества: показатели качества, дефекты, причины их возникновения.

Масло коровье: понятие, виды, товароведная характеристика. Спрэды

Масло коровье: понятие, назначение. Отличие масла коровьего от других молочных товаров, а также комбинированного масла и маргарина. Классификация и ассортимент. Факторы, формирующие качество: сырье, процессы производства. Краткая характеристика отдельных видов сливочного и комбинированного масел по составу, сырью, органолептическим показателям. Оценка качества: идентифицирующие признаки, показатели качества, балльная оценка, товарные сорта, дефекты: виды и причины возникновения.

Сыры: химический состав и пищевая ценность, виды, товароведная характеристика

Сыры: понятие, назначение. Химический состав и пищевая ценность. Отличие сыров от других молочных товаров. Классификация и ассортимент. Сравнительная характеристика разных групп, видов и наименований по сырью, процессам производства, составу и органолептическим показателям. Оценка качества: признаки идентификации, показатели качества, балльная оценка, товарные сорта, дефекты: виды, причины их возникновения.

Яичные товары

Рынок яйца и продуктов его переработки: состояние и перспективы. Классификация яйца и продуктов его переработки. Признаки классификации. Состав, пищевая ценность и строение яйца, влияние на виды и категории.

Оценка качества. Определяющие и специфичные показатели, их значение для качества и сохранности. Допустимые и недопустимые дефекты: причины возникновения и пути устранения. Упаковка, маркировка и хранение яичных товаров. Условия и сроки хранения. Товарные потери: виды, причины возникновения, пути предупреждения и сокращения.

Рыба: химический состав, пищевая ценность, товароведная характеристика различных семейств

Рыбные товары: понятие, назначение. Рынок рыбы и продуктов ее переработки. Состояние и перспективы развития. Районы лова и разведения рыбы. Тканевый и химический состав рыбы. Пищевая ценность.

Классификация промысловых рыб по морфологическим и анатомическим признакам, образу жизни, длине, массе, полу, времени улова, другим признакам. Важнейшие семейства промысловых рыб, деление на типы, отличительные признаки рыб отдельных семейств и их типов. Виды рыб, относящиеся к определенным семействам и типам, их товароведная характеристика.

Рыба живая, охлажденная, мороженая: пищевая ценность, классификация, ассортимент, требования к качеству, дефекты, условия хранения

Живая рыба: назначение. Вылов, перевозка разными видами транспорта, хранение в торговле. Уход за рыбой при хранении. Оценка качества. Основные болезни и дефекты

рыбы, их диагностика по отличительным признакам. Снулая рыба: признаки, использование. Условия и сроки хранения и реализации живой рыбы.

Охлажденная и мороженая рыба. Факторы качества: сырье, способы охлаждения и замораживания. Оценка качества: показатели, признаки идентификации, дефекты.

Соленая, маринованная: способы посола, классификация, ассортимент, требования к качеству, дефекты, условия хранения

Рыба соленая и маринованная: понятие, назначение, отличительные признаки. Классификация соленой и маринованной рыбы по виду сырья, способам посола. Особенности химического состава и пищевой ценности соленой и маринованной рыбы. Факторы, формирующие качество и ассортимент: сырье, процессы производства. Способы посола, их влияние на качество соленой рыбы. Классификация рыб по способности к созреванию. Ассортимент соленой и маринованной рыбы. Сравнительная характеристика отдельных видов соленой и маринованной рыбы. Оценка качества: показатели, признаки идентификации и дефекты.

Сушеная, вяленая, копченая рыба. Рыбные консервы и пресервы: классификация, ассортимент, требования к качеству, дефекты, условия хранения

Вяленые и сушеные рыбные товары: понятие, назначение, отличительные признаки. Классификация по видам сырья и способам переработки. Ассортимент. Химический состав и пищевая ценность разных видов. Факторы, формирующие качество и ассортимент: сырье, процессы производства. Влияние способов разделки, вяления и сушки на качество готовой продукции. Сущность процессов, происходящих при вялении и сушке. Оценка качества: показатели, признаки идентификации, дефекты.

Копченые рыбные товары: понятие, назначение, отличительные признаки. Классификация копченых рыбных товаров по виду сырья, способам термической обработки и копчения. Химический состав и пищевая ценность разных видов. Факторы, формирующие качество: сырье, процессы производства. Влияние способов копчения на качество копченой рыбы. Ассортимент. Оценка качества: показатели, признаки идентификации, дефекты.

Рыбные консервы и пресервы: понятие, назначение, отличительные признаки. Классификация по видам основного и вспомогательного сырья. Отличия рыбных консервов от свежей и копченой рыбы. Тканевый и химический состав, пищевая ценность консервов и пресервов разных видов. Факторы, формирующие качество и ассортимент: сырье, процессы производства. Ассортимент. Сравнительная характеристика консервов и пресервов разных видов. Оценка качества: показатели, признаки идентификации, дефекты допустимые и недопустимые.

Икра: понятие, назначение. Особенности состава икры от состава других частей рыбы, классификация по видам, качеству, сырью и способам производства. Строение ястыков и икринок. Факторы, формирующие качество и ассортимент: вид рыбы, качество ястыков, процессы производства. Сравнительная характеристика икры разных видов и разновидностей (зернистой, паусной и ястычной). Оценка качества: показатели, признаки идентификации, дефекты. Средства фальсификации икры и методы их обнаружения.

Мясо: понятие, химический состав и пищевая ценность, ткани мяса, классификация

Рынок мясных товаров: состояние и перспективы развития. Источники поступления товаров. Проблемы российского рынка. Биологическая безопасность отечественных и импортных мясных товаров. Государственная поддержка отечественного животноводства, в том числе путем введения квот на импорт мяса птицы, говядины, свинины.

Классификация мяса и продуктов его переработки. Признаки общей и частных классификаций. Тканевый и химический состав, пищевая ценность разных подгрупп мясных товаров, их отличительные признаки. Послеубойные изменения в мясе. Частная классификация мяса по сырью (виду, полу, возрасту), термическому состоянию. Категории и товарные сорта мяса: признаки и принципы деления. Товароведная маркировка мяса разных видов и категорий.

Сравнительная характеристика остывшего, охлажденного, замороженного и повторно замороженного мяса по качеству, сохраняемости и использованию.

Вареные колбасные изделия: виды, товароведная характеристика

Вареные колбасные изделия: понятие, назначение. Классификация по видам и качеству сырья, способам обработки, внешним признакам. Тканевый и химический состав, пищевая ценность колбасных изделий. Отличия колбасных изделий от мяса. Факторы, формирующие качество и ассортимент: сырье, процессы производства. Влияние основного и вспомогательного сырья, пищевых добавок на качество готового продукта. Ассортимент колбасных изделий. Оценка качества: показатели, признаки идентификации, товарные сорта (признаки и принципы деления), дефекты допустимые и недопустимые.

Полукопченые и копченые колбасы: назначение, классификация по видам и качеству сырья, ассортимент, требования к качеству, хранение

Полукопченые и копченые колбасы: понятие, назначение. Классификация по видам и качеству сырья, способам обработки, внешним признакам. Тканевый и химический состав, пищевая ценность колбасных изделий. Отличия колбасных изделий от мяса. Факторы, формирующие качество и ассортимент: сырье, процессы производства. Влияние основного и вспомогательного сырья, пищевых добавок на качество готового продукта. Ассортимент колбасных изделий. Оценка качества: показатели, признаки идентификации, товарные сорта, дефекты допустимые и недопустимые.

Металлохозяйственные товары

Состояние и перспективы развития рынка металлохозяйственных товаров. Факторы, формирующие ассортимент и качество: сырье (черные и цветные металлы и сплавы), конкуренция, производство. Влияние конкуренции, способов изготовления, термической и химико-термической обработки, виды покрытий и отделки на качество металлоизделий. Коррозия изделий из металлов и сплавов. Способы защиты от коррозии.

Металлическая посуда: классификация и видовой ассортимент. Условное обозначение посуды.

Металлоинструменты: классификация и видовой ассортимент.

Ножевые изделия, столовые приборы и принадлежности для сервировки стола: классификация и ассортимент.

Приборы и приспособления для кухни, товары ремонтно-строительного назначения, садово-огородный инвентарь и оборудование: общая характеристика ассортимента.

Оценка качества металлохозяйственных товаров. Дефекты, причины возникновения, влияние на качество. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение металлохозяйственных товаров.

Мебельные товары

Состояние и перспективы развития рынка мебельных товаров. Факторы, формирующие ассортимент и качество мебели: исходные материалы и полуфабрикаты, конструкция, технология производства (в т.ч. и отделки). Классификация и видовой ассортимент мебели: столярной, гнутой, пропильно-гнутоклеевой и плетеной мебели; мебели на металлическом каркасе и пластмассовой.

Оценка качества мебели. Дефекты, причины возникновения, влияние на качество.

Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение мебели. Уход за ней при хранении.

Электробытовые товары

Электробытовые товары: понятие. Рынок электробытовых товаров: состояние и перспективы развития. Классификация электробытовых товаров по различным признакам: назначение, место установки, условия эксплуатации, тип защиты от поражения электрическим током, степень защиты от влаги, климатическое исполнение и др. Факторы, формирующие ассортимент и качество электробытовых товаров: применяемые материалы, производство, конструкция. Общие требования к качеству электробытовых товаров. Показатели безопасности этих товаров.

Практическое занятие 71. *Распознавание пластмасс органолептическим способом и идентификация товаров из пластмасс.*

Школьно-письменные и канцелярские товары

Рынок школьно-письменных и канцелярских товаров: состояние и перспективы развития.

Бумага и картон: понятие, классификация, свойства. Изделия из бумаги и картона: классификация, виды, характеристика ассортимента.

Товары для письма, черчения, рисования. Канцелярские товары. Виды, характеристика ассортимента. Оценка качества школьно-письменных и канцелярских товаров. Показатели качества. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение школьно-письменных и канцелярских товаров.

Музыкальные товары

Состояние перспективы развития рынка музыкальных инструментов. Основные сведения об акустике. Факторы, формирующие ассортимент и качество музыкальных товаров. Классификация и характеристика ассортимента (струнных, язычковых, духовых, ударных и электромузыкальных инструментов).

Оценка качества музыкальных инструментов в условиях торговли. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение музыкальных инструментов.

Фототовары

Фототовары: общие сведения, классификация, значение в современных условиях. Состояние и перспективы развития рынка. Факторы, формирующие ассортимент и качество.

Светочувствительные материалы: понятие, назначение, строение, свойства, показатели качества, классификация. Фотохимические материалы: назначение, классификация, обзор ассортимента.

Бытовые электронные товары

Бытовые электронные товары: назначение, классификация, ассортимент, требования к эксплуатации, особенности упаковки, перевозки и хранения.

Бытовые электронные товары: общие сведения, роль в жизни общества и бизнесе, состояние рынка и перспективы развития, классификация. Факторы, формирующие ассортимент и качество.

Комплекующие элементы и изделия (радиодетали, электровакуумные и полупроводниковые приборы, интегральные микросхемы, микропроцессоры, коммутирующие устройства): понятие, классификация, технические показатели, назначение, характеристика ассортимента. Маркировка и обозначение комплектующих элементов. Принадлежности электронной аппаратуры. Обзор ассортимента.

Спортивные, охотничьи и рыболовные товары

Спортивные товары: назначение, классификация, ассортимент, требования к эксплуатации, особенности упаковки, перевозки и хранения. Спортивные товары: общие сведения, состояние и перспективы развития рынка. Факторы, формирующие ассортимент и качество. Классификация и обзор ассортимента спортивных, охотничьих и рыболовных товаров.

Оценка качества. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение спортивных, охотничьих и рыболовных товаров.

Ювелирные товары. Рынок, материалы, применяемые в производстве ювелирных товаров, особенности производства

Ювелирные товары: понятие, назначение, состояние и перспективы развития рынка. Факторы, формирующие ассортимент и качество: применяемые материалы, конструкция, производство.

Классификация и ассортимент ювелирных товаров. Маркировка (клеймение) драгоценных металлов и изделий из них

Классификация и ассортимент ювелирных товаров. Маркировка (клеймение) драгоценных металлов и изделий из них.

Часы: общие сведения, состояние рынка и перспективы его развития. Факторы, формирующие ассортимент и качество. Конструкция бытовых часов. Классификация и ассортимент бытовых часов. Единая система наименований и индексации бытовых часов.

Оценка качества ювелирных товаров и часов. Упаковка, транспортирование, условия хранения ювелирных товаров и часов.

Текстильные товары. Классификация и ассортимент тканей, оценка качества, маркировка, упаковка

Классификация и ассортимент хлопчатобумажных, льняных, шерстяных и шелковых тканей. Оценка качества тканей: показатели, дефекты, причины возникновения, влияние на качество. Маркировка, упаковка, транспортирование и условия хранения тканей.

Нетканые материалы и искусственные меха

Нетканые материалы и искусственные меха: понятие, применение, состояние рынка и перспективы его развития.

Факторы, формирующие ассортимент и качество: сырье, технология производства. Классификация и ассортимент. Оценка качества: показатели качества, дефекты, причины возникновения, влияние на качество. Маркировка, упаковка, транспортирование и условия хранения нетканых материалов и искусственных мехов.

Швейные товары

Швейные товары: понятие, назначение, состояние рынка и перспективы его развития.

Факторы, формирующие ассортимент и качество швейных товаров: исходные материалы и полуфабрикаты, процессы моделирования и конструирования, технологические процессы производства. Особенности отделки швейных изделий. Классификация и ассортимент швейных товаров. Оценка качества швейных товаров: показатели качества, дефекты, причины возникновения, влияние на качество. Маркировка, упаковка, транспортирование, условия хранения швейных товаров.

Трикотажные товары

Трикотажные товары: понятие, назначение, состояние рынка и перспективы его развития.

Факторы, формирующие ассортимент и качество трикотажных товаров: исходные материалы и полуфабрикаты, процессы моделирования и конструирования, технологические процессы производства (в т.ч. особенности получения трикотажных полотен и изделий). Особенности отделки трикотажных изделий. Классификация и ассортимент трикотажных товаров.

Оценка качества трикотажных товаров: показатели качества, дефекты, причины возникновения, влияние на качество. Маркировка, упаковка, транспортирование, условия хранения трикотажных товаров.

Обувные товары. Рынок. Материалы обувного производства

Обувные товары: общие сведения, классификация, состояние рынка обуви и перспективы его развития. Обувные материалы.

Обувные кожи: классификация, виды, показатели качества, обзор ассортимента. Искусственные и синтетические обувные материалы: классификация, свойства. Характеристика искусственных и синтетических обувных материалов для низа, верха обуви, внутренних и промежуточных деталей. Текстильные материалы для обуви. Влияние применяемых материалов на качество обуви.

Моделирование и конструирование обуви: особенности, влияние этих процессов на качество кожаной обуви. Производство кожаной обуви. Детали обуви и методы крепления низа: классификация, виды, влияние на потребительские свойства обуви. Отделка обуви.

Обувные товары. Классификация и ассортимент обуви, требования к качеству, дефекты, упаковка, хранение

Кожаная обувь. Факторы, формирующие ассортимент и качество: исходные материалы, моделирование и конструирование, технологические процессы производства. Классификация и ассортимент. Размерно-полнотный ассортимент кожаной обуви.

Резиновая и полимерная обувь: общие сведения. Факторы, формирующие ассортимент и качество: применяемые материалы, производство Классификация и ассортимент. Размерные характеристики.

Валяная обувь: общие сведения. Факторы, формирующие ассортимент и качество. Классификация и ассортимент. Размерные характеристики. Оценка качества обуви: показатели, дефекты, причины возникновения, влияние на качество. Маркировка, упаковка, транспортирование, хранение, уход и эксплуатация обуви. Гарантийные сроки.

Галантерейные товары: классификация и ассортимент, требования к качеству, дефекты, упаковка, хранение

Галантерейные товары: понятие, общие сведения, назначение, классификация, состояние современного рынка и перспективы его развития. Факторы, формирующие ассортимент и качество галантерейных товаров: сырье и применяемые материалы, технология производства. Классификация и ассортимент текстильной, кожаной, металлической галантереи и галантерейных изделий из пластмасс.

Щеточные изделия и зеркала: классификация и ассортимент. Оценка качества: показатели, дефекты. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение галантерейных товаров.

Пушно-меховые и овчинно-шубные товары

Пушно-меховое сырье, полуфабрикаты, меховые готовые изделия: понятие, классификация, характеристика ассортимента.

Оценка качества. Дефекты, причины возникновения, влияние на качество. Особенности сортировки. Маркировка, упаковка, транспортирование, хранение, уход и эксплуатация меховых товаров. Овчинно-шубные товары: понятие, назначение, классификация, состояние рынка и перспективы его развития. Факторы, формирующие ассортимент и качество овчинно-шубных готовых изделий. Овчинно-шубное сырье, полуфабрикаты, готовые изделия: понятие, классификация, характеристика ассортимента.

Оценка качества. Дефекты, причины возникновения, влияние на качество. Особенности сортировки. Маркировка, упаковка, транспортирование, хранение, уход и эксплуатация овчинно-шубных товаров.

Парфюмерно-косметические товары

Понятие, общие сведения, назначение, классификация, состояние современного рынка и перспективы его развития. Факторы, формирующие ассортимент и качество парфюмерных товаров: сырье, технология производства.

Классификация и ассортимент парфюмерных товаров. Оценка качества и показатели качества (в т.ч. безопасности). Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение парфюмерных товаров. Оценка качества парфюмерных товаров. Понятие, общие сведения, назначение, классификация, состояние современного рынка и перспективы его развития. Факторы, формирующие ассортимент и качество косметических товаров: сырье, технология производства.

Классификация и ассортимент косметических товаров. Оценка качества и показатели качества (в т.ч. безопасности). Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение косметических товаров. Оценка качества косметических товаров.

Основные источники

1. **Шушунова Т. Н.** Классификация, кодирование и ассортимент товаров [Электронный ресурс]: рабочий учебник / Шушунова Т. Н. - 2015. - <http://lib.muh.ru>.
2. **Шушунова Т. Н.** Качество товаров и количественная характеристика товаров. [Электронный ресурс]: рабочий учебник / Шушунова Т. Н. - 2015. - <http://lib.muh.ru>.

Дополнительные источники

1. **Шушунова Т. Н.** Свойства товаров [Электронный ресурс]: рабочий учебник / Шушунова Т. Н. - 2015. - <http://lib.muh.ru>.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ЭКЗАМЕНАЦИОННЫХ ВОПРОСОВ

Раздел 1. Теоретические основы товароведения

1. Понятие: технический уровень качества потребительских товаров.
2. Номенклатура, краткая характеристика потребительских товаров.
3. Права потребителей.
4. Идентифицирующие признаки товарной партии.
5. Отличия дефектов от допустимых отклонений.
6. Составные элементы условий хранения.
7. Упаковка: понятие, функции.
8. Краткая характеристика, степень влияния отдельных факторов на качество и количество товаров.
9. Требования к упаковке.
10. Контроль за соблюдением условий и сроков хранения.
11. Товарные потери.
12. Идентификация и прослеживаемость товаров.
13. Виды качественных потерь продовольственных товаров.
14. Правила маркировки продовольственного сырья.
15. Правил маркировки непродовольственных товаров.
16. Товароведные характеристики товара.
17. Общая классификация товаров на потребительские и промышленного назначения.
18. Общегосударственные классификаторы: понятие классификация, назначение, структура.
19. Анализ номенклатуры показателей качества, предусмотренных в НД.
20. Оценка уровня качества товаров в соответствии с НД.
21. Установление принципов деления на товарные сорта.
22. Изучение путей совершенствования ассортимента продовольственных товаров.
23. Оценка качества.
24. Деление товаров на сорта.
25. Ответственность за умышленную и неумышленную пересортицу товаров.
26. Дефекты товаров.
27. Изучение правил отбора проб при выборочном контроле качества товарной партии.
28. Контроль качества и количества товарных партий.
29. Виды проб, требования к ним.
30. Функции упаковки.
31. Определение количественных потерь продовольственных товаров.
32. Климатический и санитарно-гигиенический режим хранения.
33. Санитарно-гигиенический режим складов.
34. Методы хранения товара.
35. Классификация товаров по срокам годности и эксплуатации.
36. Изучение технических документов, используемых на предприятиях торговли.
37. Виды товарной информации.
38. Идентификация маркировки товаров требованиям НД.
39. Торговая маркировка.
40. Виды информационных знаков.

Раздел 2. Товароведение продовольственных и непродовольственных товаров

1. Рынок мясных товаров: состояние и перспективы развития.
2. Сравнительная характеристика остывшего, охлажденного, замороженного и повторно замороженного мяса по качеству, сохраняемости и использованию.

3. Пищевая ценность как сложное свойство, характеризующее качество продовольственных товаров.
4. Классификация продовольственных товаров на группы и подгруппы.
5. Классификация продовольственных товаров по содержанию полноценных белков, жиров.
6. Продукты питания с повышенным содержанием физиологически активных веществ.
7. Консервирование: понятие, назначение.
8. Негативные последствия воздействия повышенных доз некоторых физиологически активных веществ (алкоголя, алкалоидов) на организм человека.
9. Классификация зерномучных товаров на подгруппы однородной продукции.
10. Хлебобулочные изделия: понятие, назначение, конкурентоспособность местных товаропроизводителей.
11. Товароведная характеристика подгрупп овощей: клубнеплодов (картофель), корнеплодов, капустных, луковых, пряно-вкусовых, салатно-шпинатных, томатных, тыквенных по общими и специфичным критериям.
12. Плодоовощные консервы: понятие, назначение.
13. Вкусовые товары: понятие, назначение.
14. Кондитерские товары: понятие, назначение, характерные признаки.
15. Пищевые жиры: назначение, классификация, ассортимент, товарные сорта, требования к качеству, дефекты, условия и сроки хранения.
16. Особенности отделки трикотажных изделий.
17. Маркировка, упаковка, транспортирование, условия хранения трикотажных товаров.
18. Характеристика искусственных и синтетических обувных материалов для низа, верха обуви, внутренних и промежуточных деталей.
19. Размерно-полнотный ассортимент кожаной обуви.
20. Овчинно-шубное сырье, полуфабрикаты, готовые изделия: понятие, классификация, характеристика ассортимента.
21. Потребительские свойства, обуславливающие пищевую ценность.
22. Энергетическая ценность.
23. Классификация продовольственных товаров по энергетической ценности.
24. Биологическая ценность и эффективность.
25. Физиологическая ценность.
26. Физиологические и психические потребности, удовлетворяемые физиологически ценными веществами.
27. Физиологически активные вещества.
28. Продукты питания с повышенным содержанием основных витаминов и минеральных веществ.
29. Определение ассортимента муки по органолептическим и физико-химическим показателям.
30. Хлебобулочные изделия: понятие, назначение, конкурентоспособность местных товаропроизводителей.
31. Распознавание видов переплетений и отделок в тканях. Изучение ассортимента тканей и определение сортности по стандарту.
32. Распознавание видов переплетений в тканях и их влияние на свойства тканей.
33. Изучение ассортимента и определение сортности трикотажных товаров.
34. Оценка качества швейных и трикотажных товаров.
35. Изучение ассортимента и оценка качества кожаной, резиновой и валяной обуви по стандартам.
36. Изучение ассортимента и оценка качества парфюмерных товаров.
37. Изучение ассортимента и оценка качества косметических товаров.
38. Овчинно-шубные товары: понятие, назначение, классификация, состояние рынка и перспективы его развития.

39. Понятие, назначение, общие свойства, состав и классификация пластмасс.
40. Товары бытовой химии: понятие, назначение, классификация.
41. Стекло: понятие, способы производства, классификация, ассортимент.
42. Керамические товары: материалы, способы производства, классификация, характеристика ассортимента.
43. Металлохозяйственные товары: материалы, способы производства, классификация, ассортимент.
44. Мебельные товары: материалы производства, классификация, ассортимент, дефекты.
45. Электробытовые товары: назначение, классификация, ассортимент.
46. Школьно-письменные и канцелярские товары: классификация, ассортимент.
47. Музыкальные товары: понятие, назначение, классификация, ассортимент.
48. Бытовые электронные товары: функциональное назначение, классификация, ассортимент.

**ПРОГРАММА ИТОГОВОГО МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО
ЭКЗАМЕНА ПО МОДУЛЮ**

**ПМ.04 ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ПРОФЕССИИ «АГЕНТ
КОММЕРЧЕСКИЙ»**

38.02.04 «КОММЕРЦИЯ (ПО ОТРАСЛЯМ)»

1. Общие положения

1. *Цель экзамена квалификационного* – определение теоретической и практической подготовленности обучающихся к решению профессиональных задач в соответствии с видами профессиональной деятельности, установленных ФГОС СПО; выявление уровня сформированности общих и профессиональных компетенций для решения профессиональных задач на уровне требований ФГОС СПО 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)».

Экзамен квалификационный подразумевает проверку (итоговый контроль) знаний фундаментального и прикладного теоретико-методологического характера, полученных обучающимися (выпускниками), а также проверку сформировавшихся умений, навыков и в целом профессиональных компетенций, свидетельствующих о его профессиональной подготовленности к выполнению функционала видов деятельности, установленных ФГОС СПО.

Экзамен квалификационный представляет собой форму оценки качества освоения ППССЗ и проводится по результатам освоения программы профессионального модуля.

Экзамен квалификационный включает в себя вопросы по дисциплинам: «Технология организации продаж», «Мерчандайзинг», «Психология и этика профессиональной деятельности».

Экзаменационные материалы составлены на основе действующих программ учебных дисциплин и охватывают наиболее актуальные разделы и темы.

Экзамен квалификационный включает в себя вопросы по профессиональному модулю ПМ.04 «Выполнение работ по профессии «Агент коммерческий».

Содержание экзамена квалификационного соответствует избранным разделам из учебных программ циклов дисциплин, предусмотренных ФГОС СПО 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)».

2. Описание критериев оценки экзамена квалификационного

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он демонстрирует полные и объемные теоретические знания, логично структурированные, основанные на комплексном анализе различных междисциплинарных отечественных и зарубежных источников информации, приводит ссылки и примеры на практическое применение сообщаемой информации, свободно владеет профессиональной терминологией, умеет доказательно излагать собственную точку зрения, обобщая содержание ответа, делает аргументированные выводы, формулирует практические рекомендации, проявляет высокий уровень сформированности общих и профессиональных компетенций; развернуто и обстоятельно отвечает на дополнительные вопросы, не допуская ошибок в теоретическом базисе ответа и его практических приложениях.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он показывает твердое знание программного материала, основанное на комплексном анализе различных источников информации, содержащее ссылки на практическое применение теории. Ответ логично структурирован, с выводами, обучающийся демонстрирует продвинутый уровень сформированных общих и профессиональных компетенций, допускает несущественные неточности в ответах на дополнительные вопросы.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если в ответе представлен только основной материал, обучающийся не приводит примеры профессионального практического приложения материала, допускает неточности в употреблении профессиональной терминологии, нарушает логическую последовательность в изложении материала, выводы по содержанию ответа не обоснованы, показывает пороговый уровень сформированных компетенций, испытывает затруднения в ответах на дополнительные вопросы.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала и не может грамотно изложить ответы на вопросы экзаменационного билета, допускает существенные ошибки, на дополнительные вопросы отвечает односложно или неправильно, не демонстрирует порогового уровня сформированности общих и профессиональных компетенций.

3. Материалы, необходимые для оценки результатов освоения программы подготовки специалистов среднего звена (по экзамену квалификационному)

ПРОГРАММА ЭКЗАМЕНА КВАЛИФИКАЦИОННОГО

Раздел 1. Технология организации продаж

Сущность и виды продаж

Сущность и виды продаж в коммерческой организации. Профессия Агент коммерческий. Понятие продаж и их значимость в экономике. Виды продаж.

Процесс продаж в коммерческой организации

Маркетинговый комплекс продвижения товара. Процесс продаж в коммерческой организации и его основные этапы.

Современные виды маркетинга

Нейромаркетинг и контент-маркетинг: влияние на рост продаж. Нейромаркетинг – новая психология продаж. Пути распространения информационного контента: сайты, блоги, социальные сети, традиционные средства массовой информации, книги, журналы, печатные или интернет новостные издания, подписки на рассылки, подкасты, семинары, вебинары, конференции, круглые столы, видео порталы и т. д. Влияние на рост продаж, прибыли и лояльности клиентов.

Основные типы технологий организации продаж

Основные технологии продаж. Краткая характеристика четырех основных технологий продаж.

Разработка этапов по технологиям продаж

Общая схема продаж по этапам.

Техника продаж для коммерческого агента

Установление контакта. Этап открытия. Выяснение потребностей. Современная специфика этапа презентации с учетом роста числа конкурентов. Техника презентации. Техника этапа Завершение сделки.

Общие принципы установления и поддержания контакта коммерческого агента с клиентом

Приемы, способствующие установлению и поддержанию контакта.

Методика установления контакта

Признаки, показатели и результаты установления контакта. Сущность и роль методики установления контакта. Открытые вопросы: преимущества и недостатки. Рекомендации по этапам установления контакта.

Выявление и классификация потребностей клиента

Пирамида Маслоу и классификация потребностей. Классификация потребностей клиента для специалистов по продажам.

Работа с возражениями

Технология преодоления возражений и эффективного завершения сделки. Разновидности требований клиента «Прием Сократа» в продажах. Порядок работы с возражениями.

Технология продаж крупных контрактов

Специфика технологии продаж крупных контрактов. Большие контракты. Коммерческие и жесткие переговоры.

Этапы работы с крупным контрактом

Три основных этапа работы с крупным клиентом. Особенности первого этапа выхода на Клиента. Выход на клиента. Использование инструментов активизации этапа «Выход на Клиента» при крупных продажах. Семь уровней рекомендаций. «Случайные» встречи. «Корпоративные сводники».

Второй этап работы с крупным контрактом

Второй этап: определение и проработка круга влиятельных лиц, подготовка предложения. Цели второго этапа. Роль правильного определения «центра принятия решения». Основные психотипы коммерческих агентов и специфика работы с ними при крупных продажах.

Третий этап работы с крупным контрактом

Третий этап: предложение + финальные переговоры. Основные типичные ошибки коммерческого агента на этапе «предложение». Эффективное представление предложения Клиенту. Завершение сделки.

Основы ценовой политики для крупных продаж

Эластичность рынка и цена продаж. Зависимость спроса от цены. Принцип кинотеатра. Стратегия ведения переговоров о цене. Основные правила проведения переговоров о цене. Переговоры о цене при продаже дорогих и эксклюзивных товаров и услуг. Две цели переговоров: у коммерческого агента и у Клиента.

Специфика прайс-листов и скидок при крупных продажах

Что такое прайс-листы. Интервальные прайс-листы. Скидка как инструмент продаж. Технология продаж СПИН (SPIN) Типы вопросов для выяснения потребностей клиента по технологии СПИН. Последовательность и направленность разных видов вопросов при использовании технологии СПИН.

Технология комплексного коммерческого предложения

Личный порог продаж. Возможности преодоления ограничения личного порога продаж. Эффективность технологии комплексного коммерческого предложения для «раскачки» личного порога продаж коммерческого агента.

Активное ценообразование

Активное ценообразование как способ повышения доходов от продаж. Возможности повышения прибыли от продаж. Активное ценообразование.

Стратегия снижения цены в целях повышения доходов от продаж

Низкие закупочные цены. Товары и услуги стоят ровно столько, сколько Клиенты готовы за них платить.

Оценка сторон на статусных переговорах

Ключевые моменты, укрепляющие положительное мнение Клиентов о Вас и Вашей Компании. Важность аксессуаров переговорщика. Оценка поведения на переговорах. Темп разговорной речи и тембр голоса.

Прогнозирование продаж

Необходимость и важность прогнозирования продаж. Значение прогнозирования при активных и пассивных продажах. Полезность прогноза продаж. Прогноз как инструмент управления временем. Прогноз как элемент оперативно-тактического планирования.

Жесткие переговоры

Специфика технологии продаж крупных контрактов. Большие контракты. Коммерческие и жесткие переговоры.

Литература

Основные источники

1. **Кускова Е. А.** Коммерческие сделки и организация торговли [Электронный ресурс] : рабочий учебник / Кускова Е. А. - 2016. - www.lib.muh.ru.

2. **Кускова Е. А.** Технологический комплекс управления продажами [Электронный ресурс]: рабочий учебник / Кускова Е. А. - 2016. - www.lib.muh.ru.

Дополнительные источники

1. **Кускова Е. А.** Методы стимулирования сбыта [Электронный ресурс] : рабочий учебник / Кускова Е. А. - 2016. - www.lib.muh.ru.

2. **Авдеев В. Т.** Маркетинг и организация продаж в сфере информационных технологий. [Электронный ресурс]: рабочий учебник / Авдеев В. Т. - 2015. - <http://lib.muh.ru>.

РАЗДЕЛ 2. Мерчендайзинг

Сущность и значение мерчендайзинга

Мерчендайзинг: понятие, сущность, роль, цели и задачи в условиях рыночной экономики. Методы мерчендайзинга, взаимосвязь с психологией. Объекты мерчендайзинга: товары, торгово-технологическое оборудование, потребности, технологии продаж, методы обслуживания покупателей, торговые помещения и здания, типы торговых предприятий, инфраструктура торговой сети. Участники мерчендайзинга. Требования к профессиональной компетенции мерчендайзера.

Управление поведением потребителей

Рефлексы: понятие, виды, группы. Теория рефлексов. Внимание: понятие, направленность, сосредоточенность, объем, устойчивость, переключаемость, распределение внимания. Ощущение: понятие, влияние ощущений на сенсорную способность потребителей. Восприятие: понятие, элементы. Избирательное восприятие и искажение. Имидж. Свойства восприятия. Иллюзии восприятия: понятие, зрительные иллюзии, иллюзии движения и времени. Поведение потребителя в процессе принятия решения о покупке. Типы процессов принятия решения о покупке. Влияние уровня вовлеченности в покупку на оценку вариантов и покупку. Модель мотивированных действий «Фишбейна и Айзена» и модель повторной покупки «Эренберга и Гудхарта». Влияние мерчендайзинга на формирование поведения посетителя.

Внутренняя планировка магазина

Планировка магазина: понятие, факторы, формирующие планировку, требования к ней. Сегментация торговых площадей: установочная, экспозиционная площадь, площадь для покупателей, для приемки товаров, под узлами расчетов. Коэффициенты этих площадей. Особенности поведения покупателей в торговом зале. Образование «холодных» и «горячих» зон. Приемы ликвидации «холодных» зон. Распределение площадей в торговом зале: понятие, подходы к распределению, коэффициент подхода, покупки, привлекательности.

Торгово-технологическое оборудование как средство мерчендайзинга

Виды торгово-технологического оборудования. Мерчендайзинговый подход к выбору оборудования для торгового зала. Правила размещения оборудования в соответствии с технологиями мерчендайзинга. Планировка оборудования в торговом зале с позиции мерчендайзинга.

Выкладка: понятие, виды, способы

Выкладка товара: понятие, виды, способы. Точка продаж. Основные принципы выкладки товара: обзор, доступность, опрятность, заполненность полок, привлекательность упаковки, распределение приоритетных мест и т.д. Выкладка корпоративным блоком. Правила расположения товара: приоритетные полки, ротация товара, высота полок, основные марки и т.д. Место товаров в торговом зале: где, как и с чем выставлять. Выкладка товаров на прилавках: влияние длины и ширины прилавка на выкладку. Выкладка на стеллажах: образование «холодных», «горячих» и «нейтральных» зон по длине стеллажа. Основные способы возбуждения интереса к товарам за счет выкладки: принцип воображаемой оправы, создание цветового пятна, выделение с помощью света. Специальная выкладка: массовые выкладки, многотоварные выкладки, с применением тележек, в корзинках.

Особенности выкладки продовольственных и непродовольственных товаров

Особенности выкладки отдельных групп продовольственных (гастрономия, бакалея, молочные, замороженные, мясные, алкогольные товары, сельскохозяйственная продукция) и непродовольственных товаров (одежные, обувные, парфюмерно-косметические товары, ювелирные изделия и часы) в соответствии с принципами мерчандайзинга.

Литература

Основные источники

1. **Шушунова Т. Н.** Классификация, кодирование и ассортимент товаров [Электронный ресурс]: рабочий учебник / Шушунова Т. Н. - 2015. - <http://lib.muh.ru>.
2. **Шушунова Т. Н.** Качество товаров и количественная характеристика товаров. [Электронный ресурс]: рабочий учебник / Шушунова Т. Н. - 2015. - <http://lib.muh.ru>.
3. **Матвиенко А. Д.** Управление рекламной деятельностью. [Электронный ресурс]: рабочий учебник / Матвиенко А. Д. - 2016. - <http://lib.muh.ru>.
4. **Матвиенко А. Д.** Торговое предприятие: особенности рекламы. [Электронный ресурс]: рабочий учебник / Матвиенко А. Д. - 2016. - <http://lib.muh.ru>.

Дополнительные источники

1. **Шушунова Т. Н.** Свойства товаров [Электронный ресурс]: рабочий учебник / Шушунова Т. Н. - 2015. - <http://lib.muh.ru>.
2. **Матвиенко А. Д.** Сущность и значение рекламной деятельности. [Электронный ресурс]: рабочий учебник / Матвиенко А. Д. - 2016. - <http://lib.muh.ru>.
3. **Матвиенко А. Д.** Инструменты рекламной деятельности. [Электронный ресурс]: рабочий учебник / Матвиенко А. Д. - 2016. - <http://lib.muh.ru>.

Раздел 3. Психология и этика профессиональной деятельности

Моральные критерии поведения и взаимоотношений торговых работников разных уровней

Внешний вид продавца. Культура речи продавца. Правила поведения продавца. Нравственная воспитанность и умение владеть собой. Моральные критерии поведения и взаимоотношений торговых работников разных уровней.

Введение. Профессиональная этика торгового работника

Роль курса в формировании специалиста нового поколения. Связь курса с другими дисциплинами. Понятие этики и морали. Общие черты морали. Источники морали. История развития этики как науки о морали. Изменение морали с развитием общества.

Понятие профессиональной этики

Понятие профессиональной этики. Роль и задачи профессиональной этики в торговле. Предмет этики торговли. Основные принципы профессиональной торговой этики.

Категории профессиональной торговой этики

Категории профессиональной торговой этики. Моральные принципы, ценности и нормы торгового работника. Этическая сторона услуг, службы, подчиненности.

Психология процесса торгового обслуживания

Психология процесса торгового обслуживания. Этапы процесса торгового обслуживания. Мотивы покупок. Мотивы покупок. Психология импульсивных покупок. Типы и характеры покупателей. Индивидуальный подход к покупателю.

Профессиональная этика и этикет предпринимателя (коммерсанта). Сущность этики бизнесмена

Понятие этикета и история его развития. Этический кодекс предпринимателя-коммерсанта. Правила этикета. Деловой протокол. Имиджелогия: понятие, составляющие

имиджа. Биоэнергетика имиджа. Искусство самопрезентации: понятие и техника. Правила «говорения» и «слушания».

Деловые переговоры

Значение переговоров в деятельности коммерческого работника. Подготовка к переговорам. Размещение за столом переговоров. Порядок ведения переговоров: постановка целей задач, грамотное распределение времени на каждую задачу, время на обсуждение.

Анализ переговоров: подведение итогов, разбор на составные части. Требования к составлению презентации. Основные ключевые моменты, необходимые при составлении презентации. Подготовка и проведение презентаций. Правила формирования доклада к презентации.

Литература

Основные источники

1. **Сыромятников И. В.** Психология и этика делового общения [Электронный ресурс]: рабочий учебник / Сыромятников И. В. - 2016. - <http://lib.muh.ru>.
2. **Бажанов А. В.** Этические аспекты техники и тактики делового общения [Электронный ресурс]: рабочий учебник / Бажанов А. В. - 2016. - <http://lib.muh.ru>.

Дополнительные источники

1. **Бажанов А. В.** Прикладная этика. Деловое общение. Этикет [Электронный ресурс]: рабочий учебник / Бажанов А. В. - 2016. - <http://lib.muh.ru>.
2. **Бажанов А. В.** Этика делового общения в конфликтных ситуациях [Электронный ресурс]: рабочий учебник / Бажанов А. В. - 2016. - <http://lib.muh.ru>.

ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ЭКЗАМЕНАЦИОННЫХ ВОПРОСОВ

Раздел 1. Технология организации продаж

1. Разработка концептуальной таблицы отличий крупных контрактов от мелких продаж.
2. Разработка коммерческого предложения.
3. Определение минимальной суммы крупного контракта.
4. Формирование приложений к коммерческому предложению (интервального прайс-листа и каталога продукции).
5. Проведение конкурса на лучшее коммерческое предложение.
6. Использование инструментов активизации этапа «Выход на Клиента» при крупных продажах.
7. Дайте определение «продаж». Объясните разницу между продажами и сбытом.
8. Дайте определение процессу продаж.
9. Дайте определение процессу продаж в коммерческой организации. Перечислите его основные этапы.
10. Виды скидок.
11. Интервальный прайс-лист.
12. Этапы формирования коммерческого предложения.
13. Досье клиента (порядок формирования).
14. Что такое эластичность рынка.
15. Перечислите три способа повышения прибыли от продаж.

Раздел 2. Мерчандайзинг

1. Объекты мерчандайзинга: товары, торгово-технологическое оборудование, потребности.
2. Участники мерчандайзинга.

3. Особенности поведения покупателей в торговом зале.
4. Планировка оборудования в торговом зале с позиции мерчандайзинга.
5. Специальная выкладка товара.
6. Типы товара: товары повседневного спроса, пассивного спроса, предварительного выбора, особого спроса.
7. Типы покупательского поведения.
8. Определение границ отделов и размещение товаров по статусу и роли в мерчандайзинговом процессе.
9. Виды торгово-технологического оборудования.
10. Правила размещения оборудования в соответствии с технологиями мерчандайзинга.
11. Выкладка товара: понятие, виды, способы.
12. Основные способы возбуждения интереса к товарам за счет выкладки.
13. Выкладка на стеллажах.
14. Товарная категория: понятие, признаки.
15. Принципы совместного размещения товаров.
16. Правила сочетания товаров в категории.
17. Сезонный мерчандайзинг: торговля в летнее, осеннее, зимнее и весеннее время.
18. Основные этапы процесса принятия решений о покупке.
19. Участники мерчандайзинга. Требования к профессиональной компетенции мерчандайзера
20. Поведение потребителя в процессе принятия решения о покупке.
21. Типы процессов принятия решения о покупке.
22. Модель мотивированных действий «Фишбейна и Айзена» и модель повторной покупки «Эренберга и Гудхарта».

Раздел 3. Психология и этика профессиональной деятельности

1. Знакомство с учением Аристотеля об этике, социалистической моралью, этическими учениями эпохи возрождения.
2. Подбор примеров этического поведения работника торговли.
3. Изучение типов и характеров покупателей.
4. Изучение культуры речи торгового работника.
5. Основные составляющие профессионального поведения.
6. Требования к внешнему виду работника прилавка.
7. Культура речи продавца.
8. Поведение продавца торгового предприятия на рабочем месте.
9. Изучение принципов фирменного торгового обслуживания.
10. Соотношение мотивов покупок в теории с мотивами, реально существующими в данном торговом предприятии.
11. Анализ привлекательности товарного отдела в торговом зале магазина.
12. Понятие этикета и история его развития.
13. Правила этикета.
14. Деловой протокол.
15. Искусство самопрезентации: понятие и техника.
16. Теоретические предпосылки развития этики и психологии делового общения.
17. Познавательные процессы в деятельности профессионала.
18. Общение и речь.
19. Творчество в профессиональной деятельности.
20. Волевые свойства личности профессионала.
21. Способности к определенным видам деятельности.
22. Общая модель рефлексии по Д. Холмсу.
23. Эффект ореола и стереотипизации в формировании первого впечатления.

24. Диагностика отношений партнера по общению при помощи невербальных знаков поведения.
25. Ошибки восприятия человека человеком в общении.
26. Приемы активизации деятельности участников совещания.
27. Психологические различия между «Я-высказыванием» и «Ты-высказыванием» в напряженных ситуациях.

4. Особенности проведения экзамена квалификационного для граждан с ограниченными возможностями здоровья:

допускается присутствие в аудитории ассистента, оказывающего поступающим необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, общаться с экзаменатором).