

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Гриб Владислав Валерьевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 01.07.2026 16:26:12

Уникальный программный ключ:

637517d24e103c3db032acf37e839d98ec1c5bb2f5eb89c29abfcd7f43985447



**Образовательное частное учреждение высшего образования
«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»**

(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

**ФАКУЛЬТЕТ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ (МЕЖДУНАРОДНЫЙ
ДИПЛОМАТИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ)**

УТВЕРЖДАЮ

Директор Международного
дипломатического колледжа

_____ Н.И. Платонова

«16» февраля 2026г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
по учебной дисциплине**

**ТОВАРОВЕДЕНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКСПЕРТИЗЫ КАЧЕСТВА
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ**

**Специальность
38.02.08 Торговое дело**

**Квалификация выпускника:
Специалист торгового дела**

на базе среднего общего образования

Форма обучения: очная

Москва

Фонд оценочных средств для дисциплины «Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров». Специальность 38.02.08 Торговое дело /– М.: ИМПЭ им. А. С. Грибоедова.

Фонд оценочных средств является неотъемлемой частью рабочей программы дисциплины.

Организация-разработчик:

Образовательное частное учреждение высшего
образования «Московский университет имени А. С.
Грибоедова»

Директор Международного
дипломатического колледжа _____ /Н.И. Платонова

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Вопросы для подготовки к промежуточной аттестации

МДК 02.01 Основы товароведения.

1. Предмет, цели и задачи, объекты и субъекты товароведения.
2. Основные принципы товароведения.
3. Характеристики товаров: ассортиментные, количественные, качественные и стоимостные.
4. Формирование товароведных характеристик товара на протяжении жизненного цикла продукции.
5. Основные понятия в области классификации и кодирования товаров.
6. Преимущества и недостатки иерархического и фасетного методов классификации.
7. Особенности товароведной классификации товаров.
8. Понятие кодирования товаров - цели, правила, методы. Классификаторы: понятие, классификация, назначение.
9. Современные тенденции кодирования товаров
10. Понятия качества. Актуальность проблемы качества товаров.
11. Основные требования к качеству товаров.
12. Товарный и природный сортаменты. Градации качества.
13. Классификация потребительских свойств и показателей качества товаров.
14. Свойства товаров и их природа. Перечень потребительских свойств товаров.
15. Физические, химические, биологические и смешанные свойства потребительских товаров.
16. Факторы, которые обеспечивают качество товаров.
17. Факторы, которые формируют качество товаров: изучение рынка товаров, разработка требований к товарам, качество исходного сырья и материалов, качество конструирования и проектирования, качество изготовления, контроль готовой продукции.
18. Факторы, которые сохраняют качество товаров: упаковка и маркировка, товарная обработка, условия хранения, транспортирования, реализации и использование товаров, техническая помощь в обслуживании.
19. Товарные потери: понятие товарных потерь и факторы, влияющие на их величину, виды, методика расчетов нормируемых товарных потерь продовольственных товаров, мероприятия по предупреждению и снижению потерь товара.
20. Виды и формы товарной информации, их назначение, отличительные особенности.
21. Основные требования к товарной информации.
22. Нормативная база товарной информации.
23. Понятие маркировки: назначение, виды, носители, структура, краткая характеристика.
24. Понятие и классификация информационных знаков.
25. Краткая характеристика, назначение, символика информационных знаков разных групп.

Вопросы для подготовки к промежуточной аттестации

МДК 02.02 Товароведение потребительских товаров

1. Теоретические основы товароведения продовольственных товаров: классификация продтоваров, химический состав.
2. Потребительские свойства и показатели качества, факторы, формирующие и сохраняющие качество продтоваров.
3. Товароведение зерномучных товаров: классификация ассортимента, особенности строения зерна, химический состав, потребительские свойства и показатели качества, основные этапы производства, сроки и условия хранения, транспортирования и особенности маркировки зерномучных товаров.
4. Товароведение свежих и переработанных плодов, овощей и грибов: особенности свежих плодов и овощей как объекта товародвижения, классификация ассортимента, требования к качеству, условиям и срокам хранения, способы консервирования плодоовощной продукции.
5. Товароведение вкусовых товаров: классификация ассортимента, химический состав, потребительские свойства и показатели качества, характеристика основных подгрупп, условия и сроки хранения и особенности маркировки вкусовых товаров.
6. Товароведение кондитерских товаров: классификация ассортимента и пищевая ценность, особенности химического состава сахаристых и мучных кондитерских изделий, потребительские свойства и показатели качества, основные этапы производства
7. Товароведение крахмала, сахара и меда: товароведная характеристика крахмала, сахара и меда, сроки и условия хранения, транспортирования и особенности маркировки.
8. Товароведение пищевых жиров: общие сведения о пищевых жирах, особенности химического состава пищевых жиров растительного и животного происхождения, классификация ассортимента, технологии производства, условия и сроки хранения и требования к маркировке.
9. Товароведение молока и молочных товаров: классификация ассортимента и пищевая ценность, химический состав, основные потребительские свойства и показатели качества, основные этапы производства, товароведная характеристика молока и молочных товаров, условия и сроки хранения, требования к маркировке.
10. Товароведение мяса мясных и яичных товаров: классификация ассортимента, химический состав, потребительские свойства и показатели качества, товароведная характеристика основных подгрупп, условия и сроки хранения и особенности маркировки мясных и яичных товаров.
11. Товароведение рыбы и рыбных товаров: основные промысловые семейства рыб, классификация ассортимента и пищевая ценность рыб и нерыбных гидробионтов, химический состав, основные потребительские свойства и показатели качества, основные этапы производства, товароведная характеристика молока и молочных товаров, условия и сроки хранения, требования к маркировке.
12. Теоретические основы товароведения непродовольственных товаров: однородные группы непродовольственных товаров, качество и потребительские свойства, факторы, формирующие и сохраняющие качество непродовольственных товаров, особенности хранения, транспортирования, упаковки и маркировки.
13. Товароведение текстильных товаров: классификация ассортимента текстильных

волокон, нитей, пряжи и текстильных материалов, основные ткацкие плетения, способы отделки и колористического оформления тканей, классификация их ассортимента.

14. Товароведение швейно-трикотажных товаров: факторы, влияющие на качество, классификация ассортимента, контроль качества и определение сорта, маркировка, упаковка и хранение, особенности строения и свойства трикотажных полотен.

15. Товароведение обувных товаров: натуральные, синтетические и искусственные материалы для производства обуви, характеристика ассортимента кожаной и резиновой обуви, контроль качества и определение сортности, особенности хранения, транспортирования, упаковки и маркировки.

16. Товароведение пушно-меховых и овчинно-шубных товаров: классификация и строение пушно-мехового сырья, основные процессы производства, классификация ассортимента, условия хранения, транспортирования, упаковки и маркировки.

17. Товароведение хозяйственных товаров из пластмасс: общие сведения о пластических массах, классификация полимеров и пластмасс, ассортимент бытовых изделий из пластмасс, требования к качеству, особенности маркировки, условия хранения.

18. Товароведение товаров бытовой химии: классификация основных подгрупп, требования к качеству и безопасности, маркировка, транспортирование и хранение.

19. Товароведение стеклянных и керамических бытовых товаров: особенности производства, обработка и декорирование, классификация ассортимента, потребительские свойства, оценка качества и определение сортности, особенности хранения, транспортирования, упаковки и маркировки.

20. Товароведение парфюмерно-косметических товаров: классификация, основные потребительские свойства, особенности технологии производства, сырье, используемое для изготовления парфюмерно-косметическим товаров, основные потребительские свойства и показатели качества, условия хранения, транспортирования, упаковки и Товароведение мебельных товаров: классификация, материалы для производства мебели (конструкционные, облицовочные, настилочные и т.д.), основные этапы производство, особенности производства мягкой мебели, условия хранения, транспортирования, упаковки и маркировки.

21. Товароведение бытовых электротехнических товаров: характеристика и классификация основных подгрупп, потребительские свойства, требования, в т.ч. безопасности, особенности хранения, транспортирования, упаковки и маркировки.

22. Товароведение галантерейных товаров: классификация и товароведная характеристика основных подгрупп, потребительские свойства и требования к качеству, условия хранения, транспортирования, упаковки и маркировки.

23. Товароведение ювелирных товаров: характеристика ассортимента металлов и сплавов, используемых для производства ювелирных изделий, пробирование и клеймение изделий из сплавов драгоценных (благородных) металлов, характеристика ассортимента ювелирных вставок, виды обработки и огранки, классификация ассортимента ювелирных изделий.

24. Товароведение радиоэлектронных товаров: классификация ассортимента основных подгрупп, товароведная характеристика бытовой аудио- и видеотехники, основные потребительские свойств и требования, в т.ч. безопасности, особенности хранения, транспортирования, упаковки и маркировки.

25. Товароведение спортивных и рыболовных товаров: классификация ассортимента основных подгрупп, потребительские свойства и требования, в т.ч. безопасности, особенности хранения, транспортирования, упаковки и маркировки.

26. Товароведение транспортных средств личного пользования: классификация и товароведная характеристика основных подгрупп, потребительские свойства и требования к качеству, условия хранения, транспортирования, упаковки и маркировки.

27. Товароведение школьно-письменных, канцелярских товаров и игрушек: характеристика основных подгрупп, классификация и потребительские свойства, условия хранения, транспортирования, упаковки и маркировки.

28. Товароведение печатных изданий: потребительские свойства книг факторы их формирующие, требования к качеству, упаковка, маркировка, транспортирование и хранение печатных изданий.

29. Товароведение художественных товаров: понятие изделий народных художественных промыслов и сувениров, потребительские свойства, классификация и характеристика ассортимента, особенности производства, упаковка, маркировка, транспортирование и хранение.

Вопросы для подготовки к промежуточной аттестации

МДК 02.03 Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров

1. Основные понятия оценочной деятельности. Участники рынка оценочных услуг
2. Сущность оценочной деятельности в товароведении: понятие, цели и принципы, виды, особенности, методы.
3. Основные виды оценочной деятельности: идентификация, экспертиза, контроль качества, оценка качества, оценка уровня качества, сертификация, гигиеническая оценка, испытания и т. п.
4. Понятие фальсификации товаров.
5. Контроль качества: понятие контроля качества продукции. Количественные характеристики продукции.
6. Виды испытаний.
7. Правила отбора проб (выборок). Основные принципы отбора проб. Методы отбора проб (выборок).
8. Основы идентификации потребительских товаров: значение понятие, цель и принципы идентификации, характеристика идентификации товаров, ее видов.
9. Критерии, средства, показатели и методы идентификации.
10. Общий порядок проведения идентификации товаров
11. Роль идентификации в товароведной и экспертной деятельности: организация прослеживаемой продукции в сфере производства, роль идентификации при сертификации продукции, оценочной деятельности и контрольно-надзорных операциях
12. Фальсификация товаров: понятие, виды, способы, предупреждение и последствия фальсификации потребительских товаров
13. Особенности идентификации при выявлении фальсификации однородных групп продовольственных товаров

14. Особенности идентификации при выявлении фальсификации однородных групп непродовольственных товаров
15. Классификация и характеристика методов определения показателей качества: объективные и эвристические методы, преимущества и недостатки.
16. Разновидности измерительного метода.
17. Основные виды погрешностей измерений.
18. Органолептический метод: особенности, разновидности, порядок и процедура проведения, оценка с применением балловых шкал
19. Экспертный метод
20. Теоретические основы экспертизы потребительских товаров: предмет, цели и задачи организации экспертизы, основные понятия, принципы и виды, значение экспертизы в системе управления качеством.
21. Организация и процедура проведения товароведной экспертизы: порядок назначения и производства экспертиз, взятия проб и образцов товаров, документальное оформление работ по организации экспертизы.
22. Документальное оформление результатов экспертизы товаров: структура и содержание акта экспертизы.
23. Виды и подвиды товарной экспертизы: товароведная, санитарно-гигиеническая, ветеринарная, экологическая.
24. Нормативно-правовая база товароведной экспертизы: основные законодательные и нормативные документы, требования к экспертам,
25. Техническое регулирование и информационно-справочное обеспечение экспертизы, стандартизация как нормативная база экспертизы.

Вопросы для подготовки к промежуточной аттестации

МДК 02.04 Управление ассортиментом товаров

1. Теоретические основы управления ассортиментом: понятие ассортимента, классификация, свойства и показатели ассортимента, основные направления совершенствования ассортимента,
2. Факторы, влияющие на ассортимент потребительских товаров
3. Стратегии и тактика управления ассортиментом: основные виды конкурентных стратегий, позиционирование магазинов, сегментирование покупателей, выявление потребностей в товаре
4. Ассортиментная политика розничного магазина: основные понятия, факторы, влияющие на формирование и разработку ассортиментной политики
5. Анализ и улучшение ассортиментной политики
6. ABC-анализ: виды, суть метода, порядок проведения, преимущества и недостатки метода.
7. Методика стратификации множества элементов
8. XYZ-анализ: суть метода, порядок проведения, преимущества и недостатки метода.
9. Совмещенный ABC- и XYZ-анализ
10. Введение в категорийный менеджмент и его философия.
11. Концепция управления категориями товаров (СМ – Category Management).

12. Особенности внедрения и процесс категорийного менеджмента, его основные преимущества и недостатки.
13. Основные этапы перехода на категорийный менеджмент.
14. Специфика процесса управления в категорийном менеджменте.
15. Организационная концепция категорийного менеджмента.
16. Структурирование и выделение категорий в товарном ассортименте.
17. Формирование категорий в ассортименте.
18. Балансировка ассортимента по широте и глубине.
19. Распределение торговых площадей между категориями
20. Ассортиментная матрица магазина: суть, принципы, правила и этапы формирования

Вопросы для самостоятельной работы

МДК 01.01. Основы товароведения

1. Развитие товароведения как науки.
2. Основные задачи товароведения.
3. Товароведение в современных рыночных условиях.
4. Роль товароведения в международной торговле.
5. Современные методы товарной оценки.
6. Основные виды испытаний.
7. Научно-практические задачи, решаемые с помощью оценки уровня качества.
8. Современные методы изучения мнений потребителей.
9. Основные методы представления результатов оценки.
10. Качество, как фактор повышения конкурентоспособности продукции.
11. Значение экономических требований в формировании качества продукции в современных условиях.
12. Выбор стратегии качества на рынке потребительских товаров.
13. Режимы и виды переработки сельскохозяйственной продукции.
14. Значение упаковки в защите экологии.
15. Роль государства, как регулятора товарных потерь.
16. Модели эффективной структуры ассортимента торгового предприятия.
17. Товарные знаки и оптимизация ассортимента.
18. Этапы развития теории управления ассортиментом.
19. Особенности управления ассортиментом промышленного предприятия в современных условиях.
20. Сравнительный анализ ассортиментной политики монобрендовых и мультибрендовых торговых организаций.
21. Анализ методов классификации товаров.
22. Значение классификации в торгово-оперативной деятельности в условиях рынка.
23. Значение классификации для международной торговли в современных условиях.
24. Этапы развития штрихового кодирования.
25. Сравнительный анализ методик кодирования.
26. Роль информации о товарах в условиях глобальной экономики на современном этапе.
27. Значение маркировки в экспортных и импортных операциях в современных условиях.

28. Понятие грузовой маркировки: цели, задачи, содержание.
29. Роль маркировки в обеспечении безопасности товаров в современных условиях.
30. Функции и понятие товарного знака.
31. Защита прав потребителей и безопасность.
32. Анализ изменений в законе «О защите прав потребителей».

Вопросы для самостоятельной работы

МДК 02.02.Товароведение потребительских товаров

1. Современное состояние обувного производства.
2. История развития кожгалантерейных изделий XX века.
3. Обувь разных времен и особенности их изготовления.
4. История головных уборов различных народов и эпох.
5. История развития кожевенного и мехового производства в России.
6. Влияние различных методов дубления на свойства натуральных кож.
7. Классификация дефектов при производстве обуви.
8. Требования к изготовлению изделий из меха.
9. Современные методы раскроя меховых шкурок.
10. Модные тенденции в обуви.
11. Новое в технологии отделки меха
12. Новое в технологии отделки кожи
13. Современные способы обработки меха
14. Способы литья (барельефное литье, объемное литье, кокильное литье)
15. Способы защиты поверхности металл хозяйственных изделий
16. Применение различных видов стали. Маркировка стали
17. Современные методы производства стали
18. Основы литейного производства
19. История развития трикотажных изделий
20. История развития текстиля
21. Модные тенденции в трикотаже
22. Современное царство текстиля
23. Современные методы обработки текстильных волокон различного происхождения
24. Использование текстильных и трикотажных полотен в производстве спортивной одежды
25. Современные технологии выработки стеклоизделий
26. Современные методы декорирования стеклоизделий
27. Современные методы декорирования керамических изделий
28. Современные материалы, используемые при производстве мебели
29. Пищевая ценность бобовых и злаковых круп.

Вопросы для самостоятельной работы

МДК 02.03.Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров

1. Объекты товароведного исследования
2. Понятие качество товаров.

3. Количественное и качественное определение химического состава продуктов.
4. Физические и физико-химические методы исследования качества.
5. Микробиологический метод исследования качества товаров.
6. Роль микробиологических методов исследования пищевых продуктов.
7. Роль физических и физико-химических методов исследования качества пищевых продуктов.
8. Методы определения пищевой безвредности продуктов.
9. Использование химических методов исследования в торговой практике при контроле качества пищевых продуктов на их натуральность, доброкачественность и соответствие стандартам.
10. Самый распространенный вид органолептической оценки качества продуктов
11. Балльная система оценки качества товара.
12. Сущность балльная система оценки качества.
13. Важнейшие качественные признаки продукта.
14. Сущность оценки качества продуктов определенным количеством баллов.
15. Решающее значение органолептической оценки при определении качества пищевых продуктов.
16. Преимущества органолептической оценки качества.
17. Важнейшие показатели качества продуктов.
18. Влияние температуры на вкусовую чувствительность.
19. Орган обоняния человека и его чувствительности.
20. Влияние температуры окружающей среды на интенсивность запаха.
21. Значение вкуса, обоняния, зрения и осязания показатели качества при дегустации товара.
22. Качество продовольственных товаров.
23. Классификация продовольственных товаров в зависимости от сохраняемости.
24. Деление продовольственных товаров на пригодные к длительному хранению и скоро-портящиеся.

Вопросы для самостоятельной работы

МДК 02.04. Управление ассортиментом

1. Общие сведения об ассортименте товаров.
2. Необходимость расширения и обновления ассортимента товаров в современных условиях.
3. Факторы, вызывающие изменение потребительских свойств товаров.
4. Упаковка: классификация, виды.
5. Требования к таре, упаковочным материалам.
6. Хранение. Классификация товаров по срокам хранения.
7. Срок годности, срок службы, срок реализации, гарантийный срок.
8. Режимы хранения товаров
9. Правила и принципы размещения товаров в хранилищах
10. Методы хранения товаров в зависимости от климатического режима
11. Методы хранения, основанные на разных способах размещения
12. Основные принципы хранения
13. Длительность хранения товаров

Тестовые задания

МДК 01.01. Основы товароведения

1. Количество товарных линий – это:
А) длина товарной номенклатуры;
Б) ширина товарной номенклатуры;
В) глубина товарной номенклатуры.
2. Что является мерой потребительской стоимости:
А) качество;
Б) требование к товарам;
В) процент удовлетворения.
3. Фактор, влияющий на формирование качества товара:
А) изучение рынка труда;
Б) эффективность производства;
В) особенности управления и ценообразования.
4. Фактор, стимулирующий качество товаров:
А) материальная заинтересованность работников;
Б) контроль готовой продукции;
В) разработка требований к товарам.
5. Фактор, способствующий сохранению качества товаров:
А) качество проектирования и конструирования;
Б) санкции за производство некачественной продукции;
В) условия транспортирования.
6. На сколько групп можно подразделить факторы, обеспечивающие качество товаров:
А) 3;
Б) 5;
В) 4.
7. Совокупность потребительских свойств товара – это:
А) Качественная характеристика товара;
Б) Качество пищевых продуктов;
В) Качество товаров.
8. Показатель качества – это:
А) Количественное и качественное выражение свойств продукции (или товара);
Б) Комплекс особенностей, проявляющихся в совокупности;
В) Объективная особенность продукции (или товара), проявляющаяся при ее создании, оценке, хранении и потреблении.
9. Свойства товара, обуславливающие его полезность в процессе эксплуатации и потребления, называются:
А) потребительскими свойствами;

- Б) свойствами назначения;
- В) функциональными свойствами.

10. Система чувств человека называется:

- А) органолептической;
- Б) сенсорной;
- В) психофизической.

11. По месту нахождения ассортимент потребительских товаров делится на:

- А) группы;
- Б) подгруппы;
- В) виды;
- Г) разновидности.

12. Набор товаров, формируемый организацией торговли или предприятиями общественного питания с учетом ее специализации, потребительского спроса и материально - технической базы, это:

- А) промышленный ассортимент;
- Б) торговый ассортимент;
- В) простой ассортимент;
- Г) развёрнутый ассортимент.

13. Набор товаров, удовлетворяющий реальные потребности с максимально полезным эффектом потребителей, это:

- А) рациональный ассортимент;
- Б) сложный ассортимент;
- В) оптимальный ассортимент;
- Г) устойчивый ассортимент.

14. Набор товаров, который должен будет удовлетворять предполагаемые потребности, это:

- А) оптимальный ассортимент; Б) простой ассортимент;
- В) промышленный ассортимент; Г) прогнозируемый ассортимент.

15. Способность набора товаров удовлетворять изменившиеся потребности за счет новых потребностей называется:

- А) новизной ассортимента;
- Б) устойчивостью ассортимента;
- В) полнотой ассортимента;
- Г) широтой ассортимента.

Таблица с правильными ответами

Номер	Ответ	Номер	Ответ	Номер	Ответ
1	Б	5	А	11	А
2	А	7	В	12	Б
3	Б	8	А	13	В
4	А	9	А	14	Г
5	В	10	А,Б	15	А

Шкала оценивания тестовых заданий

Данный вид контроля, рассчитан на выявление уровня усвоения теоретического и практического материала в рамках изучения дисциплин

Критерии оценивания теста: 1 вопрос=1 балл

Оценка «5»	13-15 Баллов
Оценка «4»	10-12 Баллов
Оценка «3»	8-9 Баллов
Оценка «2»	0-7 Баллов

МДК 02.02.Товароведение потребительских товаров

1. Способность набора товаров удовлетворять изменившиеся потребности за счет новых потребностей называется:

- А) новизной ассортимента;
- Б) устойчивостью ассортимента;
- В) полнотой ассортимента;
- Г) широтой ассортимента.

2. Способность набора товаров удовлетворять спрос на одни и те же товары называется:

- А) новизной ассортимента;
- Б) устойчивостью ассортимента;
- В) полнотой ассортимента;
- Г) широтой ассортимента.

3. Способность набора товаров наиболее полно удовлетворять реально обоснованные потребности разных сегментов потребителей называется:

- А) новизной ассортимента;
- Б) устойчивостью ассортимента;
- В) полнотой ассортимента;
- Г) рациональностью ассортимента.

4. Количество видов, наименований и разновидностей товаров однородных и разнородных групп, это:

- А) новизна ассортимента;
- Б) устойчивость ассортимента;
- В) полнота ассортимента;
- Г) широта ассортимента.

5. Совокупность свойств и характеристик продукции или услуги, которые придают им способность удовлетворять обусловленные и предполагаемые потребности называется:

- А) свойством продукции;
- Б) качеством продукции;
- В) ассортиментом продукции.

6. Биологическая ценность продуктов обусловлена содержанием:

- А) жиров и углеводов;
- Б) клетчатки и молочной кислоты;
- В) белков, витаминов и минеральных веществ;
- Г) наличием вкуса и запаха;
- Д) наличием консервантов и красителей.

7. Органолептическая ценность продуктов обусловлена содержанием:

- А) жиров и углеводов;
- Б) клетчатки и молочной кислоты;
- В) белков, витаминов и минеральных веществ;
- Г) наличием вкуса и запаха;
- Д) наличием консервантов и красителей.

8. На усвояемость пищи не влияет:

- А) химический состав
- Б) профессия человека
- В) температура подачи
- Г) способ приготовления
- Д) органолептические характеристики.

9. Энергетическая ценность продуктов обусловлена содержанием:

- А) жиров и углеводов;
- Б) клетчатки и молочной кислоты;
- В) белков, витаминов и минеральных веществ;
- Г) наличием вкуса и запаха;
- Д) наличием консервантов и красителей.

10. Физиологическая ценность продуктов обусловлена содержанием:

- А) жиров и углеводов;
- Б) клетчатки и молочной кислоты;
- В) белков, витаминов и минеральных веществ;
- Г) наличием вкуса и запаха;

Д) наличием консервантов и красителей.

11. Отсутствие недопустимого риска, связанного с возможностью нанесения ущерба здоровью (жизни) человека называется:

- А) физиологической ценностью;
- Б) энергетической ценностью;
- В) биологической ценностью;
- Г) безопасностью.

12. Масса продукта определяется:

- А) лабораторным способом;
- Б) органолептическим способом;
- В) микробиологическим способом.

13. Вкус и запах продукта определяется:

- А) лабораторным способом;
- Б) органолептическим способом;
- В) микробиологическим способом.

14. Содержание микроорганизмов и токсинов в продукте определяется:

- А) лабораторным способом;
- Б) органолептическим способом;
- В) микробиологическим способом.

15. Показатель, сочетающий в себе органолептическую ценность (цвет, вкус, аромат и др.) и безопасность (безвредность), называется:

- А) физиологической ценностью;
- Б) энергетической ценностью;
- В) биологической ценностью;
- Г) безопасностью;
- Д) доброкачественностью.

Таблица с ответами

Номер	Ответ	Номер	Ответ	Номер	Ответ
1	А	6	В	11	Г
2	Б	7	Г	12	А
3	Г	8	Б	13	Б
4	Г	9	В	14	В
5	Б	10	Б	15	Д

Шкала оценивания тестовых заданий

Данный вид контроля, рассчитан на выявление уровня усвоения теоретического и практического материала в рамках изучения дисциплин

Критерии оценивания теста: 1 вопрос=1 балл

Оценка «5»	13-15 Баллов
Оценка «4»	10-12 Баллов
Оценка «3»	8-9 Баллов
Оценка «2»	0-7 Баллов

МДК 02.03.Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров

1. Какой из терминов определяется, как совокупность свойств продукции, обуславливающая её пригодность удовлетворять определённые потребности в соответствии с назначением:

- А) свойство;
- Б) качество;
- В) категория.

2. Для того чтобы полно удовлетворять потребности, необходимо на стадии разработки сформулировать:

- А) качество;
- Б) ассортимент;
- В) требование к товарам.

3. Такие факторы как: условия хранения, условия реализации, тех. помощь в обслуживании относятся к:

- А) факторам, стимулирующим качество товаров;
- Б) факторам, способствующим сохранению качества товаров;
- В) факторам, обеспечивающим качество товаров.

4. Управление качеством может осуществляться через:

- А) стимулирование, контроль готовой продукции, качество изготовления;
- Б) формирование, сохранение и маркировка;
- В) формирование, стимулирование и сохранение.

5. Какой термин тесно связан с требованиями:

- А) условия;
- Б) качество;
- В) свойства.

6. Какого цвета ставят клеймо на изделиях из керамики 2-го сорта:

- А) синего;
- Б) зеленого;
- В) красного.

7. Продукция может быть:

- А) существенной;
- Б) нематериальной, материальной;

В) оптовой.

8. Товары как объекты товароведной деятельности не имеют среди основополагающих характеристик:

- А) качественную;
- Б) количественную;
- В) субъективную.

9. К принципам товароведения относятся:

- А) технологичность;
- Б) безопасность, эффективность;
- В) экономичность.

10. Принцип товароведения, определяемый пригодностью товаров, процессов или услуг к совместному использованию, не вызывающему нежелательных взаимодействий называется:

- А) эффективность;
- Б) безопасность;
- В) совместимость.

11. Иерархический метод – это такой метод классификации, при котором:

- А) товары распределяются по независимым друг от друга признакам;
- Б) группировки вышестоящего уровня выделяются по основаниям более существенным, чем группировки нижестоящего уровня;
- В) товары распределяются по схожим признакам.

12. Фасетный метод – это такой метод классификации, при котором:

- А) товары распределяются по независимым друг от друга признакам;
- Б) товары распределяются по схожим признакам;
- В) группировки вышестоящего уровня выделяются по основаниям более существенным, чем группировки нижестоящего уровня.

13. Что такое разряд кода:

- А) количество пробелов в коде;
- Б) длина кода;
- В) позиция знака в коде.

14. Иерархическому методу классификации соответствует метод кодирования:

- А) последовательный;
- Б) порядковый;
- В) параллельный.

15. Фасетному методу классификации соответствует метод кодирования:

- А) порядковый;
- Б) параллельный;
- В) серийный.

Таблица с ответами

Номер	Ответ	Номер	Ответ	Номер	Ответ
1	Б	6	А	11	Б
2	В	7	Б	12	А
3	Б	8	В	13	В
4	В	9	Б	14	А
5	Б	10	В	15	Б

Шкала оценивания тестовых заданий

Данный вид контроля, рассчитан на выявление уровня усвоения теоретического и практического материала в рамках изучения дисциплин

Критерии оценивания теста: 1 вопрос=1 балл

Оценка «5»	13-15 Баллов
Оценка «4»	10-12 Баллов
Оценка «3»	8-9 Баллов
Оценка «2»	0-7 Баллов

МДК 02.04.Управление ассортиментом

1. Фактор, способствующий сохранению качества товаров:

- А) качество проектирования и конструирования;
- Б) санкции за производство некачественной продукции;
- В) условия транспортирования.

2. На сколько групп можно подразделить факторы, обеспечивающие качество товаров:

- А) 3;
- Б) 5;
- В) 4.

3. Совокупность потребительских свойств товара – это:

- А) Качественная характеристика товара;
- Б) Качество пищевых продуктов;
- В) Качество товаров.

4. Показатель качества – это:

- А) Количественное и качественное выражение свойств продукции (или товара);
- Б) Комплекс особенностей, проявляющихся в совокупности;
- В) Объективная особенность продукции (или товара), проявляющаяся при ее создании, оценке, хранении и потреблении.

5. Свойства товара, обуславливающие его полезность в процессе эксплуатации и потребления, называются:

- А) потребительскими свойствами;

- Б) свойствами назначения;
- В) функциональными свойствами.

6. Система чувств человека называется:

- А) органолептической;
- Б) сенсорной;
- В) психофизической.

7. По месту нахождения ассортимент потребительских товаров делится на:

- А) группы;
- Б) подгруппы;
- В) виды;
- Г) разновидности.

8. Набор товаров, формируемый организацией торговли или предприятиями общественного питания с учетом ее специализации, потребительского спроса и материально - технической базы, это:

- А) промышленный ассортимент;
- Б) торговый ассортимент;
- В) простой ассортимент;
- Г) развёрнутый ассортимент.

9. Набор товаров, удовлетворяющий реальные потребности с максимально полезным эффектом потребителей, это:

- А) рациональный ассортимент;
- Б) сложный ассортимент;
- В) оптимальный ассортимент;
- Г) устойчивый ассортимент.

10. Набор товаров, который должен будет удовлетворять предполагаемые потребности, это:

- А) оптимальный ассортимент;
- Б) простой ассортимент;
- В) промышленный ассортимент;
- Г) прогнозируемый ассортимент.

11. Способность набора товаров удовлетворять изменившиеся потребности за счет новых потребностей называется:

- А) новизной ассортимента;
- Б) устойчивостью ассортимента;
- В) полнотой ассортимента;
- Г) широтой ассортимента.

12. Способность набора товаров удовлетворять спрос на одни и те же товары

называется:

- А) новизной ассортимента;
- Б) устойчивостью ассортимента;
- В) полнотой ассортимента;
- Г) широтой ассортимента.

13. Способность набора товаров наиболее полно удовлетворять реально обоснованные потребности разных сегментов потребителей называется:

- А) новизной ассортимента;
- Б) устойчивостью ассортимента;
- В) полнотой ассортимента;
- Г) рациональностью ассортимента.

14. Количество видов, наименований и разновидностей товаров однородных и разнородных групп, это:

- А) новизна ассортимента;
- Б) устойчивость ассортимента;
- В) полнота ассортимента;
- Г) широта ассортимента.

15. Совокупность свойств и характеристик продукции или услуги, которые придают им способность удовлетворять обусловленные и предполагаемые потребности называется:

- А) свойством продукции;
- Б) качеством продукции;
- В) ассортиментом продукции.

Таблица с ответами

Номер	Ответ	Номер	Ответ	Номер	Ответ
1	В	6	А, Б	11	А
2	А	7	А	12	Б
3	В	8	Б	13	Г
4	А	9	В	14	Г
5	А	10	Г	15	Б

Шкала оценивания тестовых заданий

Данный вид контроля, рассчитан на выявление уровня усвоения теоретического и практического материала в рамках изучения дисциплин

Критерии оценивания теста: 1 вопрос=1 балл

Оценка «5»	13-15 Баллов
Оценка «4»	10-12 Баллов
Оценка «3»	8-9 Баллов
Оценка «2»	0-7 Баллов