

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Забелин Алексей Григорьевич

Должность: Ректор

Дата подписания: 15.02.2025 10:22:44

Уникальный программный ключ:

672b4df4e1ca50b0f66ad5b6309d064a94afcfdcb652d927620ac07f8fdabb79

**АККРЕДИТОВАННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ЮРИДИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
МФЮА»**

КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

ДИАГНОСТИЧЕСКОЙ РАБОТЫ

**по специальности
38.02.08 Торговое дело**

**направленность программы
Специалист торгового дела**

Период формирования компетенции | 3курс, 2 семестр

Код и наименование проверяемой компетенции
ПК 1.2 Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта.
ПК 1.6 Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий
ПК. 2.1. Осуществлять кодирование товаров, в том числе с применением цифровых технологий.
ПК. 2.2. Идентифицировать ассортиментную принадлежность потребительских товаров.
ПК 2.3. Создавать условия для сохранности количественных и качественных характеристик товара в соответствии с требованиями действующих санитарных правил на разных этапах товародвижения.
ПК 2.4. Выполнять операции по оценке качества и организации экспертизы потребительских товаров.
ПК 3.1 Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий
ПК 3.2 Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров;
ПК 3.3 Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов
ПК 3.4 Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж;
ПК 3.5 Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса
ПК 3.6 Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов
ПК 3.7 Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.
ПК 3.8 Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий

СОДЕРЖАНИЕ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА	3
1. СПЕЦИФИКАЦИЯ	
1.1. Назначение комплекта оценочных материалов.....	
1.2. Общее количество тестовых заданий.....	
1.3. Распределение тестовых заданий по уровням сложности	4
2. ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ	12
ПК 1.2 Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта.	
ПК 1.6 Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий	
ПК. 2.1. Осуществлять кодирование товаров, в том числе с применением цифровых технологий.	
ПК. 2.2. Идентифицировать ассортиментную принадлежность потребительских товаров.	
ПК 2.3. Создавать условия для сохранности количественных и качественных характеристик товара в соответствии с требованиями действующих санитарных правил на разных этапах товародвижения.	
ПК 2.4. Выполнять операции по оценке качества и организации экспертизы потребительских товаров.	
ПК 3.1 Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий	
ПК 3.2 Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров;	
ПК 3.3 Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов	
ПК 3.4 Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж;	
ПК 3.5 Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса	
ПК 3.6 Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов	
ПК 3.7 Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.	
ПК 3.8 Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий	

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Диагностическая работа проводится для целей государственной аккредитации образовательной деятельности (показатель АП₃).

Наименование показателя АП ₃	Значение показателя	Количество баллов
Доля обучающихся, выполнивших 70% и более заданий диагностической работы в ходе оценивания достижения обучающимися результатов обучения по соответствующей образовательной программе среднего профессионального образования, в общем количестве обучающихся, выполнявших диагностическую работу, - АП ₃	65% и более	20
	50% - 64%	10
	Менее 50%	0

Значение показателя АП₃ устанавливается по результатам выполнения обучающимися диагностической работы.

Показатель АП₅ рассчитывается по ниже приведенной формуле:

$$АП_3 = \frac{a_3}{b_3} \times 100, \text{ где}$$

a_3 – количество обучающихся, выполнивших 70% и более заданий диагностической работы

b_3 – общее количество обучающихся, выполнивших диагностическую работу.

Полученное при расчете дробное значение показателя АП₃ округляется до целого числа.

Установленное при расчете показателя АП₃ значение сопоставляется с критериальным значением и определяется количество баллов по данному показателю.

Требования к оценочным материалам (тестам) по компетенциям:

1. При формировании тестов учитывается уровни сложности и отведенное время на прохождение процедуры – 2 ак. часа:

Количество вопросов в тесте по компетенции должно составлять не менее 40. Отбирают задания для не менее 2-х вариантов диагностической работы (по 20 заданий), которые оценивают сформированность выбранных компетенций, используя оценочные материалы образовательной организации, т.е. за 2 ак. часа обучающийся должен успеть ответить на 16-20 заданий, при этом задания не должны быть слишком легкими.

2. Допустимые тестовые задания:

Закрытые

- задания на установление соответствия,
- задания на установление последовательности

Открытые

- задания с развернутым ответом

Комбинированные

- задания с выбором одного ответа и обоснованием выбора,
- задания с выбором нескольких ответов и обоснованием выбора

1.СПЕЦИФИКАЦИЯ

1.1. Назначение комплекта оценочных материалов (матрица компетенций)

Таблица 1.

Наименование ОПОП	38.02.08 Торговое дело
Период освоения компетенций	3 курс, 2 семестр
Нормативное основание отбора содержания	ФГОС-5

Таблица 2. Матрица компетенций

Дисциплины, МДК, ПМ		форма ПА		ОК									ПК														
Код	Наименование	Э	ДЗ	ОК 01	ОК 02	ОК 03	ОК 04	ОК 05	ОК 06	ОК 07	ОК 08	ОК 09	ПК 1.2	ПК 1.6	ПК 2.1	ПК 2.2	ПК 2.3	ПК 2.4	ПК 3.1	ПК 3.2	ПК 3.3	ПК 3.4	ПК 3.5	ПК 3.6	ПК 3.7	ПК 3.8	
ОПЦ.04	Автоматизация торгово-технологических процессов		6	ОК 01	ОК 02			ОК 05		ОК 07		ОК 09	ПК 1.2	ПК 1.6													
МДК.02.02	Товароведение потребительских товаров	6		ОК 01	ОК 02	ОК 03	ОК 04	ОК 05		ОК 07		ОК 09			ПК 2.1	ПК 2.2	ПК 2.3										
МДК.02.03	Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров	6		ОК 01	ОК 02	ОК 03	ОК 04	ОК 05		ОК 07		ОК 09						ПК 2.4									
МДК.03.01	Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	6		ОК 01	ОК 02		ОК 04	ОК 05				ОК 09							ПК 3.1	ПК 3.2	ПК 3.3	ПК 3.4	ПК 3.5	ПК 3.6	ПК 3.7	ПК 3.8	

1.2. Общее количество тестовых заданий

Таблица 3.

№ пп	Код и наименование проверяемой компетенции	Код и наименование дисциплины (практики), из которой были взяты задания		Индикаторы (формируемые знания и умения)	Количество тестовых заданий
1	ПК 1.2 Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта.	ОПЦ.04	Автоматизация торгово-технологических процессов	З. правовых норм оформления и заключения договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг; З. схем электронного документооборота У. создавать и вести информационную базу поставщиков и покупателей с применением технологий больших данных; У. обобщать полученную информацию, статистически ее обрабатывать и формулировать аналитические выводы, архивировать полученную информацию и обеспечивать ее безопасность;	12
2	ПК 1.6 Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий	ОПЦ.04	Автоматизация торгово-технологических процессов	З. организации торгово-технологических процессов в офлайн и онлайн торговле З. электронные платежные системы З. основы безопасности электронной коммерции У. осуществлять торгово-технологические процессы, в том числе, с использованием техники эффективных коммуникаций.	12
3	ПК. 2.1. Осуществлять кодирование товаров, в том числе с применением цифровых технологий.	МДК.02.02	Товароведение потребительских товаров	З.1 классификацию продовольственных и непродовольственных товаров; З.2 методы и способы кодирования потребительских товаров, в том числе с применением цифровых технологий; У.1 применять цифровые технологии кодирования потребительских товаров;	12
4	ПК. 2.2. Идентифицировать ассортиментную принадлежность потребительских товаров.	МДК.02.02	Товароведение потребительских товаров	З.3 обязательных требований к маркировке потребительских товаров З.4 основные понятия в сфере товароведения потребительских товаров; У.3 оценивать маркировку потребительских товаров на соответствие с	12

				требованиями технических регламентов и национальных стандартов;	
5	ПК 2.3. Создавать условия для сохранности количественных и качественных характеристик товара в соответствии с требованиями действующих санитарных правил на разных этапах товародвижения.	МДК.02.02	Товароведение потребительских товаров	3.7 факторы, формирующие и сохраняющие качество товаров; 3.8 условия хранения, транспортирования и реализации потребительских товаров; 3.9 дефекты потребительских товаров; товарных потерь и способы их сокращения; У.6 выявлять дефекты потребительских товаров при приемке, хранении и реализации;	12
6	ПК 2.4. Выполнять операции по оценке качества и организации экспертизы потребительских товаров.	МДК.02.03	Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров	3.22 основные способы фальсификации товаров У.9 проводить оценку качественных и количественных характеристик товаров по требованиям нормативно-технических документов; У.10 организовывать экспертизу потребительских товаров и оформлять ее результаты;	12
7	ПК 3.1 Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий	МДК.03.01	Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	3.1 методики выявления потребностей клиентов У.1 работать с различными источниками информации и использовать ее открытые источники для расширения клиентской базы и доступные информационные ресурсы организации У.2 вести и актуализировать базу данных клиентов	12
8	ПК 3.2 Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров;	МДК.03.01	Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	3.2 технику продаж и методику презентаций У.10 устанавливать контакт с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения	12
9	ПК 3.3 Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием	МДК.03.01	Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	3.6 стандарты менеджмента качества 3.8 специализированные программные продукты	12

	специализированных программных продуктов			У.11 использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним;	
10	ПК 3.4 Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж;	МДК.03.01	Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	3.11 методы анализа эффективности мероприятий по продвижению продукции У.9 планировать объемы собственных продаж	12
11	ПК 3.5 Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса	МДК.03.01	Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	3.9 методики позиционирования продукции организации на рынке 3.10 методы сегментирования рынка У.13 планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации;	12
12	ПК 3.6 Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов	МДК.03.01	Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	У.56 анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков У.56 обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков У.58 анализировать оборачиваемость складских остатков	12
13	ПК 3.7 Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.	МДК.03.01	Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	3.8 специализированные программные продукты У.8 использовать программные продукты У.44 обеспечивать наличие демонстрационной продукции	12
14	ПК 3.8 Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий	МДК.03.01	Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	3.15 Основы организации послепродажного обслуживания У.61 инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений У.60 разрабатывать план послепродажного сопровождения клиента	12
			ИТОГО		168

1.3. Распределение тестовых заданий по уровням сложности

Уровни сложности тестовых заданий:

базовый уровень (1-3 мин)

- воспроизведение фактического материала (терминология, факты, классификация, параметры, теории, принципы);
- задания с выбором ответа, комбинированные задания;

повышенный уровень (3-5 мин)

– применение знаний в типичной ситуации (решение типовых задач, сопоставление, сравнение, установление последовательности);

- комбинированные задания, задания с развернутым ответом;

высокий уровень (5-10 мин)

– оценка опыта деятельности, применение знаний в нестандартной ситуации (решение нетиповых задач, алгоритмы, доказательства, обоснования решений);

- задания на установление последовательности и соответствия, задания с развернутым ответом.

Таблица 3.

Код и наименование проверяемой компетенции / Код и наименование дисциплины, МДК, из которых были взяты задания		Распределение тестовых заданий по уровням сложности																			
		базовый уровень										повышенный уровень					высокий уровень				
		задания закрытого типа					задания комбинированного типа					задания закрытого типа					задания открытого типа				
		БЛОК А на установление соответствия					БЛОК Б с выбором одного или нескольких верных ответов с обоснованием выбора					БЛОК В на установление последовательности					БЛОК Г с развернутым ответом				
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
ПК 1.2. Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта.																					
ОПЦ.04	Автоматизация торгово- технологических процессов	1	2	3			4	5	6			7	8	9			10	11	12		

Код и наименование проверяемой компетенции / Код и наименование дисциплины, МДК, из которых были взяты задания		Распределение тестовых заданий по уровням сложности																			
		базовый уровень										повышенный уровень					высокий уровень				
		задания закрытого типа					задания комбинированного типа					задания закрытого типа					задания открытого типа				
		БЛОК А на установление соответствия					БЛОК Б с выбором одного или нескольких верных ответов с обоснованием выбора					БЛОК В на установление последовательности					БЛОК Г с развернутым ответом				
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
ПК 1.6 Организовывать выполнение торговых-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий																					
ОПЦ.04	Автоматизация торговых-технологических процессов	1	2	3		4	5	6			7	8	9			10	11	12			
ПК. 2.1. Осуществлять кодирование товаров, в том числе с применением цифровых технологий.																					
МДК.02.02	Товароведение потребительских товаров	1	2	3		4	5	6			7	8	9			10	11	12			
ПК. 2.2. Идентифицировать ассортиментную принадлежность потребительских товаров																					
МДК.02.02	Товароведение потребительских товаров	1	2	3		4	5	6			7	8	9			10	11	12			
ПК 2.3. Создавать условия для сохранности количественных и качественных характеристик товара в соответствии с требованиями действующих санитарных правил на разных этапах товародвижения.																					
МДК.02.02	Товароведение потребительских товаров	1	2	3		4	5	6			7	8	9			10	11	12			
ПК 2.4. Выполнять операции по оценке качества и организации экспертизы потребительских товаров.																					
МДК.02.03	Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров	1	2	3		4	5	6			7	8	9			10	11	12			
ПК 3.1 Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том																					

Код и наименование проверяемой компетенции / Код и наименование дисциплины, МДК, из которых были взяты задания		Распределение тестовых заданий по уровням сложности																			
		базовый уровень										повышенный уровень					высокий уровень				
		задания закрытого типа					задания комбинированного типа					задания закрытого типа					задания открытого типа				
		БЛОК А на установление соответствия					БЛОК Б с выбором одного или нескольких верных ответов с обоснованием выбора					БЛОК В на установление последовательности					БЛОК Г с развернутым ответом				
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
числе с использованием цифровых и информационных технологий																					
МДК.03.01	Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	1	2	3		4	5	6			7	8	9			10	11	12			
ПК 3.2 Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения предоговорной работы и продажи товаров;																					
МДК.03.01	Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	1	2	3		4	5	6			7	8	9			10	11	12			
ПК 3.3 Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов																					
МДК.03.01	Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	1	2	3		4	5	6			7	8	9			10	11	12			
ПК 3.4 Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж																					
МДК.03.01	Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	1	2	3		4	5	6			7	8	9			10	11	12			
ПК 3.5 Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса																					
МДК.03.01	Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	1	2	3		4	5	6			7	8	9			10	11	12			

Код и наименование проверяемой компетенции / Код и наименование дисциплины, МДК, из которых были взяты задания		Распределение тестовых заданий по уровням сложности																			
		базовый уровень										повышенный уровень					высокий уровень				
		задания закрытого типа					задания комбинированного типа					задания закрытого типа					задания открытого типа				
		БЛОК А на установление соответствия					БЛОК Б с выбором одного или нескольких верных ответов с обоснованием выбора					БЛОК В на установление последовательности					БЛОК Г с развернутым ответом				
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
ПК 3.6 Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов																					
МДК.03.01	Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	1	2	3			4	5	6			7	8	9			10	11	12		
ПК 3.7 Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.																					
МДК.03.01	Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	1	2	3			4	5	6			7	8	9			10	11	12		
ПК 3.8 Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий																					
МДК.03.01	Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	1	2	3			4	5	6			7	8	9			10	11	12		

2. ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

Тестовые задания распределены по блокам в соответствии с уровнем сложности. Каждый блок содержит текст задания, ключ к ответам и формируемые компетенции в соответствии с рабочей программой учебной дисциплины (МДК).

ПК 1.2 Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта.

БЛОК А – Задание закрытого типа на установление соответствия (базовый уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и установите соответствие

№	Текст задания	Ключ к ответам										
	ОПЦ.04 Автоматизация торгово-технологических процессов											
1	<p>Соотнесите электронные ресурсы торговой организации с понятием определения <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>электронные ресурсы торговой организации</th> <th>понятие определения</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> А. Электронные торговые площадки Б. Сертификат электронной подписи В. Единая информационная система </td> <td> 1. Электронные сайты позволяют осуществлять сделки купли-продажи между предприятиями, проводить электронные торги и размещать информацию о продуктах и услугах. 2. Интернет ресурс 3. Электронный документ, несущий информацию о владельце 4. Бумажный документ 5. Сертификат на реализацию товаров 6. Портал для поставщиков и заказчиков, на котором собрана информация о государственных тендерах. </td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>А</th> <th>Б</th> <th>В</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	электронные ресурсы торговой организации	понятие определения	А. Электронные торговые площадки Б. Сертификат электронной подписи В. Единая информационная система	1. Электронные сайты позволяют осуществлять сделки купли-продажи между предприятиями, проводить электронные торги и размещать информацию о продуктах и услугах. 2. Интернет ресурс 3. Электронный документ, несущий информацию о владельце 4. Бумажный документ 5. Сертификат на реализацию товаров 6. Портал для поставщиков и заказчиков, на котором собрана информация о государственных тендерах.	А	Б	В				А-1 Б-3 В-6
электронные ресурсы торговой организации	понятие определения											
А. Электронные торговые площадки Б. Сертификат электронной подписи В. Единая информационная система	1. Электронные сайты позволяют осуществлять сделки купли-продажи между предприятиями, проводить электронные торги и размещать информацию о продуктах и услугах. 2. Интернет ресурс 3. Электронный документ, несущий информацию о владельце 4. Бумажный документ 5. Сертификат на реализацию товаров 6. Портал для поставщиков и заказчиков, на котором собрана информация о государственных тендерах.											
А	Б	В										
2	<p>Соотнесите виды электронной коммерции с понятием определения <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>виды электронной коммерции</th> <th>понятие определения</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> А. Класс В2С (business to consumer) Б. Класс В2G (business to government). В. С2С (Consumer-to-Consumer) </td> <td> 1. Розничная электронная торговля по удовлетворению потребностей в товарах и услугах физических лиц. 2. Класс предусматривает взаимодействие предприятия со своим персоналом, например, с мобильными сотрудниками, которые находятся на значительном расстоянии от центрального офиса 3. Класс характеризует взаимодействие бизнеса и госбюджетных организаций или государственных структур 4. Взаимодействие госбюджетных организаций с физическими лицами 5. Электронная коммерция в нише «Потребитель для потребителя» </td> </tr> </tbody> </table>	виды электронной коммерции	понятие определения	А. Класс В2С (business to consumer) Б. Класс В2G (business to government). В. С2С (Consumer-to-Consumer)	1. Розничная электронная торговля по удовлетворению потребностей в товарах и услугах физических лиц. 2. Класс предусматривает взаимодействие предприятия со своим персоналом, например, с мобильными сотрудниками, которые находятся на значительном расстоянии от центрального офиса 3. Класс характеризует взаимодействие бизнеса и госбюджетных организаций или государственных структур 4. Взаимодействие госбюджетных организаций с физическими лицами 5. Электронная коммерция в нише «Потребитель для потребителя»	А-1 Б-3 В-5						
виды электронной коммерции	понятие определения											
А. Класс В2С (business to consumer) Б. Класс В2G (business to government). В. С2С (Consumer-to-Consumer)	1. Розничная электронная торговля по удовлетворению потребностей в товарах и услугах физических лиц. 2. Класс предусматривает взаимодействие предприятия со своим персоналом, например, с мобильными сотрудниками, которые находятся на значительном расстоянии от центрального офиса 3. Класс характеризует взаимодействие бизнеса и госбюджетных организаций или государственных структур 4. Взаимодействие госбюджетных организаций с физическими лицами 5. Электронная коммерция в нише «Потребитель для потребителя»											

№	Текст задания	Ключ к ответам										
	<p>подразумевает осуществление сделок между физическими лицами.</p> <p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i></p> <table border="1"> <tr> <td>А</td> <td>Б</td> <td>В</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	А	Б	В								
А	Б	В										
3	<p>Соотнесите виды интернет-сайтов с понятием определения <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>виды интернет-сайтов</th> <th>понятие определения</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> А. Сайт-визитка Б. Сайт-витрина В. Квиз-сайт </td> <td> 1. Наряду с просмотром информации о фирме предоставляет возможность посетителю осуществлять покупку или заказ товара. 2. Корпоративный информационный портал 3. Кроме общей информации о компании содержит электронные каталоги продукции 4. Содержит общую информацию о компании 5. Сайт, на котором размещена форма с вопросами </td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i></p> <table border="1"> <tr> <td>А</td> <td>Б</td> <td>В</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	виды интернет-сайтов	понятие определения	А. Сайт-визитка Б. Сайт-витрина В. Квиз-сайт	1. Наряду с просмотром информации о фирме предоставляет возможность посетителю осуществлять покупку или заказ товара. 2. Корпоративный информационный портал 3. Кроме общей информации о компании содержит электронные каталоги продукции 4. Содержит общую информацию о компании 5. Сайт, на котором размещена форма с вопросами	А	Б	В				А-4 Б-3 В-5
виды интернет-сайтов	понятие определения											
А. Сайт-визитка Б. Сайт-витрина В. Квиз-сайт	1. Наряду с просмотром информации о фирме предоставляет возможность посетителю осуществлять покупку или заказ товара. 2. Корпоративный информационный портал 3. Кроме общей информации о компании содержит электронные каталоги продукции 4. Содержит общую информацию о компании 5. Сайт, на котором размещена форма с вопросами											
А	Б	В										

БЛОК Б – Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (базовый уровень)

Инструкция: Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

№	Текст задания	Ключ к ответам
	ОПЦ.04 Автоматизация торговых-технологических процессов	
1.	<p>Среди огромного множества систем класса B2B принято выделять следующие: <i>Выберите несколько вариантов ответа</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Торгово-закупочные B2B системы; 2. Корпоративное представительство в Интернете; 3. Виртуальное предприятие. 4. Виртуальное игровое пространство <p>Ответ: _____ Обоснование ответа: _____</p>	<p>Ответ: 1,2,3 Обоснование: Все это функции характеризующие деятельность торговой организации, а последний вариант относится к развлекательному сегменту</p>
2.	<p>Автоматизация продаж - SFA (Sales Force Automation). Функционал SFA включает в себя: <i>Выберите один вариант ответа</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Управление контактами 2. Анализ и прогнозирование объемов продаж 3. Анализ финансовой отчетности организации 4. Составление бухгалтерского баланса <p>Ответ: _____ Обоснование ответа: _____</p>	<p>Ответ: 1,2 Обоснование: Программа предназначена для заключения договорных отношений с клиентами</p>

№	Текст задания	Ключ к ответам
3.	<p>Укажите назначение облачной программы АВМ SHELF: <i>Выберите один вариант ответа</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Автоматизации создания планограмм 2. Управление продажами 3. Управление кассой 4. Управление продавцами <p>Ответ: _____ Обоснование ответа: _____</p>	<p>Ответ: 1 Обоснование: АВМ Shelf - система по управлению мерчандайзингом. Планограмма-это визуализированное распределение полочного пространства.</p>

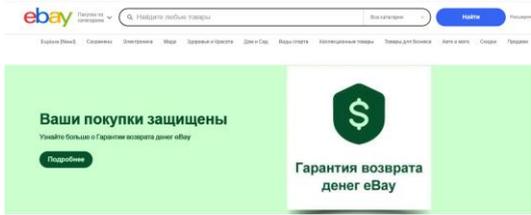
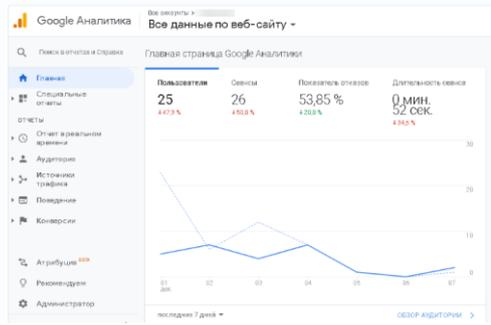
БЛОК В – Задание закрытого типа на установление последовательности (повышенный уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и установите правильную последовательность

№	Текст задания	Ключ к ответам														
ОПЦ.04 Автоматизация торгово-технологических процессов																
1.	<p>Установите последовательность структуры системы управления складом:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Обработка данных 2. Клиентское предложение 3. Запрос на ввод, удаление данных 4. СУБД 5. Запрос на обработку 6. Подсистема бизнес-логики 7. Пользователь <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>6</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td> </td> </tr> </table>	1	2	3	4	5	6	7								7,2,3,4,5,6,1
1	2	3	4	5	6	7										
2.	<p>Установите последовательность структуры электронной торговой площадки:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Потребители 2. WEB-браузер 3. Система защиты 4. Контент, сервис, транзакция 5. система защиты 6. WEB-браузер 7. Поставщики <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>6</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td> </td> </tr> </table>	1	2	3	4	5	6	7								7,2,3,4,5,6,1
1	2	3	4	5	6	7										
3.	<p>Установите последовательность схемы интернет-магазина:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Фрон-офис 2. Потребители 3.Фронт-офис 4. Система автоматической обработки заявок <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </table>	1	2	3	4					1,4,3,2						
1	2	3	4													

БЛОК Г – Задание открытого типа с развернутым ответом (высокий уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

№	Текст задания	Ключ к ответам
	<p>ОПЦ.04 Автоматизация торговых-технологических процессов</p>	
1.	<p>Рассмотрите рисунок торговой площадки. Определите класс торговой электронной площадки</p> 	<p>ОТВЕТ: С2С-класс взаимодействия потребителя с потребителем</p>
2.	<p>Проанализируйте данные рисунка. Сделайте вывод</p> 	<p>ОТВЕТ: за 7 дней количество пользователей снизилось на 47,9%, количество сеансов уменьшилось на 50%, длительность сеансов уменьшилась на 34,5 %</p>
3.	<p>Перечислите основные компоненты IoT. Интернет вещей (Internet of Things, IoT). Приведите примеры.</p>	<p>ОТВЕТ: Устройства и сенсоры. Примеры включают умные термостаты, датчики движения, камеры видеонаблюдения, умные часы и промышленные роботы. Связь: Варианты связи включают Wi-Fi, Bluetooth, Zigbee, сотовые сети (например, 4G/5G), и другие беспроводные и проводные технологии. Обработка данных. платформы могут анализировать данные в реальном времени и предоставлять результаты пользователям или другим системам. Интерфейсы и приложения: Обеспечивают пользователям доступ к данным и управление устройствами через различные приложения и интерфейсы, такие как мобильные приложения, веб-интерфейсы и системы управления предприятиями.</p>

ПК 1.6 Организовывать выполнение торговых-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий

БЛОК А – Задание закрытого типа на установление соответствия (базовый уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и установите соответствие

№	Текст задания	Ключ к ответам										
1	<p>ОПЦ.04 Автоматизация торгово-технологических процессов</p> <p>Соотнесите типы систем платежей с понятием определения <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1" data-bbox="309 338 1305 891"> <thead> <tr> <th data-bbox="309 338 778 371">типы систем платежей</th> <th data-bbox="778 338 1305 371">понятие определения</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="309 371 778 891"> А. Платежные системы Б. Платежные шлюзы В. Система быстрых платежей (СБП) </td> <td data-bbox="778 371 1305 891"> 1. Совокупность правил, процедур и технической инфраструктуры, обеспечивающих перевод стоимости от одного субъекта экономики другому. 2. Аппаратно-программный комплекс, который позволяет автоматизировать процесс приема платежей в Интернете 3. Самый простой способ оплаты в Internet с помощью кредитной карты 4. Платежное средство, эмитируемое карточными системами специально для операций в Internet 5. Это сервис, который дает возможность оплачивать покупки через моментальные переводы денежных средств с банковского счета покупателя на расчетный счет продавца </td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i></p> <table border="1" data-bbox="309 954 539 1021"> <tr> <td data-bbox="309 954 384 987">А</td> <td data-bbox="384 954 459 987">Б</td> <td data-bbox="459 954 539 987">В</td> </tr> <tr> <td data-bbox="309 987 384 1021"></td> <td data-bbox="384 987 459 1021"></td> <td data-bbox="459 987 539 1021"></td> </tr> </table>	типы систем платежей	понятие определения	А. Платежные системы Б. Платежные шлюзы В. Система быстрых платежей (СБП)	1. Совокупность правил, процедур и технической инфраструктуры, обеспечивающих перевод стоимости от одного субъекта экономики другому. 2. Аппаратно-программный комплекс, который позволяет автоматизировать процесс приема платежей в Интернете 3. Самый простой способ оплаты в Internet с помощью кредитной карты 4. Платежное средство, эмитируемое карточными системами специально для операций в Internet 5. Это сервис, который дает возможность оплачивать покупки через моментальные переводы денежных средств с банковского счета покупателя на расчетный счет продавца	А	Б	В				А-1 Б-2 В-5
типы систем платежей	понятие определения											
А. Платежные системы Б. Платежные шлюзы В. Система быстрых платежей (СБП)	1. Совокупность правил, процедур и технической инфраструктуры, обеспечивающих перевод стоимости от одного субъекта экономики другому. 2. Аппаратно-программный комплекс, который позволяет автоматизировать процесс приема платежей в Интернете 3. Самый простой способ оплаты в Internet с помощью кредитной карты 4. Платежное средство, эмитируемое карточными системами специально для операций в Internet 5. Это сервис, который дает возможность оплачивать покупки через моментальные переводы денежных средств с банковского счета покупателя на расчетный счет продавца											
А	Б	В										
2	<p>Соотнесите процедуры определения оригинальности с их понятиями определений <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1" data-bbox="309 1115 1305 1641"> <thead> <tr> <th data-bbox="309 1115 778 1182">процедуры определения оригинальности</th> <th data-bbox="778 1115 1305 1182">понятие определения</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="309 1182 778 1641"> А. Аутентификация Б. Идентификация В. Сертификация </td> <td data-bbox="778 1182 1305 1641"> 1. Процедура проверки подлинности 2. Процедура, в результате выполнения которой для субъекта идентификации выявляется его идентификатор, однозначно идентифицирующий этого субъекта в информационной системе 3. Предоставление определённому лицу или группе лиц прав на выполнение определённых действий 4. Представляет собой графическое выражение буквенно-цифрового кода в форме чередующихся вертикальных полос и пробелов 5. Проверка продукции на пригодность к употреблению и безопасность </td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i></p> <table border="1" data-bbox="309 1704 539 1771"> <tr> <td data-bbox="309 1704 384 1738">А</td> <td data-bbox="384 1704 459 1738">Б</td> <td data-bbox="459 1704 539 1738">В</td> </tr> <tr> <td data-bbox="309 1738 384 1771"></td> <td data-bbox="384 1738 459 1771"></td> <td data-bbox="459 1738 539 1771"></td> </tr> </table>	процедуры определения оригинальности	понятие определения	А. Аутентификация Б. Идентификация В. Сертификация	1. Процедура проверки подлинности 2. Процедура, в результате выполнения которой для субъекта идентификации выявляется его идентификатор, однозначно идентифицирующий этого субъекта в информационной системе 3. Предоставление определённому лицу или группе лиц прав на выполнение определённых действий 4. Представляет собой графическое выражение буквенно-цифрового кода в форме чередующихся вертикальных полос и пробелов 5. Проверка продукции на пригодность к употреблению и безопасность	А	Б	В				А-2 Б-3 В-5
процедуры определения оригинальности	понятие определения											
А. Аутентификация Б. Идентификация В. Сертификация	1. Процедура проверки подлинности 2. Процедура, в результате выполнения которой для субъекта идентификации выявляется его идентификатор, однозначно идентифицирующий этого субъекта в информационной системе 3. Предоставление определённому лицу или группе лиц прав на выполнение определённых действий 4. Представляет собой графическое выражение буквенно-цифрового кода в форме чередующихся вертикальных полос и пробелов 5. Проверка продукции на пригодность к употреблению и безопасность											
А	Б	В										
3	<p>Соотнесите средства защиты информации и понятие определения <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1" data-bbox="309 1865 1305 1895"> <thead> <tr> <th data-bbox="309 1865 778 1895">средства защиты информации</th> <th data-bbox="778 1865 1305 1895">категории экономической информации</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="309 1895 778 1895"></td> <td data-bbox="778 1895 1305 1895"></td> </tr> </tbody> </table>	средства защиты информации	категории экономической информации			А-2 Б-3 В-5						
средства защиты информации	категории экономической информации											

№	Текст задания		Ключ к ответам						
	А. Криптографическая защита данных Б. Электронная подпись В. Техническая защита данных	1. Электронные сайты позволяют осуществлять сделки купли-продажи между предприятиями, проводить электронные торги и размещать информацию о продуктах и услугах. 2. Устройства, программы или службы, которые помогают зашифровать и дешифровать информацию, проверить ее целостность 3. Электронный документ, несущий информацию о владельце. 4. Бумажный документ 5. Оборудование, приборы, ПО вроде сканеров уязвимостей, SIEM, DLP-систем, которые обеспечивают защиту и управление информацией							
	<i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i> <table border="1" data-bbox="308 757 539 824"> <tr> <td data-bbox="308 757 384 790">А</td> <td data-bbox="384 757 461 790">Б</td> <td data-bbox="461 757 539 790">В</td> </tr> <tr> <td data-bbox="308 790 384 824"></td> <td data-bbox="384 790 461 824"></td> <td data-bbox="461 790 539 824"></td> </tr> </table>		А	Б	В				
А	Б	В							

БЛОК Б – Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (базовый уровень)

Инструкция: Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

№	Текст задания	Ключ к ответам
	ОПЦ.04 Автоматизация торговых-технологических процессов	
1.	Выберите определение слову фишинг-это: <i>Выберите один вариант ответа</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Вид интернет-мошенничества, целью которого является получение доступа к конфиденциальным данным пользователей — логинам и паролям. 2. Продажа рыбной продукции 3. Заключение крупной сделки 4. Отказ от сделки Ответ: _____ Обоснование ответа: _____	Ответ: 1 Обоснование: Фишинг («рыбная ловля, выуживание) — одна из разновидностей социальной инженерии, основанная на незнании пользователями основ сетевой безопасности
2.	Выберите неосновные функции «1С-Битрикс: Управление сайтом»: <i>Выберите один вариант ответа</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Управление контентом: создание и редактирование страниц, разделов, товаров и других элементов сайта. 2. Управление структурой сайта: настройка меню, хлебных крошек, карты сайта и других навигационных элементов. 3. SEO-оптимизация: настройка мета-тегов, заголовков, описаний и других параметров для улучшения видимости сайта в поисковых системах. 4. Информационная раскрутка сайта Ответ: _____ Обоснование ответа: _____	Ответ: 4 Обоснование: Профессиональная система управления сайтами и интернет-магазинами, реклама ресурса не входит в управление системой.

№	Текст задания	Ключ к ответам
3.	<p>Укажите возможности, которые не поддерживает электронная платежная система Яндекс. Деньги(ЮMoney):</p> <p><i>Выберите один вариант ответа</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проверить дату, время и другие детали любой операции 2. Собрать деньги на что угодно с помощью конструктора для коллективных и личных сборов 3. Уведомления о штрафах ГИБДД и оплатить их через смс, 4. Наличные платежи в интернете <p>Ответ: _____</p> <p>Обоснование ответа: _____</p>	<p>Ответ: 4</p> <p>Обоснование: Оплата с помощью электронной коммерции не возможна наличными, только с банковских карт или электронного кошелька</p>

БЛОК В – Задание закрытого типа на установление последовательности (повышенный уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и установите правильную последовательность

№	Текст задания	Ключ к ответам														
	ОПЦ.04 Автоматизация торгово-технологических процессов															
1.	<p>Установите последовательность алгоритма анализа информационной безопасности организации:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Моделирование информационных потоков, угроз 2. Статистический анализ рынка 3. Факторный анализ 4. Определение объекта 5. Поиск уязвимостей <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	2	3	4	5						4,2,3,1,5				
1	2	3	4	5												
2.	<p>Установите последовательность порядок работы над простым интернет-магазином в системе Битрикс:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сбор сведений и составление технического задания (ТЗ). 2. Выбор или создание дизайна в зависимости от требований заказчика, верстка дизайна. 3. Настройка модуля валют. 4. Первоначальная настройка интернет-магазина: типы цен, единицы измерения, типы плательщиков, местоположения, статусы заказов. 5. Окончательная настройка интернет-магазина: платежные системы, службы доставки, скидки, права пользователей, склады. 6. Применение дизайна для компонентов товарного каталога, корзины и оформления заказа. 7. Создание товарного каталога, заполнение тестовыми товарами. <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>6</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	2	3	4	5	6	7								1,2,3,4,7,6,5
1	2	3	4	5	6	7										

№	Текст задания	Ключ к ответам										
3.	<p>Установите последовательность алгоритм работы сервиса Яндекс деньги (ЮMoney):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Убедитесь, что в окне вашего браузера появилось сообщение об успехе платежа. 2. Проверьте, достаточно ли денег в Кошельке. 3. Заполните форму на сайте и нажмите кнопку «Оплатить». Если вы платите через программу «Интернет.Кошелек», программа должна быть открыта. 4. Проверьте данные и подтвердите платеж, нажав кнопку «Платить». 5. Откройте ваш Кошелек. <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1" style="margin-left: 20px;"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </table>	1	2	3	4	5						5,2,3,4,1
1	2	3	4	5								

БЛОК Г – Задание открытого типа с развернутым ответом (высокий уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

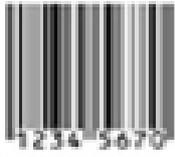
№	Текст задания	Ключ к ответам
	ОПЦ.04 Автоматизация торговых-технологических процессов	
1.	<p>По нашему опыту, более 85% касс уязвимы для атак из локальной сети магазина. Тому есть несколько причин. Во-первых, на операционную систему, на которой работает кассовое оборудование, нельзя оперативно устанавливать обновления, так как это может вызвать сбой в работе определенных модулей или программного обеспечения. К тому же для Linux-касс обновления могут вовсе не выпускать. Во-вторых, срок жизни кассового оборудования может превышать 10 лет, что значительно больше, чем у обычного компьютера. Поэтому на большинстве касс установлены неподдерживаемые старые версии операционных систем (например, Windows XP). Что может произойти с кассой?</p>	<p>ОТВЕТ: Массовый отказ кассового оборудования может обернуться приостановкой продаж и прямыми убытками для розничной сети. подмена цен на товары, кража данных бонусных карт, а также фиктивная продажа дорогого товара, в которой впоследствии обвинят кого-то из продавцов.</p>
2.	<p>Посмотрите на изображение, укажите какая программа используется для оформления заказа?</p> 	<p>ОТВЕТ: Мобильная часть системы ОПТИМУМ</p>
3.	<p>Опишите инновационные решения для безопасности торговли</p>	<p>ОТВЕТ: интеллектуальная система видеонаблюдения для противодействия мошенничеству «POS-Интеллект», интегрированные системы видеонаблюдения</p>

ПК. 2.1. Осуществлять кодирование товаров, в том числе с применением цифровых технологий.

БЛОК А – Задание закрытого типа на установление соответствия (базовый уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и установите соответствие

№	Текст задания	Ключ к ответам										
	МДК.02.02 Товароведение потребительских товаров											
1	<p>Соотнесите методы товароведения с пояснением содержания метода <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1" data-bbox="308 562 1313 1061"> <thead> <tr> <th data-bbox="308 562 778 595">методы классификации</th> <th data-bbox="778 562 1313 595">пояснение содержания</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="308 595 778 1061"> А. Фассетный метод Б. Иерархический метод В. Порядковый метод </td> <td data-bbox="778 595 1313 1061"> 1. Параллельном разделении множества объектов на независимые классификационные группировки; 2. Последовательном разделении множества объектов на подчиненные и классификационные группировки; 3. Параллельном и последовательном разделении множества объектов на независимые классификационные группировки; 4. Параллельном и последовательном разделении множества объектов на подчиненные классификационные группировки; 5. Образование и присвоение кода из чисел натурального ряда </td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i></p> <table border="1" data-bbox="308 1122 539 1193"> <thead> <tr> <th data-bbox="308 1122 384 1155">А</th> <th data-bbox="384 1122 461 1155">Б</th> <th data-bbox="461 1122 539 1155">В</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="308 1155 384 1193"></td> <td data-bbox="384 1155 461 1193"></td> <td data-bbox="461 1155 539 1193"></td> </tr> </tbody> </table>	методы классификации	пояснение содержания	А. Фассетный метод Б. Иерархический метод В. Порядковый метод	1. Параллельном разделении множества объектов на независимые классификационные группировки; 2. Последовательном разделении множества объектов на подчиненные и классификационные группировки; 3. Параллельном и последовательном разделении множества объектов на независимые классификационные группировки; 4. Параллельном и последовательном разделении множества объектов на подчиненные классификационные группировки; 5. Образование и присвоение кода из чисел натурального ряда	А	Б	В				А-1 Б-2 В-5
методы классификации	пояснение содержания											
А. Фассетный метод Б. Иерархический метод В. Порядковый метод	1. Параллельном разделении множества объектов на независимые классификационные группировки; 2. Последовательном разделении множества объектов на подчиненные и классификационные группировки; 3. Параллельном и последовательном разделении множества объектов на независимые классификационные группировки; 4. Параллельном и последовательном разделении множества объектов на подчиненные классификационные группировки; 5. Образование и присвоение кода из чисел натурального ряда											
А	Б	В										
2	<p>Соотнесите вид штрихового кода и его расшифровку <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1" data-bbox="308 1283 1313 1839"> <thead> <tr> <th data-bbox="308 1283 778 1317">Штриховой код</th> <th data-bbox="778 1283 1313 1317">расшифровка вида кода</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="308 1317 778 1839"> А. Штриховой код EAN -13 включает: Б. Штриховой код EAN -8 включает: В. Штриховой код UPC включает: </td> <td data-bbox="778 1317 1313 1839"> 1. Код страны (2-3 цифры), организацию-изготовителя (3-5 цифр), контрольную цифру; 2. Код организацию-изготовителя (3-5 цифр), информацию о товаре (3-5 цифр), контрольную цифру; 3. Код страны (2-3 цифры), организацию-изготовителя (3-5 цифр), информацию о товаре (3-5 цифр), контрольную цифру; 4. Код страны (2-3 цифры), информацию о товаре (4-5 цифр), контрольную цифру; 5. 1 цифра - номер системы; · 5 цифр - код изготовителя; · 5 цифр - код товара; · 1 цифра - контрольная цифра. </td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i></p> <table border="1" data-bbox="308 1899 539 1973"> <thead> <tr> <th data-bbox="308 1899 384 1933">А</th> <th data-bbox="384 1899 461 1933">Б</th> <th data-bbox="461 1899 539 1933">В</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="308 1933 384 1973"></td> <td data-bbox="384 1933 461 1973"></td> <td data-bbox="461 1933 539 1973"></td> </tr> </tbody> </table>	Штриховой код	расшифровка вида кода	А. Штриховой код EAN -13 включает: Б. Штриховой код EAN -8 включает: В. Штриховой код UPC включает:	1. Код страны (2-3 цифры), организацию-изготовителя (3-5 цифр), контрольную цифру; 2. Код организацию-изготовителя (3-5 цифр), информацию о товаре (3-5 цифр), контрольную цифру; 3. Код страны (2-3 цифры), организацию-изготовителя (3-5 цифр), информацию о товаре (3-5 цифр), контрольную цифру; 4. Код страны (2-3 цифры), информацию о товаре (4-5 цифр), контрольную цифру; 5. 1 цифра - номер системы; · 5 цифр - код изготовителя; · 5 цифр - код товара; · 1 цифра - контрольная цифра.	А	Б	В				А-3 Б-4
Штриховой код	расшифровка вида кода											
А. Штриховой код EAN -13 включает: Б. Штриховой код EAN -8 включает: В. Штриховой код UPC включает:	1. Код страны (2-3 цифры), организацию-изготовителя (3-5 цифр), контрольную цифру; 2. Код организацию-изготовителя (3-5 цифр), информацию о товаре (3-5 цифр), контрольную цифру; 3. Код страны (2-3 цифры), организацию-изготовителя (3-5 цифр), информацию о товаре (3-5 цифр), контрольную цифру; 4. Код страны (2-3 цифры), информацию о товаре (4-5 цифр), контрольную цифру; 5. 1 цифра - номер системы; · 5 цифр - код изготовителя; · 5 цифр - код товара; · 1 цифра - контрольная цифра.											
А	Б	В										
3	<p>Соотнесите вид штрихкода с его названием <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p>	А-4 Б-3 В-5										

№	Текст задания		Ключ к ответам						
	<p style="text-align: center;">вид штрихкода</p> <p>А.</p>  <p>Б.</p>  <p>В.</p> 	<p style="text-align: center;">название штрихкода</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Cod 39 2. Cod 128 3. EAN-13 4. UPC 5. EAN-8 							
<i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i>									
<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 33%;">А</td> <td style="width: 33%;">Б</td> <td style="width: 33%;">В</td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </table>				А	Б	В			
А	Б	В							

БЛОК Б – Задание комбинированного типа с выбором одного или несколько верных ответов из четырех предложенных и обоснованием выбора (базовый уровень)

Инструкция: Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

№	Текст задания	Ключ к ответам
	<p>МДК.02.02 Товароведение потребительских товаров</p>	
1.	<p>Каким способом удобнее классифицировать ассортимент вин в магазине? <i>Выберите один вариант ответа</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Иерархическим 2. Фасетным 3. Оба варианта верны 4. Порядковым <p>Ответ: _____ Обоснование ответа: _____</p>	<p>Ответ: 2 Обоснование: Каждый объект может одновременно входить в различные классификационные группировки. Так вина можно разделить: по технологии производства, цвету, месту происхождения сырья и т.д.</p>
2.	<p>ОКПД 2 предназначен для обеспечения информационной поддержки ряда задач, выберите задачи: <i>Выберите несколько вариантов ответа</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. классификация и кодирование продукции (услуг, работ) для целей государственной статистики; 2. разработка нормативных правовых актов, касающихся государственного регулирования отдельных видов экономической деятельности; 	<p>Ответ: 1,2,3 Обоснование: Эти пункты указывают на сферу применения кодирования</p>

№	Текст задания	Ключ к ответам
	<p>3.реализация комплекса учетных функций в рамках работ по государственной статистике, связанных с обеспечением потребностей органов государственной власти и управления в информации о продукции по видам экономической деятельности при решении аналитических задач;</p> <p>4. кодирование необходимо для личных нужд</p> <p>Ответ: _____</p> <p>Обоснование ответа: _____</p>	
3.	<p>В системе Честный знак, товар маркируют двумерным кодом Data Matrix, выберите изображение кода:</p> <p><i>Выберите один вариант ответа</i></p> <p>1. </p> <p>2. </p> <p>3. </p> <p>4. </p> <p>Ответ: _____</p> <p>Обоснование ответа: _____</p>	<p>Ответ: 2</p> <p>Обоснование: DataMatrix — это битовая матрица, двумерный штриховый код, выглядит как квадрат (или — реже — прямоугольник), составленный из черных и белых (или темных и светлых) элементов</p>

БЛОК В – Задание закрытого типа на установление последовательности (повышенный уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и установите правильную последовательность

№	Текст задания	Ключ к ответам
	МДК.02.02 Товароведение потребительских товаров	

№	Текст задания	Ключ к ответам																																																					
1.	<p>Укажите правильную последовательность алгоритм расчета контрольного числа штрихового кода</p> <ol style="list-style-type: none"> Суммируют произведения Умножают каждую цифру кода на ее весовой коэффициент. Располагают все цифры номера в соответствующих столбцах, крайний справа столбец оставляют пустым. Каждому штрихкоду присваивают весовые коэффициенты для кода EAN-13: <table border="1" style="margin-left: 40px;"> <tr> <td>1</td><td>3</td><td>1</td><td>3</td><td>1</td><td>3</td><td>1</td><td>3</td><td>1</td><td>3</td><td>1</td><td>3</td><td>1</td> </tr> </table> <p style="margin-left: 40px;">для кода UCC-12:</p> <table border="1" style="margin-left: 40px;"> <tr> <td></td><td>3</td><td>1</td><td>3</td><td>1</td><td>3</td><td>1</td><td>3</td><td>1</td><td>3</td><td>1</td><td>3</td><td>1</td> </tr> </table> <p style="margin-left: 40px;">для кода EAN-8:</p> <table border="1" style="margin-left: 40px;"> <tr> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td>3</td><td>1</td><td>3</td><td>1</td><td>3</td><td>1</td><td>3</td><td>1</td> </tr> </table> <ol style="list-style-type: none"> Делят полученную сумму на число модуля 10, чтобы получить остаток от деления. Отбрасывают все цифры, кроме последней Из 10 вычитают результат, полученный в шестом действии. <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1" style="margin-left: 40px;"> <tr> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td> </tr> <tr> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </table>	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1		3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1						3	1	3	1	3	1	3	1	1	2	3	4	5	6	7								4,3,2,1,5,6,7
1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1																																											
	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1																																											
					3	1	3	1	3	1	3	1																																											
1	2	3	4	5	6	7																																																	
2.	<p>Укажите последовательность основных принципов классификации товаров:</p> <ol style="list-style-type: none"> Выбор метода классификации; Установление цели классификации; Определение числа классификационных признаков и последовательность их использования. <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1" style="margin-left: 40px;"> <tr> <td>1</td><td>2</td><td>3</td> </tr> <tr> <td></td><td></td><td></td> </tr> </table>	1	2	3				2,1,3																																															
1	2	3																																																					
3.	<p>Установите последовательность методики анализа штрих кода типа EAN – 13:</p> <ol style="list-style-type: none"> Сложить цифры, стоящие на нечетных местах без контрольной цифры; Полученную в пункте 1 сумму умножить на 3 (так как EAN – 13): Сложить цифры стоящие на четных местах Сложить суммы полученные в пункте 2 и пункте 3: Отбросить десятки, получим цифру Из 10 (так как EAN – 13) вычесть полученную в пункте 5 сумму <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1" style="margin-left: 40px;"> <tr> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td> </tr> <tr> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </table>	1	2	3	4	5	6							3,2,1,4,5,6																																									
1	2	3	4	5	6																																																		

БЛОК Г – Задание открытого типа с развернутым ответом (высокий уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

№	Текст задания	Ключ к ответам
	МДК.02.02 Товароведение потребительских товаров	
1.	Вычислите контрольную цифру штрих-кода для определения подлинности товара UCC-12 012345000058	ОТВЕТ: 1) 3 1 3 1 3 1 3 1 3 1 3 2) 0 1 2 3 4 5 0 0 0 0 5 3) 0 1 6 3 12 5 0 0 0 0 15 4) 42 5) 4,2 6) 2 7) $10 - 2 = 8$; следовательно, контрольное число равно 8.
2.	Укажите вид кода 	ОТВЕТ: <i>a</i> – EAN-13; <i>б</i> – EAN-8; <i>в</i> – UPC-A; <i>г</i> – UPC-E (
3.	Опишите структуру товарного кода ТН ВЭД	ОТВЕТ: Первые две обозначают код группы товара, четыре цифры — товарную позицию, шесть цифр — субпозицию, а весь код раскрывает подсубпозицию.

ПК. 2.2. Идентифицировать ассортиментную принадлежность потребительских товаров.

БЛОК А – Задание закрытого типа на установление соответствия (базовый уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и установите соответствие

№	Текст задания	Ключ к ответам						
	МДК.02.02 Товароведение потребительских товаров							
1	<p>Соотнесите функции товара с пояснением содержания определений <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>функция товара</th> <th>пояснение содержания определения</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>А. Потребительская функция товара</td> <td rowspan="3"> 1. Реализуется через его способность удовлетворять разные виды и разновидности потребностей. 2. Обусловлена его основным назначением как объекта купли-продажи 3. Заключается в том, что, с одной стороны, он выступает как объект договорных отношений, с другой стороны, он должен соответствовать требованиям нормативных документов 4. Заключается в его способности </td> </tr> <tr> <td>Б. Коммерческая функция товара</td> </tr> <tr> <td>В. Маркетинговая функция</td> </tr> </tbody> </table>	функция товара	пояснение содержания определения	А. Потребительская функция товара	1. Реализуется через его способность удовлетворять разные виды и разновидности потребностей. 2. Обусловлена его основным назначением как объекта купли-продажи 3. Заключается в том, что, с одной стороны, он выступает как объект договорных отношений, с другой стороны, он должен соответствовать требованиям нормативных документов 4. Заключается в его способности	Б. Коммерческая функция товара	В. Маркетинговая функция	А-4 Б-2 В-1
функция товара	пояснение содержания определения							
А. Потребительская функция товара	1. Реализуется через его способность удовлетворять разные виды и разновидности потребностей. 2. Обусловлена его основным назначением как объекта купли-продажи 3. Заключается в том, что, с одной стороны, он выступает как объект договорных отношений, с другой стороны, он должен соответствовать требованиям нормативных документов 4. Заключается в его способности							
Б. Коммерческая функция товара								
В. Маркетинговая функция								

№	Текст задания		Ключ к ответам										
	<p>соответствовать запросам потребителей благодаря присущим ему основополагающим характеристикам товаров</p> <p>5. Объект договорных отношений; должен соответствовать требованиям нормативных документов</p> <p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i></p> <table border="1" data-bbox="309 488 539 555"> <tr> <td>А</td> <td>Б</td> <td>В</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>		А	Б	В								
А	Б	В											
2	<p>Соотнесите типы товаров и пояснение содержания определения</p> <p><i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1" data-bbox="309 651 1310 1081"> <thead> <tr> <th data-bbox="309 651 778 685">типы товаров</th> <th data-bbox="778 651 1310 685">пояснение содержания определения</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="309 685 778 1081"> А. Товары повседневного спроса Б. Товары импульсного спроса В. Экстренные товары </td> <td data-bbox="778 685 1310 1081"> 1. Приобретаются часто, без раздумий и особых усилий. 2. Покупаются без предварительных раздумий, под влиянием выкладки в торговом зале или рекламы. 3. Покупатель еще не знает или знает, но не думает об их покупке 4. Покупаются при возникновении острой нужды 5. Продукт или сырье покупают производители для использования при выпуске других товаров либо переработки </td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i></p> <table border="1" data-bbox="309 1144 539 1211"> <tr> <td>А</td> <td>Б</td> <td>В</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>		типы товаров	пояснение содержания определения	А. Товары повседневного спроса Б. Товары импульсного спроса В. Экстренные товары	1. Приобретаются часто, без раздумий и особых усилий. 2. Покупаются без предварительных раздумий, под влиянием выкладки в торговом зале или рекламы. 3. Покупатель еще не знает или знает, но не думает об их покупке 4. Покупаются при возникновении острой нужды 5. Продукт или сырье покупают производители для использования при выпуске других товаров либо переработки	А	Б	В				А-1 Б-2 В-4
типы товаров	пояснение содержания определения												
А. Товары повседневного спроса Б. Товары импульсного спроса В. Экстренные товары	1. Приобретаются часто, без раздумий и особых усилий. 2. Покупаются без предварительных раздумий, под влиянием выкладки в торговом зале или рекламы. 3. Покупатель еще не знает или знает, но не думает об их покупке 4. Покупаются при возникновении острой нужды 5. Продукт или сырье покупают производители для использования при выпуске других товаров либо переработки												
А	Б	В											
3	<p>Соотнесите способ определения качества товара и пояснения содержания определений</p> <p><i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1" data-bbox="309 1339 1310 1951"> <thead> <tr> <th data-bbox="309 1339 778 1402">способ определения качества товара</th> <th data-bbox="778 1339 1310 1402">пояснение содержания определения</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="309 1402 778 1951"> А. Идентификация Б. Фальсификация В. Сертификация </td> <td data-bbox="778 1402 1310 1951"> 1. Способ, метод определения соответствия продукции заявленным характеристикам, критериям, параметрам 2. Любое умышленное действие, совершенное с целью получения финансовой выгоды и обмана покупателей относительно качества и состава пищевых продуктов 3. Способность товаров удовлетворять социальные и эстетические потребности с помощью совокупности показателей внешнего вида, конструктивных особенностей 4. Комплексный показатель, включающий форму, цвет, состояние поверхности, иногда целостность. 5. Подтверждение того, что продукция соответствует нормам безопасности </td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i></p> <table border="1" data-bbox="309 2011 539 2042"> <tr> <td>А</td> <td>Б</td> <td>В</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>		способ определения качества товара	пояснение содержания определения	А. Идентификация Б. Фальсификация В. Сертификация	1. Способ, метод определения соответствия продукции заявленным характеристикам, критериям, параметрам 2. Любое умышленное действие, совершенное с целью получения финансовой выгоды и обмана покупателей относительно качества и состава пищевых продуктов 3. Способность товаров удовлетворять социальные и эстетические потребности с помощью совокупности показателей внешнего вида, конструктивных особенностей 4. Комплексный показатель, включающий форму, цвет, состояние поверхности, иногда целостность. 5. Подтверждение того, что продукция соответствует нормам безопасности	А	Б	В				А-1 Б-2 В-5
способ определения качества товара	пояснение содержания определения												
А. Идентификация Б. Фальсификация В. Сертификация	1. Способ, метод определения соответствия продукции заявленным характеристикам, критериям, параметрам 2. Любое умышленное действие, совершенное с целью получения финансовой выгоды и обмана покупателей относительно качества и состава пищевых продуктов 3. Способность товаров удовлетворять социальные и эстетические потребности с помощью совокупности показателей внешнего вида, конструктивных особенностей 4. Комплексный показатель, включающий форму, цвет, состояние поверхности, иногда целостность. 5. Подтверждение того, что продукция соответствует нормам безопасности												
А	Б	В											

№	Текст задания	Ключ к ответам

БЛОК Б – Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (базовый уровень)

Инструкция: Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

№	Текст задания	Ключ к ответам
	МДК.02.02 Товароведение потребительских товаров	
1.	<p>Информация о консервированной продукции наносится на этикетку и на крышки банок. Индекс отрасли, к которой относится предприятие изготовитель, — одна-две буквы. Какую отрасль обозначает буква «А» на маркировке?</p> <p><i>Выберите один вариант ответа</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Мясная промышленность 2. Пищевая промышленность 3. Плодоовощное хозяйство 4. Молочная промышленность <p>Ответ: _____ Обоснование ответа: _____</p>	<p>Ответ:1 Обоснование: Буква А относится к мясной промышленности на основании требований ГОСТ</p>
2.	<p>Укажите клеи растительного происхождения:</p> <p><i>Выберите один вариант ответа</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Обойный 2. Мездровый клей 3. Костный 4. Казеиновый <p>Ответ: _____ Обоснование ответа: _____</p>	<p>Ответ: 1 Обоснование: Обойный клей — смесь декстрина и крахмала с добавлением медного купороса и антисептика</p>
3.	<p>Целью идентификационной экспертизы не является определение соответствия продукции:</p> <p><i>Выберите один вариант ответа</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Заявленному наименованию; 2. Требованиям (показателям качества), обеспечивающим функциональное использование продукции; 3. Требованиям безопасности. 4. Определению показателей по желанию производителя <p>Ответ: _____ Обоснование ответа: _____</p>	<p>Ответ: 4 Обоснование: Экспертиза проводится только на основании нормативно-технической документации (ГОСТ, ТР)</p>

БЛОК В – Задание закрытого типа на установление последовательности (повышенный уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и установите правильную последовательность

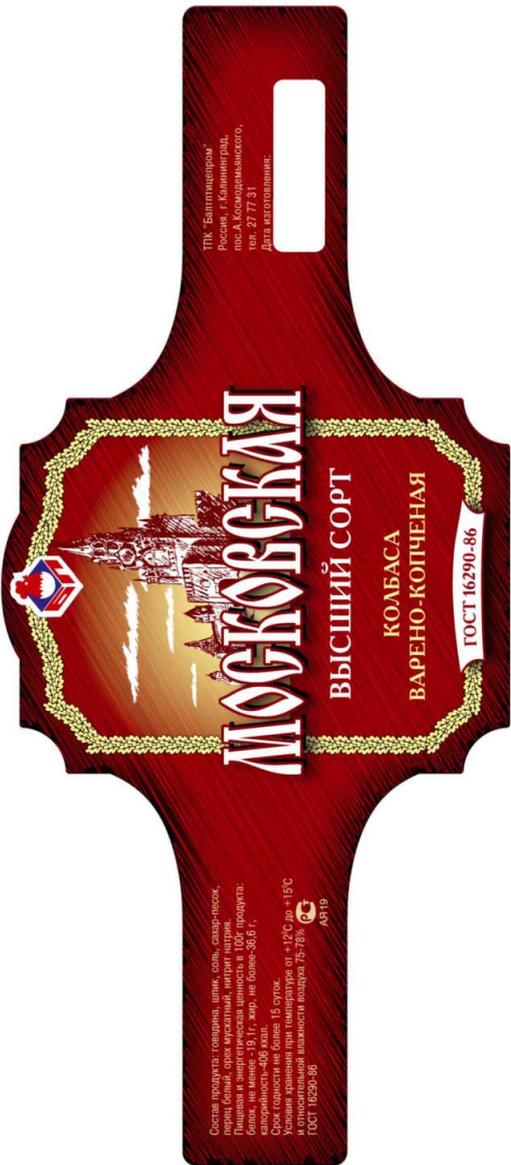
№	Текст задания	Ключ к ответам
	МДК.02.02 Товароведение потребительских товаров	

№	Текст задания	Ключ к ответам										
1.	<p>Установите последовательность отбора проб и образцов из товарных партий тарного способа размещения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Товарная партия 2. Средняя проба 3. Выборка 4. Навеска 5. Испытания <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	2	3	4	5						1,3,2,4,5
1	2	3	4	5								
2.	<p>Установите последовательность видов контроля по месту в процессе производства</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Инспекционный контроль 2. Операционный контроль 3. Приемочный контроль 4. Входной контроль <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	2	3	4					4,2,3,1		
1	2	3	4									
3.	<p>Установите последовательность этапов идентификации пищевой продукции:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сравнение внешнего вида пищевой продукции с признаками, изложенными в НТД 2. Выявление несоответствий в сопроводительных документах и маркировке 3. Органолептический метод 4. Аналитический метод <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	2	3	4					2,1,3,4		
1	2	3	4									

БЛОК Г – Задание открытого типа с развернутым ответом (высокий уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

№	Текст задания	Ключ к ответам
	МДК.02.02 Товароведение потребительских товаров	
1.	<p>В магазин поступила партия картофеля массой 900 кг, упакованного в ящики массой нетто 30 кг. Определите массу объединенной пробы необходимую для оценки качества, если известны требования по ГОСТ 7194-81 «Картофель свежий. Правила приемки и методы определения качества». Выписка из ГОСТа прилагается.</p> <p>1.8. От партии картофеля, фасованного в потребительскую тару массой до 3 кг, отбирают не менее трех упаковочных единиц от каждого полных или неполных 100 упаковочных единиц.</p>	<p>ОТВЕТ: Определим выборку. - в ящики — выборка составит 6 ящиков; масса каждой точечной пробы должна быть не менее 3 кг. 18 кг (6*3)</p>

№	Текст задания	Ключ к ответам										
	<p>1.6. От партии упакованного в мешки или ящики картофеля отбирают выборку в соответствии с табл.2.</p> <p style="text-align: right;">Таблица 2</p> <table border="1" data-bbox="320 259 938 443"> <thead> <tr> <th>Количество упаковочных единиц картофеля в партии</th> <th>Количество упаковочных единиц картофеля в выборке</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>До 20 включ.</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Св. 20 до 50 включ.</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>" 50 " 100 "</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td>" 100 " 150 "</td> <td>12</td> </tr> </tbody> </table> <p>От партии упакованного картофеля свыше 150 упаковочных единиц на каждые последующие полные или неполные 50 упаковочных единиц отбирают по одной упаковочной единице картофеля.</p>	Количество упаковочных единиц картофеля в партии	Количество упаковочных единиц картофеля в выборке	До 20 включ.	3	Св. 20 до 50 включ.	6	" 50 " 100 "	9	" 100 " 150 "	12	
Количество упаковочных единиц картофеля в партии	Количество упаковочных единиц картофеля в выборке											
До 20 включ.	3											
Св. 20 до 50 включ.	6											
" 50 " 100 "	9											
" 100 " 150 "	12											
2.	<p>Дано изображение- Этикетки колбаса варено-копченая Московская. Определите нарушение в части указания информации на этикетке</p> 	<p>ОТВЕТ: Не указана дата изготовления</p>										

№	Текст задания	Ключ к ответам
3.	Какой сплав в 585 пробе?	ОТВЕТ: В 585 пробе красного золота из 41,5% примесей на медь приходится 33,5%, а оставшиеся 8% – на серебро.

ПК 2.3. Создавать условия для сохранности количественных и качественных характеристик товара в соответствии с требованиями действующих санитарных правил на разных этапах товародвижения.

БЛОК А – Задание закрытого типа на установление соответствия (базовый уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и установите соответствие

№	Текст задания	Ключ к ответам				
	МДК.02.02 Товароведение потребительских товаров					
1	<p>Соотнесите условия для сохранности характеристик товара и пояснение содержания определения</p> <p><i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>условия для сохранности характеристик товара</th> <th>пояснение содержания определения</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> А. Сохраняющие факторы Б. Формирующие факторы В. Спрос </td> <td> 1. Комплекс объектов и операций, свойственных определенным этапам технологического цикла и предназначенных для формирования заданных требований к товароведным характеристикам продукции. 2. Основу составляют запросы потребителей, подкрепленные их платежеспособностью 3. Совокупность операций, предназначенных для формирования основополагающих товароведных характеристик готовой продукции. 4. Совокупность средств, методов и условий внешней среды, влияющих на надежность товаров. 5. Организация производства и сбыта продукции, основанная на изучении потребности рынка в товарах и услугах. </td> </tr> </tbody> </table>	условия для сохранности характеристик товара	пояснение содержания определения	А. Сохраняющие факторы Б. Формирующие факторы В. Спрос	1. Комплекс объектов и операций, свойственных определенным этапам технологического цикла и предназначенных для формирования заданных требований к товароведным характеристикам продукции. 2. Основу составляют запросы потребителей, подкрепленные их платежеспособностью 3. Совокупность операций, предназначенных для формирования основополагающих товароведных характеристик готовой продукции. 4. Совокупность средств, методов и условий внешней среды, влияющих на надежность товаров. 5. Организация производства и сбыта продукции, основанная на изучении потребности рынка в товарах и услугах.	А-4 Б-1 В-2
условия для сохранности характеристик товара	пояснение содержания определения					
А. Сохраняющие факторы Б. Формирующие факторы В. Спрос	1. Комплекс объектов и операций, свойственных определенным этапам технологического цикла и предназначенных для формирования заданных требований к товароведным характеристикам продукции. 2. Основу составляют запросы потребителей, подкрепленные их платежеспособностью 3. Совокупность операций, предназначенных для формирования основополагающих товароведных характеристик готовой продукции. 4. Совокупность средств, методов и условий внешней среды, влияющих на надежность товаров. 5. Организация производства и сбыта продукции, основанная на изучении потребности рынка в товарах и услугах.					

№	Текст задания	Ключ к ответам										
	<p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i></p> <table border="1" data-bbox="309 237 539 309"> <tr> <td data-bbox="309 237 384 271">А</td> <td data-bbox="384 237 459 271">Б</td> <td data-bbox="459 237 539 271">В</td> </tr> <tr> <td data-bbox="309 271 384 309"></td> <td data-bbox="384 271 459 309"></td> <td data-bbox="459 271 539 309"></td> </tr> </table>	А	Б	В								
А	Б	В										
2	<p>Соотнесите сохраняющие факторы и пояснение содержания определения <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1" data-bbox="309 405 1305 927"> <thead> <tr> <th data-bbox="309 405 778 439">сохраняющие факторы</th> <th data-bbox="778 405 1305 439">пояснение содержания определения</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="309 439 778 927"> А. Тара Б. Упаковочные материалы В. Перевязочные материалы </td> <td data-bbox="778 439 1305 927"> 1.Основной элемент упаковки, представляющий собой изделие для размещения товара. 2.Дополнительный элемент упаковки, предназначенный для защиты товаров от механических воздействий 3.Дополнительный элемент упаковки, предназначенный для повышения прочности тары. 4.Способность не изменять потребительские свойства упакованных товаров. 5.Стандартизированная грузовая единица, используемая для хранения, транспортировки и защиты товаров и товаров. </td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i></p> <table border="1" data-bbox="309 987 539 1055"> <tr> <td data-bbox="309 987 384 1021">А</td> <td data-bbox="384 987 459 1021">Б</td> <td data-bbox="459 987 539 1021">В</td> </tr> <tr> <td data-bbox="309 1021 384 1055"></td> <td data-bbox="384 1021 459 1055"></td> <td data-bbox="459 1021 539 1055"></td> </tr> </table>	сохраняющие факторы	пояснение содержания определения	А. Тара Б. Упаковочные материалы В. Перевязочные материалы	1.Основной элемент упаковки, представляющий собой изделие для размещения товара. 2.Дополнительный элемент упаковки, предназначенный для защиты товаров от механических воздействий 3.Дополнительный элемент упаковки, предназначенный для повышения прочности тары. 4.Способность не изменять потребительские свойства упакованных товаров. 5.Стандартизированная грузовая единица, используемая для хранения, транспортировки и защиты товаров и товаров.	А	Б	В				А-1 Б-2 В-3
сохраняющие факторы	пояснение содержания определения											
А. Тара Б. Упаковочные материалы В. Перевязочные материалы	1.Основной элемент упаковки, представляющий собой изделие для размещения товара. 2.Дополнительный элемент упаковки, предназначенный для защиты товаров от механических воздействий 3.Дополнительный элемент упаковки, предназначенный для повышения прочности тары. 4.Способность не изменять потребительские свойства упакованных товаров. 5.Стандартизированная грузовая единица, используемая для хранения, транспортировки и защиты товаров и товаров.											
А	Б	В										
3	<p>Соотнесите этап товародвижения и пояснение содержания определения <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1" data-bbox="309 1151 1305 1897"> <thead> <tr> <th data-bbox="309 1151 778 1184">этап товародвижения</th> <th data-bbox="778 1151 1305 1184">пояснение содержания определения</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="309 1184 778 1897"> А. Транспортирование Б. Хранение В. Реализация </td> <td data-bbox="778 1184 1305 1897"> 1. Это хранение товаров только в пути. 2.Этап технологического цикла товародвижения от выпуска готовой продукции до потребления или утилизации, цель которого — обеспечение стабильности исходных свойств или их изменение с минимальными потерями 3.Совокупность внешних воздействий окружающей среды, обусловленных режимом хранения и размещением товаров в хранилище. 4.Требования к температуре, относительной влажности воздуха, воздухообмену, газовому составу и освещенности 5.Любые операции, которые осуществляются в соответствии с договорами купли-продажи, поставки и другими гражданско-правовыми договорами, предусматривающим передачу прав собственности на товары за плату или компенсацию </td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i></p> <table border="1" data-bbox="309 1957 539 2018"> <tr> <td data-bbox="309 1957 384 1991">А</td> <td data-bbox="384 1957 459 1991">Б</td> <td data-bbox="459 1957 539 1991">В</td> </tr> <tr> <td data-bbox="309 1991 384 2018"></td> <td data-bbox="384 1991 459 2018"></td> <td data-bbox="459 1991 539 2018"></td> </tr> </table>	этап товародвижения	пояснение содержания определения	А. Транспортирование Б. Хранение В. Реализация	1. Это хранение товаров только в пути. 2.Этап технологического цикла товародвижения от выпуска готовой продукции до потребления или утилизации, цель которого — обеспечение стабильности исходных свойств или их изменение с минимальными потерями 3.Совокупность внешних воздействий окружающей среды, обусловленных режимом хранения и размещением товаров в хранилище. 4.Требования к температуре, относительной влажности воздуха, воздухообмену, газовому составу и освещенности 5.Любые операции, которые осуществляются в соответствии с договорами купли-продажи, поставки и другими гражданско-правовыми договорами, предусматривающим передачу прав собственности на товары за плату или компенсацию	А	Б	В				А-1 Б-2 В-5
этап товародвижения	пояснение содержания определения											
А. Транспортирование Б. Хранение В. Реализация	1. Это хранение товаров только в пути. 2.Этап технологического цикла товародвижения от выпуска готовой продукции до потребления или утилизации, цель которого — обеспечение стабильности исходных свойств или их изменение с минимальными потерями 3.Совокупность внешних воздействий окружающей среды, обусловленных режимом хранения и размещением товаров в хранилище. 4.Требования к температуре, относительной влажности воздуха, воздухообмену, газовому составу и освещенности 5.Любые операции, которые осуществляются в соответствии с договорами купли-продажи, поставки и другими гражданско-правовыми договорами, предусматривающим передачу прав собственности на товары за плату или компенсацию											
А	Б	В										

БЛОК Б – Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (базовый уровень)

Инструкция: Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

№	Текст задания	Ключ к ответам
	МДК.02.02 Товароведение потребительских товаров	
1.	<p>Укажите нарушение «товарного соседства»: <i>Выберите несколько вариантов ответа</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Охлажденное и замороженное сырье хранится в одной секции 2. Мясо и рыба хранятся в одном морозильном ларе 3. Хлеб и хлебобулочные изделия хранятся на одной горке 4. Сырые и готовые полуфабрикаты лежат рядом в холодильном шкафу <p>Ответ: _____ Обоснование ответа: _____</p>	<p>Ответ: 1,2,4 Обоснование: Правило товарного соседства предполагает отдельное хранение товаров, которые могут влиять на потребительские свойства друг друга</p>
2.	<p>Укажите метод, который не относится к методам хранения товаров : <i>Выберите один вариант ответа</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Методы, основанные на регулировании различных показателей климатического режима хранения; 2. Методы, основанные на разных способах размещения; 3. Методы ухода за товарами, основанные на разных видах и способах обработки. 4. Методы ухода за товарами, основанные на внутренних убеждениях кладовщика. <p>Ответ: _____ Обоснование ответа: _____</p>	<p>Ответ: 4 Обоснование: Методы хранения должны быть в соответствии с СанПиН</p>
3.	<p>Повреждение коленчатого вала автомобиля является каким дефектом по степени влияния на качество: <i>Выберите один вариант ответа</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Критические 2. Значительные 3. Малозначительные 4. Предреализационным <p>Ответ: _____ Обоснование ответа: _____</p>	<p>Ответ: 1 Обоснование: Повреждение коленчатого вала автомобиля является критическим дефектом, так как приведет к полной дисфункции товара</p>

БЛОК В – Задание закрытого типа на установление последовательности (повышенный уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и установите правильную последовательность

№	Текст задания	Ключ к ответам
	МДК.02.02 Товароведение потребительских товаров	

№	Текст задания	Ключ к ответам								
1.	<p>Установите последовательность классификации товаров в зависимости от возрастания влажности, начиная с наименьшего значения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Повышенной влажности 2. Умеренные 3. Влажные 4. Сухие <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	2	3	4					4,2,3,1
1	2	3	4							
2.	<p>Установите последовательность товаров в зависимости от увеличения срока годности:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Пастеризованное молоко 2. Хлеб 3. Консервы <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	2	3				2,1,3		
1	2	3								
3.	<p>Установите последовательность товаров в зависимости от увеличения температурного режима:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Замороженные ягоды 2. Стерилизованное молоко 3. Колбасные изделия <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	2	3				1,3,2		
1	2	3								

БЛОК Г – Задание открытого типа с развернутым ответом (высокий уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

№	Текст задания	Ключ к ответам
	МДК.02.02 Товароведение потребительских товаров	
1.	Объясните почему нельзя хранить муку и свежие плоды рядом	ОТВЕТ: Первые увлажнятся и подвергнутся микробиологической порче, вторые усохнут (увянут), потеряют товарный вид, растрескаются и сморщатся
2.	Дайте определение следующим методам обработки: дезинфекция, дезинсекция, дератизация	ОТВЕТ: Дезинфекция — обеззараживание микроорганизмов, вызывающих микробиологическую порчу товаров. Дезинсекция — уничтожение насекомых специальными средствами. Дератизация — истребление грызунов
3.	Опишите упаковку, хранение парфюмерных жидкостей	ОТВЕТ: Парфюмерные жидкости фасуют в стеклянные, фарфоровые, полимерные флаконы. В качестве транспортной тары используются ящики (коробки). Коробки оклеивают

№	Текст задания	Ключ к ответам
		бумажными лентами. На коробке с двух сторон слово “ВЕРХ”. На транспортной таре указано: “Осторожно, хрупкое”, “Верх не кантовать”, “Боится сырости”. Парфюмерные изделия хранят при температуре не ниже +5° и не выше 25°С.

ПК 2.4. Выполнять операции по оценке качества и организации экспертизы потребительских товаров.

БЛОК А – Задание закрытого типа на установление соответствия (базовый уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и установите соответствие

№	Текст задания	Ключ к ответам										
	МДК.02.03 Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров											
1	<p>Соотнесите группы товаров и пояснение содержания определения <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>группы товаров</th> <th>пояснение содержания определения</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> А. Продовольственные товары Б. Непродовольственные товары В. Однородные товары </td> <td> 1. Комбинированный ассортиментом товаров 2. Продукты в натуральном или переработанном виде, находящиеся в обороте и употребляемые человеком в пищу 3. Потребительских товаров, которые не входят в ассортимент продуктов питания 4. Ассортимент товаров вырабатываемый отраслевым предприятием 5. Товары, не являющиеся идентичными во всех отношениях, но имеющие сходные характеристики и состоящие из схожих компонентов, произведенных из таких же материалов, что позволяет им выполнять те же функции, что и оцениваемые (ввозимые) товары, и быть с ними коммерчески взаимозаменяемыми. </td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>А</th> <th>Б</th> <th>В</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	группы товаров	пояснение содержания определения	А. Продовольственные товары Б. Непродовольственные товары В. Однородные товары	1. Комбинированный ассортиментом товаров 2. Продукты в натуральном или переработанном виде, находящиеся в обороте и употребляемые человеком в пищу 3. Потребительских товаров, которые не входят в ассортимент продуктов питания 4. Ассортимент товаров вырабатываемый отраслевым предприятием 5. Товары, не являющиеся идентичными во всех отношениях, но имеющие сходные характеристики и состоящие из схожих компонентов, произведенных из таких же материалов, что позволяет им выполнять те же функции, что и оцениваемые (ввозимые) товары, и быть с ними коммерчески взаимозаменяемыми.	А	Б	В				А-2 Б-3 В-5
группы товаров	пояснение содержания определения											
А. Продовольственные товары Б. Непродовольственные товары В. Однородные товары	1. Комбинированный ассортиментом товаров 2. Продукты в натуральном или переработанном виде, находящиеся в обороте и употребляемые человеком в пищу 3. Потребительских товаров, которые не входят в ассортимент продуктов питания 4. Ассортимент товаров вырабатываемый отраслевым предприятием 5. Товары, не являющиеся идентичными во всех отношениях, но имеющие сходные характеристики и состоящие из схожих компонентов, произведенных из таких же материалов, что позволяет им выполнять те же функции, что и оцениваемые (ввозимые) товары, и быть с ними коммерчески взаимозаменяемыми.											
А	Б	В										
2	<p>Соотнесите номенклатуру показателей и пояснение содержания определения <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>номенклатура показателей</th> <th>пояснение содержания определения</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> А. Микробиологические показатели Б. Физико-химические показатели В. Органолептические показатели </td> <td> 1. Оценка сопроводительной документации 2. Оценка внешнего вида, цвета, запаха 3. Характеризуют пищевую ценность кулинарной продукции, ее компонентный состав, соблюдение рецептур блюд </td> </tr> </tbody> </table>	номенклатура показателей	пояснение содержания определения	А. Микробиологические показатели Б. Физико-химические показатели В. Органолептические показатели	1. Оценка сопроводительной документации 2. Оценка внешнего вида, цвета, запаха 3. Характеризуют пищевую ценность кулинарной продукции, ее компонентный состав, соблюдение рецептур блюд	А-4 Б-3 В-2						
номенклатура показателей	пояснение содержания определения											
А. Микробиологические показатели Б. Физико-химические показатели В. Органолептические показатели	1. Оценка сопроводительной документации 2. Оценка внешнего вида, цвета, запаха 3. Характеризуют пищевую ценность кулинарной продукции, ее компонентный состав, соблюдение рецептур блюд											

№	Текст задания		Ключ к ответам						
		4. Определение общей численности микробов и патогенных организмов в исследуемых образцах 5. Основные физические параметры тела: рост, вес, объемы							
	<i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i> <table border="1" data-bbox="309 439 539 510"> <tr> <td>А</td> <td>Б</td> <td>В</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>		А	Б	В				
А	Б	В							
3	Соотнесите виды экспертиз и пояснение содержания определения <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i> <table border="1" data-bbox="309 600 1311 1249"> <thead> <tr> <th data-bbox="309 600 778 636">виды экспертиз</th> <th data-bbox="778 600 1311 636">пояснение содержания определения</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="309 636 778 1249"> А. Качественный анализ Б. Количественный анализ В. Документальная экспертиза </td> <td data-bbox="778 636 1311 1249"> 1. Заключается в оценке экспертом товароведческих характеристик товара, основанной на информации в товарно-сопроводительных, технологических и иных документах 2. Анализ заключается в оценке экспертом количественных и качественных характеристик товара для установления его ассортиментной принадлежности 3. Предполагает оценку количественных характеристик товара 4. Предусматривает оценку качественных характеристик товара для установления соответствия их требованиям нормативных документов. 5. Определение состава материала с помощью методов, основанных на химических реакциях определяемых веществ в растворах. </td> </tr> </tbody> </table>		виды экспертиз	пояснение содержания определения	А. Качественный анализ Б. Количественный анализ В. Документальная экспертиза	1. Заключается в оценке экспертом товароведческих характеристик товара, основанной на информации в товарно-сопроводительных, технологических и иных документах 2. Анализ заключается в оценке экспертом количественных и качественных характеристик товара для установления его ассортиментной принадлежности 3. Предполагает оценку количественных характеристик товара 4. Предусматривает оценку качественных характеристик товара для установления соответствия их требованиям нормативных документов. 5. Определение состава материала с помощью методов, основанных на химических реакциях определяемых веществ в растворах.	А-4 Б-3 В-1		
виды экспертиз	пояснение содержания определения								
А. Качественный анализ Б. Количественный анализ В. Документальная экспертиза	1. Заключается в оценке экспертом товароведческих характеристик товара, основанной на информации в товарно-сопроводительных, технологических и иных документах 2. Анализ заключается в оценке экспертом количественных и качественных характеристик товара для установления его ассортиментной принадлежности 3. Предполагает оценку количественных характеристик товара 4. Предусматривает оценку качественных характеристик товара для установления соответствия их требованиям нормативных документов. 5. Определение состава материала с помощью методов, основанных на химических реакциях определяемых веществ в растворах.								
	<i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i> <table border="1" data-bbox="309 1308 539 1379"> <tr> <td>А</td> <td>Б</td> <td>В</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>		А	Б	В				
А	Б	В							

БЛОК Б – Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (базовый уровень)

Инструкция: Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

№	Текст задания	Ключ к ответам
	МДК.02.03 Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров	
1.	Укажите причины возникновения ассортиментной фальсификации колбасных изделий: <i>Выберите несколько вариантов ответа</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Пересортицы 2. Подмены одного вида изделия другим 3. Повышенное содержание воды в товаре 4. Ошибка продавца при выкладке Ответ: _____ Обоснование ответа: _____	Ответ: 1,2,4 Обоснование: Ассортиментный анализ проводится на основе органолептических показателей, поэтому невозможно сказать увеличено ли содержание воды в продукте, а отличить сорта возможно. Пункты 1,2,4 характеризуют одну ситуацию -пересортицу

№	Текст задания	Ключ к ответам
2.	<p>Укажите признаки информация фальсификации: <i>Выберите несколько вариантов ответа</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Неточность наименования товара; 2. Недостоверность фирма-производитель товара; 3. Указано точное количество товара; 4. Не указаны вводимые пищевые добавки. <p>Ответ: _____ Обоснование ответа: _____</p>	<p>Ответ: 1,2,4 Обоснование: Указание точного веса, не является фальсификацией и регламентируется ГОСТом информация для потребителей</p>
3.	<p>Укажите подлинный товар: <i>Выберите один вариант ответа</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Молоко, которое продается в супермаркетах с надписями "натуральное", "цельное", и даже с изображением коровы, произведено из порошка 2. Продажа ливерных колбас под видом вареных 3. Шоколадную массу вводят в больших количествах менее ценные компоненты не указывая на упаковке состав 4. Резко класть товар на весы <p>Ответ: _____ Обоснование ответа: _____</p>	<p>Ответ: 4 Обоснование: Изменение веса товара, а соответственно и стоимости является количественной фальсификацией, так как резко класть товар на весы распространенный метод обвеса: мало кто ждет, пока установится стрелка или успокоятся цифры (на электронных весах).</p>

БЛОК В – Задание закрытого типа на установление последовательности (повышенный уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и установите правильную последовательность

№	Текст задания	Ключ к ответам						
	МДК.02.03 Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров							
1.	<p>Установите последовательность этапов товароведческого анализа:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основной 2. Подготовительный 3. Заключительный <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td style="text-align: center;">3</td> </tr> <tr> <td style="height: 20px;"></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	2	3				2,1,3
1	2	3						
2.	<p>Установите последовательность содержания акта экспертизы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Констатирующая 2. Протокольная 3. Заключительная <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td style="text-align: center;">3</td> </tr> <tr> <td style="height: 20px;"></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	2	3				2,1,3
1	2	3						

№	Текст задания	Ключ к ответам								
3.	<p>Установите последовательность этапов товароведческого анализа товаров:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Товарные виды, типоразмеры. 2. Название, назначение. 3. Сырье. Конструктивные особенности. 4. Технические требования (проверка качества). <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	2	3	4					2,1,3,4
1	2	3	4							

БЛОК Г – Задание открытого типа с развернутым ответом (высокий уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

№	Текст задания	Ключ к ответам
	МДК.02.03 Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров	
1.	Как определить лицевую и изнаночную стороны ткани?	ОТВЕТ: Их определяют по рисунку, блеску, ворсу, чистоте отделки, кромке: лицевая сторона более гладкая, на ней отсутствуют узелки, торчащие кончики волокон и нитей; в тканях с печатным рисунком на лицевой стороне рисунок виден четко, а на изнаночной бледнее;
2.	Как провести органолептическую оценку чая черного байхового?	ОТВЕТ: Внешний вид чая определяется распределением навески 20 г чая на белом листе бумаги. Визуально определяется группа и подгруппа чая по изученной классификации. Определение вкуса и аромата чая. На весах взвешивают 2,8 г чая, засыпают в заварной чайник, заливают чай 125 мл закипевшей воды и закрывают крышкой. Через 5 минут экстракт чая без чайнок сливают в белую фарфоровую чашку. Проводят сравнительный анализ по ГОСТу
3.	В магазин поступило ванильное мороженое во взбитой шоколадной глазури торговой марки «Простоквашино». Изготовитель: «Альтер Вест XXI век», Московская область, Наро-Фоминский район. Основные сведения, содержащиеся в маркировке, соответствуют ГОСТ 31457-2012. Состав продукта: молоко натуральное, сахар, масло коровье, масло кокосовое, молоко сухое цельное, молоко сухое обезжиренное, вода питьевая, стабилизатор-эмульгатор (моно- и диглицериды жирных кислот, камедь рожкового дерева, камедь гуара, каррагинан), ароматизатор, идентичный натуральному, ванильный, глазурь шоколадная (масло коровье, сахар, какао-порошок, лецитин). Наличие на маркировке двух знаков соответствия свидетельствует о сертификации производства, в том числе в системе ХАССП. Кроме обязательной товарной информации, в маркировке есть дополнительная надпись: «Это настоящее мороженое! Эдуард Успенский».	ОТВЕТ: Назначение дополнительной надписи цитаты Э.Успенского-это рекламный ход, в данном мороженом есть сухое молоко, а в настоящем мороженом должно быть молоко коровье цельное, цельное сгущенное молоко, натуральные сливки, сливочное масло, поэтому эта надпись вводит потребителя в заблуждение. В магазине целесообразно проводить идентификацию мороженого при наличии знака соответствия в маркировке и копий сертификатов, так как возможна информационная фальсификация

№	Текст задания	Ключ к ответам
	Каково назначение дополнительной надписи (цитаты Э.Успенского)? Можно ли считать, что она вводит потребителя в заблуждение? Целесообразно ли в магазине проводить идентификацию мороженого при наличии знака соответствия в маркировке и копий сертификатов?.	

ПК 3.1 Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий

БЛОК А – Задание закрытого типа на установление соответствия (базовый уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и установите соответствие

№	Текст задания	Ключ к ответам										
	МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами											
1	<p>Соотнесите инструменты технологии продаж и пояснение содержания определения <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>инструменты технологии продаж</th> <th>пояснение содержания определения</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> А. Клиентская база Б. Анализ данных В. Лидогенерация </td> <td> 1. Совокупность клиентов компании или организации ,которые приобрели товары или услуги, либо проявили интерес к ним 2. Системы управления взаимодействия с клиентом 3. Процесс обработки и интерпретации данных о клиентах для выявления закономерностей и трендов 4. Использование интернет- каналов и технологий 5. Процесс привлечения потенциальных клиентов (лидов) к вашему бизнесу с целью их дальнейшего превращения в покупателя </td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>А</th> <th>Б</th> <th>В</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	инструменты технологии продаж	пояснение содержания определения	А. Клиентская база Б. Анализ данных В. Лидогенерация	1. Совокупность клиентов компании или организации ,которые приобрели товары или услуги, либо проявили интерес к ним 2. Системы управления взаимодействия с клиентом 3. Процесс обработки и интерпретации данных о клиентах для выявления закономерностей и трендов 4. Использование интернет- каналов и технологий 5. Процесс привлечения потенциальных клиентов (лидов) к вашему бизнесу с целью их дальнейшего превращения в покупателя	А	Б	В				А-1 Б-3 В-5
инструменты технологии продаж	пояснение содержания определения											
А. Клиентская база Б. Анализ данных В. Лидогенерация	1. Совокупность клиентов компании или организации ,которые приобрели товары или услуги, либо проявили интерес к ним 2. Системы управления взаимодействия с клиентом 3. Процесс обработки и интерпретации данных о клиентах для выявления закономерностей и трендов 4. Использование интернет- каналов и технологий 5. Процесс привлечения потенциальных клиентов (лидов) к вашему бизнесу с целью их дальнейшего превращения в покупателя											
А	Б	В										
2	<p>Соотнесите метод управления продажами и пояснение содержания определения <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>метод управления продажами</th> <th>пояснение содержания определения</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> А. CRM Б. Воронка продаж В. ERP </td> <td> 1. Система управления взаимодействием с клиентами , позволяющие хранить и анализировать данные о клиентах 2. сбор отзывов и рекомендаций от клиентов для улучшения продуктов и услуг. 3. Модель, описывающая путь клиента от осознания потребности до совершения покупок. 4. Инструменты для сборов информации о потребностях и предпочтениях клиентов 5. Планирование ресурсов предприятия </td> </tr> </tbody> </table>	метод управления продажами	пояснение содержания определения	А. CRM Б. Воронка продаж В. ERP	1. Система управления взаимодействием с клиентами , позволяющие хранить и анализировать данные о клиентах 2. сбор отзывов и рекомендаций от клиентов для улучшения продуктов и услуг. 3. Модель, описывающая путь клиента от осознания потребности до совершения покупок. 4. Инструменты для сборов информации о потребностях и предпочтениях клиентов 5. Планирование ресурсов предприятия	А-1 Б-3 В-5						
метод управления продажами	пояснение содержания определения											
А. CRM Б. Воронка продаж В. ERP	1. Система управления взаимодействием с клиентами , позволяющие хранить и анализировать данные о клиентах 2. сбор отзывов и рекомендаций от клиентов для улучшения продуктов и услуг. 3. Модель, описывающая путь клиента от осознания потребности до совершения покупок. 4. Инструменты для сборов информации о потребностях и предпочтениях клиентов 5. Планирование ресурсов предприятия											

№	Текст задания	Ключ к ответам										
	<p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i></p> <table border="1"> <tr> <td>А</td> <td>Б</td> <td>В</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	А	Б	В								
А	Б	В										
3	<p>Соотнесите вид деятельности по выбору направления развития товара и пояснение содержания определения <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>вид деятельности по выбору направления развития товара</th> <th>пояснение содержания определения</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> А. Прогнозирование Б. Сегментация В. Позиционирование </td> <td> 1. Образ компании или товара, который маркетологи выстраивают в сознании целевой аудитории с помощью разных тактик 2. Важно регулярно обновлять информацию о клиентах, чтоб исключить устаревшие данные 3. Разделения клиентской базы на группы по различным критериям, таким как возраст, пол, история покупок. 4. Налаживание партнерских отношений с другими компаниями 5. Регулярный анализ данных о клиентах позволяет выявлять тренды, лучше понимать потребности клиентов и адаптировать предложения компании к их ожиданиям. 6. Запуск рекламных компаний в различных каналах. </td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i></p> <table border="1"> <tr> <td>А</td> <td>Б</td> <td>В</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	вид деятельности по выбору направления развития товара	пояснение содержания определения	А. Прогнозирование Б. Сегментация В. Позиционирование	1. Образ компании или товара, который маркетологи выстраивают в сознании целевой аудитории с помощью разных тактик 2. Важно регулярно обновлять информацию о клиентах, чтоб исключить устаревшие данные 3. Разделения клиентской базы на группы по различным критериям, таким как возраст, пол, история покупок. 4. Налаживание партнерских отношений с другими компаниями 5. Регулярный анализ данных о клиентах позволяет выявлять тренды, лучше понимать потребности клиентов и адаптировать предложения компании к их ожиданиям. 6. Запуск рекламных компаний в различных каналах.	А	Б	В				А-5 Б-3 В-1
вид деятельности по выбору направления развития товара	пояснение содержания определения											
А. Прогнозирование Б. Сегментация В. Позиционирование	1. Образ компании или товара, который маркетологи выстраивают в сознании целевой аудитории с помощью разных тактик 2. Важно регулярно обновлять информацию о клиентах, чтоб исключить устаревшие данные 3. Разделения клиентской базы на группы по различным критериям, таким как возраст, пол, история покупок. 4. Налаживание партнерских отношений с другими компаниями 5. Регулярный анализ данных о клиентах позволяет выявлять тренды, лучше понимать потребности клиентов и адаптировать предложения компании к их ожиданиям. 6. Запуск рекламных компаний в различных каналах.											
А	Б	В										

БЛОК Б – Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (базовый уровень)

Инструкция: Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

№	Текст задания	Ключ к ответам
	<p>МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами</p>	
1.	<p>Укажите способы сортировки клиентов для анализа продаж: <i>Выберите несколько вариантов ответа</i></p> <ol style="list-style-type: none"> По уровню дохода По истории покупок По полу По сумме покупок <p>Ответ: _____ Обоснование ответа: _____</p>	<p>Ответ: 2,4 Обоснование: К показателям анализа продаж относятся финансовые показатели, которые характеризуют ритмичность покупок и сумму покупок</p>
2.	<p>Укажите действия менеджера при неудачном закрытии сделки: <i>Выберите один вариант ответа</i></p>	<p>Ответ: 3</p>

№	Текст задания	Ключ к ответам
	1. Обозначить дату следующего контакта и взять обязательство с клиента 2. Узнать цепочку согласования и сроки оплаты 3. Не озвучить цену 4. Запросить обратную связь Ответ: _____ Обоснование ответа: _____	Обоснование: Озвучивание итоговой цены, исключает непонимание со стороны продавца и покупателя
3.	Укажите признаки внутренней клиентоориентированности компании: <i>Выберите один вариант ответа</i> 1. Компания понимает взаимосвязь положительного клиентского опыта и частоту покупок 2. Компания и бизнес развивается, заимствует хорошие идеи у конкурентов, лидеров в других отраслях рынка. 3. Систематическое изучение предпочтений потребителей. 4. Корпоративная культура Ответ: _____ Обоснование ответа: _____	Ответ: Обоснование:

БЛОК В – Задание закрытого типа на установление последовательности (повышенный уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и установите правильную последовательность

№	Текст задания	Ключ к ответам						
	МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами							
1.	Установите последовательность формирования клиентской базы: 1. Сбор данных о потенциальных клиентах 2. Создания уникального торгового предложения 3. Определения целевой аудитории <i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td style="text-align: center;">3</td> </tr> <tr> <td style="height: 20px;"></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	2	3				3,2,1
1	2	3						
2.	Установите последовательность этапов анализа данных: 1. Определения целей анализа; 2. Очистка данных; 3. Сбор данных <i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td style="text-align: center;">3</td> </tr> <tr> <td style="height: 20px;"></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	2	3				1,3,2
1	2	3						

№	Текст задания	Ключ к ответам						
3.	<p>Установите последовательность разговора с клиентом:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Представления продукта или услуги 2. Приветствие и установления контакта 3. Выяснения потребностей с клиентом <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	2	3				2,3,1
1	2	3						

БЛОК Г – Задание открытого типа с развернутым ответом (высокий уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

№	Текст задания	Ключ к ответам																																																														
	МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами																																																															
1.	<p>В тексте покупателя о продукте может быть написано: «В целом нормально, но есть проблемы». «Отличный товар, но магазин так себе». «Ужас!», «Отвратительно», «Разочарован». Какие оптимальными решения можно применить, для структурирования отзыва?</p>	<p>ОТВЕТ: просить таких людей пояснить свой комментарий; внедрять шаблонные формы, которые направляют клиентов писать конкретные вещи: что понравилось, что можно улучшить.</p>																																																														
2.	<p>Выполните сортировку по RFM-анализу по представленному изображению</p> <p>Если показатели</p> <p>Показатель 1. Recency (давность сделки) Хороший» показатель (группа 1) – до 90 дней; «Нормальный» показатель (группа 2) – от 90 до 180 дней; «Плохой» показатель (группа 3) – от 180 дней.</p> <p>Показатель 2. Frequency (частота сделки) «Хороший» показатель (группа 1) – 5 и более покупок; «Нормальный» показатель (группа 2) – от 2 до 4 покупок; «Плохой» показатель (группа 3) – 1 покупка.</p> <p>Показатель 3. Monetary (вложения) Хороший» показатель (группа 1) – потратившие от 52 000; «Нормальный» показатель (группа 2) – в 52 000-36 000 рублей; Плохой» показатель (группа 3) – менее 36 000.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">ФИО</th> <th colspan="2">дата</th> <th rowspan="2">покупки</th> <th rowspan="2">количество дней с последней покупки</th> <th rowspan="2">количество во</th> <th rowspan="2">сумма</th> <th rowspan="2">R</th> <th rowspan="2">F</th> <th rowspan="2">M</th> </tr> <tr> <th>поступления</th> <th>текущая дата</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Клиент 1</td> <td>10.01.2018</td> <td>09.10.2019</td> <td></td> <td>637</td> <td>1</td> <td>140000</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Клиент 2</td> <td>16.09.2019</td> <td>09.10.2019</td> <td></td> <td>23</td> <td>3</td> <td>30000</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Клиент 3</td> <td>02.10.2019</td> <td>09.10.2019</td> <td></td> <td>7</td> <td>7</td> <td>43000</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Клиент 4</td> <td>15.01.2019</td> <td>09.10.2019</td> <td></td> <td>267</td> <td>3</td> <td>56000</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Клиент 5</td> <td>13.05.2018</td> <td>09.10.2019</td> <td></td> <td>514</td> <td>1</td> <td>87000</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	ФИО	дата		покупки	количество дней с последней покупки	количество во	сумма	R	F	M	поступления	текущая дата	Клиент 1	10.01.2018	09.10.2019		637	1	140000				Клиент 2	16.09.2019	09.10.2019		23	3	30000				Клиент 3	02.10.2019	09.10.2019		7	7	43000				Клиент 4	15.01.2019	09.10.2019		267	3	56000				Клиент 5	13.05.2018	09.10.2019		514	1	87000				<p>ОТВЕТ:</p> <p>Клиент 1-331 Клиент 2-123 Клиент 3 -112 Клиент 4 -321</p>
ФИО	дата		покупки	количество дней с последней покупки								количество во	сумма	R	F	M																																																
	поступления	текущая дата																																																														
Клиент 1	10.01.2018	09.10.2019		637	1	140000																																																										
Клиент 2	16.09.2019	09.10.2019		23	3	30000																																																										
Клиент 3	02.10.2019	09.10.2019		7	7	43000																																																										
Клиент 4	15.01.2019	09.10.2019		267	3	56000																																																										
Клиент 5	13.05.2018	09.10.2019		514	1	87000																																																										
3.	Укажите ошибки при sms-рассылки	<p>ОТВЕТ:</p> <p>Слишком часто отправляются сообщения Нерелевантная информация для получателя Отправка сообщений в ночное время суток Использование непонятных сокращений</p>																																																														

№	Текст задания	Ключ к ответам
		Сообщения не содержит каналов для обратной связи Написание номера телефона с тире или пробелами

ПК 3.2 Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров

БЛОК А – Задание закрытого типа на установление соответствия (базовый уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и установите соответствие

№	Текст задания	Ключ к ответам										
	МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами											
1	<p>Соотнесите условия ведения договорной работы и пояснение содержания определения <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;">условия ведения договорной работы</th> <th style="width: 50%;">пояснение содержания определения</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> А. Эффективное взаимодействие Б. Преддоговорная работа В. Деловые переговоры </td> <td> 1. Процесс обмена информацией, идеями и чувствами между людьми или группами, который приводит к достижению общих целей и удовлетворению потребностей всех участников 2. Процесс который происходит с помощью бюджета страны 3. Комплекс мероприятий, проводимых сторонами до заключения договора, направленных на подготовку и согласование условий будущего договора. 4. Конструктивный подход к решению разногласий, поиск компромиссов и взаимовыгодных решений 5. Форма делового общения между партнерами, она направлена на поиск конструктивного подхода к решению проблемы, заключение договоров и сделок и решение спорных вопросов </td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th>А</th> <th>Б</th> <th>В</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="width: 33%;"></td> <td style="width: 33%;"></td> <td style="width: 33%;"></td> </tr> </tbody> </table>	условия ведения договорной работы	пояснение содержания определения	А. Эффективное взаимодействие Б. Преддоговорная работа В. Деловые переговоры	1. Процесс обмена информацией, идеями и чувствами между людьми или группами, который приводит к достижению общих целей и удовлетворению потребностей всех участников 2. Процесс который происходит с помощью бюджета страны 3. Комплекс мероприятий, проводимых сторонами до заключения договора, направленных на подготовку и согласование условий будущего договора. 4. Конструктивный подход к решению разногласий, поиск компромиссов и взаимовыгодных решений 5. Форма делового общения между партнерами, она направлена на поиск конструктивного подхода к решению проблемы, заключение договоров и сделок и решение спорных вопросов	А	Б	В				А-1 Б-3 В-5
условия ведения договорной работы	пояснение содержания определения											
А. Эффективное взаимодействие Б. Преддоговорная работа В. Деловые переговоры	1. Процесс обмена информацией, идеями и чувствами между людьми или группами, который приводит к достижению общих целей и удовлетворению потребностей всех участников 2. Процесс который происходит с помощью бюджета страны 3. Комплекс мероприятий, проводимых сторонами до заключения договора, направленных на подготовку и согласование условий будущего договора. 4. Конструктивный подход к решению разногласий, поиск компромиссов и взаимовыгодных решений 5. Форма делового общения между партнерами, она направлена на поиск конструктивного подхода к решению проблемы, заключение договоров и сделок и решение спорных вопросов											
А	Б	В										
2	<p>Соотнесите действие с товарной единицей с пояснением содержания определения <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;">действие с товарной единицей</th> <th style="width: 50%;">пояснение содержания определения</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="height: 20px;"></td> <td style="height: 20px;"></td> </tr> </tbody> </table>	действие с товарной единицей	пояснение содержания определения			А-4 Б-3 В-5						
действие с товарной единицей	пояснение содержания определения											

№	Текст задания		Ключ к ответам						
	А. Выдача товара Б. Продажа В. Возврат	1. Денежные средства 2. Приобретение какого-либо товара 3. Юридическая сделка, в результате которой право собственности на товар (или услугу) переходит от продавца к покупателю за определённую плату (цену). 4. Всё, что может удовлетворить потребность или желание и предлагается на рынке для привлечения внимания, приобретения, использования или потребления 5. Право потребителя вернуть не подошедшее изделие после совершения покупки в случае, если оно не соответствует заявленному качеству или не понравилось по каким-либо внешним параметрам							
<i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i>									
<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 33%;">А</td> <td style="width: 33%;">Б</td> <td style="width: 33%;">В</td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </table>				А	Б	В			
А	Б	В							
3	Соотнесите действия по взаимодействию с клиентами с пояснениями содержания действия <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i>		А-2 Б-3 В-5						
<i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i>									
<table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%; text-align: center;">действия по взаимодействию с клиентами</th> <th style="width: 50%; text-align: center;">пояснение содержания действия</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="300 1077 778 1693"> А. Деятельность на опережение Б. Слышать клиента В. Честность и искренность </td> <td data-bbox="778 1077 1321 1693"> 1. Отсутствие своевременного ответа на запросы клиентов или игнорирование их обращений может создать негативное впечатление и привести к потере клиентов. 2. В сообщении сразу написать о возможных скидках и бонусах. 3. Важно не только показывать заинтересованность в запросе клиента, но и действительно узнать его суть, задавать вопросы и разбираться в ситуации 4. Если у менеджера есть более приоритетные задачи и он не может прямо сейчас заняться запросом клиента, необходимо уведомить его о времени ожидания и вернуться к нему в назначенный срок 5. Любая недостоверная информация о продукте может негативно отразиться на доверии клиента </td> </tr> </tbody> </table>				действия по взаимодействию с клиентами	пояснение содержания действия	А. Деятельность на опережение Б. Слышать клиента В. Честность и искренность	1. Отсутствие своевременного ответа на запросы клиентов или игнорирование их обращений может создать негативное впечатление и привести к потере клиентов. 2. В сообщении сразу написать о возможных скидках и бонусах. 3. Важно не только показывать заинтересованность в запросе клиента, но и действительно узнать его суть, задавать вопросы и разбираться в ситуации 4. Если у менеджера есть более приоритетные задачи и он не может прямо сейчас заняться запросом клиента, необходимо уведомить его о времени ожидания и вернуться к нему в назначенный срок 5. Любая недостоверная информация о продукте может негативно отразиться на доверии клиента		
действия по взаимодействию с клиентами	пояснение содержания действия								
А. Деятельность на опережение Б. Слышать клиента В. Честность и искренность	1. Отсутствие своевременного ответа на запросы клиентов или игнорирование их обращений может создать негативное впечатление и привести к потере клиентов. 2. В сообщении сразу написать о возможных скидках и бонусах. 3. Важно не только показывать заинтересованность в запросе клиента, но и действительно узнать его суть, задавать вопросы и разбираться в ситуации 4. Если у менеджера есть более приоритетные задачи и он не может прямо сейчас заняться запросом клиента, необходимо уведомить его о времени ожидания и вернуться к нему в назначенный срок 5. Любая недостоверная информация о продукте может негативно отразиться на доверии клиента								
<i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i>									
<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 33%;">А</td> <td style="width: 33%;">Б</td> <td style="width: 33%;">В</td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </table>				А	Б	В			
А	Б	В							

БЛОК Б – Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (базовый уровень)

Инструкция: Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

№	Текст задания	Ключ к ответам
	МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	
1.	<p>Укажите планирование «сверху-вниз» (top-down planning): <i>Выберите один вариант ответа</i></p> <p>1. Высшее руководство компании самостоятельно устанавливает цели и разрабатывает планы для своего отдела продаж</p> <p>2. РОП (руководитель отдела продаж) вырабатывает собственные цели и планы, которые направляются руководству на утверждение.</p> <p>3. Высшее руководство компании прописывает стратегию и цели ее деятельности, на основе которых РОП разрабатывает мероприятия, направленные на достижение этих целей. Эти планы утверждаются руководством компании.</p> <p>4. Сотрудники компании определяют план действия</p> <p>Ответ: _____ Обоснование ответа: _____</p>	<p>Ответ: 1 Обоснование: При управлении сверху вниз лидер команды или проекта принимает решения, которые затем спускаются вниз по иерархической структуре.</p>
2.	<p>Укажите планограмму: <i>Выберите один вариант ответа</i></p> <p>1. Изучение информации о товаре</p> <p>2. Запрос дополнительной информации</p> <p>3. Модель выкладки товаров в магазине</p> <p>4. План по работе кассиров</p> <p>Ответ: _____ Обоснование ответа: _____</p>	<p>Ответ: 3 Обоснование: Перевод с английского, как толкование, планграмма - план схема выкладки товара.</p>
3.	<p>Укажите преимущества планирования «цели вниз-план вверх» (goals down-plans up planning): <i>Выберите один вариант ответа</i></p> <p>1. Отсутствие доверия между сотрудниками разных уровней</p> <p>2. Укрепление сотрудничества и партнерства</p> <p>3. Несоответствие стратегии компании</p> <p>4. Уменьшение мотивации сотрудников</p> <p>Ответ: _____ Обоснование ответа: _____</p>	<p>Ответ: 2 Обоснование: При подходе «снизу вверх» каждый участвует в принятии решений. Сотрудники чувствуют, что имеют право голоса и к ним прислушиваются. Одна голова — хорошо, две — лучше, но подключить к процессу всех сотрудников — лучше всего.</p>

БЛОК В – Задание закрытого типа на установление последовательности (повышенный уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и установите правильную последовательность

№	Текст задания	Ключ к ответам
	МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	

№	Текст задания	Ключ к ответам						
1.	<p>Установите последовательность этапов общения с клиентами:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Привлечение клиента 2. Заключение сделки 3. Установление отношений <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	2	3				1,3,2
1	2	3						
2.	<p>Установите последовательность этапов продажи товара:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Послепродажное обслуживание 2. Подготовка 3. Привлечение внимания <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	2	3				2,3,1
1	2	3						
3.	<p>Укажите последовательность осуществления предоговорной работы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Переговоры и согласование основных условий 2. Инициация и предварительный контакт 3. Подготовка проекта договора <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	2	3				2,1,3
1	2	3						

БЛОК Г – Задание открытого типа с развернутым ответом (высокий уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

№	Текст задания	Ключ к ответам
	МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	
1.	Опишите преимущества использования планограмм	<p>ОТВЕТ: Увеличение комфорта покупателей. Повышение оборота товаров.</p> <p>Эффективное зонирование и использование торгового пространства.</p> <p>Возможность контролировать ассортимент. Создание привлекательного внешнего вида магазина. Установление чёткого стандарта для персонала.</p> <p>Удовлетворение требований ритейлера и повышение доходности конкретной торговой точки.</p>
2.	<p>Представлен скрипт холодного звонка.</p> <p>Вы: Здравствуйте.</p> <p>Клиент: Да, добрый день.</p> <p>Вы: Нашел вашу квартиру на (название сайта), вы все ещё её продаете?</p> <p>Клиент: Да</p>	<p>ОТВЕТ: Менеджеры при звонке не представляются сами и не называют клиента по имени</p>

№	Текст задания	Ключ к ответам
	<p>Вы: Отлично, адрес Парковая, 51, правильно? Клиент: Да Вы: Я из риэлторского агентства «...» и как раз ищу для своих клиентов двухкомнатную квартиру в этом районе, можно мне задать несколько наводящих вопросов о вашей квартире? Клиент: Да, задавайте.</p> <p>Напишите недоработки по диалогу.</p>	
3.	<p>Вы - сотрудник компании «Поле-Полюшко», ваша профессиональная сфера - торговля сахаром. Вы встречаетесь для подписания контракта с новым покупателем. До этого вы несколько раз встречались с ним, и пришли к согласию по всем вопросам. В течение встречи покупатель начинает говорить о том, что цена может измениться во время транспортировки. И требует внести в договор пункт о том, что если цена, во время транспортировки изменится, то изменится и платеж.</p> <p>Ваша цель - добиться фиксированной цены либо на момент отгрузки, либо на момент прибытия. Урегулировать ситуацию, сохранить долгосрочные отношения и предотвратить подобные ситуации на будущее.</p> <p>Покупатель. Вы заинтересованы получить наиболее выгодные условия и считаете, что при подписании контракта такого уровня и с клиентом такого уровня, каким являетесь вы, вам обязаны идти на уступки. Опишите действия продавца.</p>	ОТВЕТ: Стоит объяснить оппоненту, что уступки и соглашения взаимны, и предложить установить фиксированные цены на момент прибытия груза

ПК 3.3 Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов

БЛОК А – Задание закрытого типа на установление соответствия (базовый уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и установите соответствие

№	Текст задания	Ключ к ответам				
	МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами					
1	<p>Соотнесите виды клиентов и пояснение содержания определения</p> <p><i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th>виды клиентов</th> <th>пояснение содержания определения</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> А. Лояльный клиент Б. Новый клиент В. Постоянный клиент </td> <td> 1. Требуется новая информация о клиенте 2. Клиент готов рекомендовать компанию друзьям 3. Клиент, который до указанного периода отчета не совершал визитов или сделок 4. Клиент, который до указанного периода отчета совершал множество визитов или сделок 5. Клиент, который негативно отзывался о организации </td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i></p>	виды клиентов	пояснение содержания определения	А. Лояльный клиент Б. Новый клиент В. Постоянный клиент	1. Требуется новая информация о клиенте 2. Клиент готов рекомендовать компанию друзьям 3. Клиент, который до указанного периода отчета не совершал визитов или сделок 4. Клиент, который до указанного периода отчета совершал множество визитов или сделок 5. Клиент, который негативно отзывался о организации	А-2 Б-3 В-4
виды клиентов	пояснение содержания определения					
А. Лояльный клиент Б. Новый клиент В. Постоянный клиент	1. Требуется новая информация о клиенте 2. Клиент готов рекомендовать компанию друзьям 3. Клиент, который до указанного периода отчета не совершал визитов или сделок 4. Клиент, который до указанного периода отчета совершал множество визитов или сделок 5. Клиент, который негативно отзывался о организации					

№	Текст задания			Ключ к ответам										
	А	Б	В											
2	<p>Соотнесите тип возражения и высказывание клиента <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>тип возражения</th> <th>высказывание клиента</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>А. Возражение по цене Б. Возражение по качеству В. Ложные возражения</td> <td>1. Слишком дорого 2. Меня устраивает цена 3. Мне безразлично качество 4. Меня беспокоит гарантия и обслуживание 5. Рассмотрим в следующий раз покупку</td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>А</th> <th>Б</th> <th>В</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>			тип возражения	высказывание клиента	А. Возражение по цене Б. Возражение по качеству В. Ложные возражения	1. Слишком дорого 2. Меня устраивает цена 3. Мне безразлично качество 4. Меня беспокоит гарантия и обслуживание 5. Рассмотрим в следующий раз покупку	А	Б	В				А-1 Б-4 В-5
тип возражения	высказывание клиента													
А. Возражение по цене Б. Возражение по качеству В. Ложные возражения	1. Слишком дорого 2. Меня устраивает цена 3. Мне безразлично качество 4. Меня беспокоит гарантия и обслуживание 5. Рассмотрим в следующий раз покупку													
А	Б	В												
3	<p>Соотнесите этап продаж и условие этапа продаж <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>этап продаж</th> <th>условие этапа продаж</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>А. Презентация продукта Б. Установление контакта В. Завершение сделки</td> <td>1. Создание доверительной атмосферы 2. Соглашение сторон и подписание договора 3. Подведение итогов и благодарность клиенту 4. Демонстрация преимуществ и особенностей продукта 5. Использование активного слушания 6. Приглашение клиентов к обсуждению</td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>А</th> <th>Б</th> <th>В</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>			этап продаж	условие этапа продаж	А. Презентация продукта Б. Установление контакта В. Завершение сделки	1. Создание доверительной атмосферы 2. Соглашение сторон и подписание договора 3. Подведение итогов и благодарность клиенту 4. Демонстрация преимуществ и особенностей продукта 5. Использование активного слушания 6. Приглашение клиентов к обсуждению	А	Б	В				А-4 Б-1 В-2
этап продаж	условие этапа продаж													
А. Презентация продукта Б. Установление контакта В. Завершение сделки	1. Создание доверительной атмосферы 2. Соглашение сторон и подписание договора 3. Подведение итогов и благодарность клиенту 4. Демонстрация преимуществ и особенностей продукта 5. Использование активного слушания 6. Приглашение клиентов к обсуждению													
А	Б	В												

БЛОК Б – Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (базовый уровень)

Инструкция: Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

№	Текст задания	Ключ к ответам
	МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	
1.	<p>Укажите причины почему надо работать с возражениями клиента: <i>Выберите несколько вариантов ответа</i></p> <p>1. Возможность выявить и устранить недостатки своей презентации товара, донести до клиента его свойства; 2. Снятие опасений покупателя, аргументированное доказательство того, что он приобретает лучший продукт; 3. Отсортировать неблагодарных клиентов 4. Выявить предпочтения клиентов и больше им не звонить</p>	<p>Ответ: 1,2 Обоснование: Если всё сделано правильно, у клиента возникает ощущение эмоциональной сопричастности продавца. Он чувствует, что последний принимает и разделяет его настроенность.</p>

№	Текст задания	Ключ к ответам
	<p>Ответ: _____</p> <p>Обоснование ответа: _____</p>	
2.	<p>Укажите ошибки при выявлении потребностей: <i>Выберите несколько вариантов ответа</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Презентация потребностей 2. Принятие решения за клиента 3. Отсутствие закрытых вопросов 4. Перебивание. <p>Ответ: _____</p> <p>Обоснование ответа: _____</p>	<p>Ответ: 2,4</p> <p>Обоснование: Когда покупатель выбрал определённый товар, то лучше всего узнать причину выбора. Не нужно его переубеждать или навязывать лучший продукт. При формулировании предложения всегда нужно исходить из потребностей клиента. Не следует перебивать клиента, когда он рассказывает о проблеме или потребности. Даже если кажется, что всё нужное уже сказано. В процессе монолога можно выявить существенные нюансы. К тому же, покупатели лояльнее относятся к продавцам, которые умеют слушать</p>
3.	<p>Выберите, как использование специальных программных продуктов помогает в процессе продаж? <i>Выберите один вариант ответа</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Автоматизация процессов. 2. Ухудшение аналитики и мониторинга. 3. Персонализация взаимодействия с клиентами. 4. Непрозрачность сделки <p>Ответ: _____</p> <p>Обоснование ответа: _____</p>	<p>Ответ: 1</p> <p>Обоснование: Специализированные программные продукты, такие как CRM-системы, позволяют автоматизировать рутинные задачи, такие как управление лидами, отслеживание взаимодействий с клиентами и создание отчетов. Это освобождает время продавцов для более эффективного общения с клиентами и сосредоточения на закрытии сделок.</p>

БЛОК В – Задание закрытого типа на установление последовательности (повышенный уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и установите правильную последовательность

№	Текст задания	Ключ к ответам						
	<p>МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами</p>							
1.	<p>Установите последовательность этапов работы с возражениями:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Уточните причины возражения 2. Презентация решения 3. Подтверждение согласия клиента <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td style="text-align: center;">3</td> </tr> <tr> <td style="width: 30px; height: 20px;"></td> <td style="width: 30px; height: 20px;"></td> <td style="width: 30px; height: 20px;"></td> </tr> </table>	1	2	3				1,2,3
1	2	3						

№	Текст задания	Ключ к ответам						
2.	<p>Установите последовательность этапов работы с разработкой стратегии продаж:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Создание ценовой стратегии 2. Определение каналов продаж 3. Разработка маркетингового плана <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	2	3				2,1,3
1	2	3						
3.	<p>Установите последовательность этапов процесса принятия решения:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сбор отзывов 2. Анализ результатов и корректировка 3. Запуск продаж <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	2	3				3,1,2
1	2	3						

БЛОК Г – Задание открытого типа с развернутым ответом (высокий уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

№	Текст задания	Ключ к ответам
	МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	
1.	<p>Напишите ответные реакции при работе с возражением Возражение: «Очень дорого» = Возражение: «Не устраивает товар/услуга =</p>	<p>ОТВЕТ: Очень дорого» = «Наши цены действительно выше, чем у конкурентов. В эту стоимость мы включили годовое обслуживание и дополнительную гарантию». «Не устраивает товар/услуга = «Подскажите, почему? Могу ли я подобрать другие варианты?»».</p>
2.	Опишите особенности презентации по телефону	<p>ОТВЕТ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Продавец может увлечься монологом, не контролируя насколько внимательно его слушают на другом конце провода; 2.Внимание клиента рассеянно — дети и домашние животные, коллеги, 3.Необходимо постоянно контролировать слушает ли вас собеседник. 4.Обращать внимание на частоту ответных реакций 5.Чаще задавать вопросы, выстраивая диалог; 6.Повторять ключевые моменты, если кажется, что собеседник мог отвлечься и не услышать их в первый раз.
3.	Цифровые технологии проникают во все сферы нашей жизни, и розничная торговля не стала исключением. В последние годы все больше компаний обратили внимание на использование цифровых витрин для привлечения и	<p>ОТВЕТ: Цифровая витрина — это виртуальное пространство, которое позволяет компаниям представлять свои товары и услуги онлайн. Одним из</p>

№	Текст задания	Ключ к ответам
	удержания потребителей. Что такое цифровая витрина и как она может изменить торговую среду?	главных преимуществ цифровых витрин является их гибкость и масштабируемость. Компании могут легко обновлять и изменять содержимое своих витрин, включая новые продукты, акции и актуальные события.

ПК 3.4 Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж

БЛОК А – Задание закрытого типа на установление соответствия (базовый уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и установите соответствие

№	Текст задания	Ключ к ответам										
	МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами											
1	<p>Соотнесите инструмент для определения направлений работы с клиентом и пояснение содержания определения <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>инструмент для определения направлений работы с клиентом</th> <th>пояснение содержания определения</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> А. Портрет клиента Б. Позиционирование продукции В. Клиентоориентированность </td> <td> 1. Персональная страница на сайте, доступ к которой есть только у пользователя. 2. Описание идеального покупателя вашего товара или услуги. 3. Процесс определения того, как ваш продукт или услуга будут восприниматься на рынке по сравнению с конкурентами. 4. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса 5. Создание и поддержание долгосрочных отношений с клиентами путем предложения ценности и удовлетворения их потребностей. </td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>А</th> <th>Б</th> <th>В</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	инструмент для определения направлений работы с клиентом	пояснение содержания определения	А. Портрет клиента Б. Позиционирование продукции В. Клиентоориентированность	1. Персональная страница на сайте, доступ к которой есть только у пользователя. 2. Описание идеального покупателя вашего товара или услуги. 3. Процесс определения того, как ваш продукт или услуга будут восприниматься на рынке по сравнению с конкурентами. 4. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса 5. Создание и поддержание долгосрочных отношений с клиентами путем предложения ценности и удовлетворения их потребностей.	А	Б	В				А-2 Б-3 В-5
инструмент для определения направлений работы с клиентом	пояснение содержания определения											
А. Портрет клиента Б. Позиционирование продукции В. Клиентоориентированность	1. Персональная страница на сайте, доступ к которой есть только у пользователя. 2. Описание идеального покупателя вашего товара или услуги. 3. Процесс определения того, как ваш продукт или услуга будут восприниматься на рынке по сравнению с конкурентами. 4. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса 5. Создание и поддержание долгосрочных отношений с клиентами путем предложения ценности и удовлетворения их потребностей.											
А	Б	В										
2	<p>Соотнесите вид привлечения клиента и пояснение содержания определения <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>вид привлечения клиента</th> <th>пояснение содержания определения</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> А. Контекстная реклама Б. Целевая реклама В. Рассылки </td> <td> 1. Комплект расположенных в определенном порядке клавиш или кнопок 2. Это когда реклама показывается только тем людям, которые, вероятно, заинтересованы в продукте или услуге 3. Тип интернет-рекламы, при котором рекламное объявление показывается в соответствии с содержанием, выбранной аудиторией, местом, временем </td> </tr> </tbody> </table>	вид привлечения клиента	пояснение содержания определения	А. Контекстная реклама Б. Целевая реклама В. Рассылки	1. Комплект расположенных в определенном порядке клавиш или кнопок 2. Это когда реклама показывается только тем людям, которые, вероятно, заинтересованы в продукте или услуге 3. Тип интернет-рекламы, при котором рекламное объявление показывается в соответствии с содержанием, выбранной аудиторией, местом, временем	А-3 Б-2 В-6						
вид привлечения клиента	пояснение содержания определения											
А. Контекстная реклама Б. Целевая реклама В. Рассылки	1. Комплект расположенных в определенном порядке клавиш или кнопок 2. Это когда реклама показывается только тем людям, которые, вероятно, заинтересованы в продукте или услуге 3. Тип интернет-рекламы, при котором рекламное объявление показывается в соответствии с содержанием, выбранной аудиторией, местом, временем											

№	Текст задания		Ключ к ответам										
	<p>4. Торговая площадка, на которой продаются товары</p> <p>5. Потенциальный клиент, который может совершить покупку</p> <p>6. Отправка одного сообщения большому количеству получателей по заранее составленному списку адресатов.</p> <p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i></p> <table border="1" data-bbox="309 483 539 555"> <tr> <td>А</td> <td>Б</td> <td>В</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>		А	Б	В								
А	Б	В											
3	<p>Соотнесите деятельность по реализации мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и пояснение содержания определения</p> <p><i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1" data-bbox="309 680 1310 1541"> <thead> <tr> <th data-bbox="309 680 778 775">деятельность по реализации мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж</th> <th data-bbox="778 680 1310 775">пояснение содержания определения</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="309 775 778 1541"> <p>А. Повышение конкурентоспособности</p> <p>Б. Управление спросом</p> <p>В. Стратегический маркетинг</p> </td> <td data-bbox="778 775 1310 1541"> <p>1. Разработка и реализация мероприятий, направленных на улучшение позиционирования компании и ее продукта/услуги на рынке, делаая их более привлекательными для потребителей по сравнению с конкурентами.</p> <p>2. Деятельность по созданию новых структур (обычно речь идёт о новых блоках в блокчейне) для обеспечения функционирования криптовалютных платформ.</p> <p>3. Процесс планирования и реализации мероприятий, направленный на создание и поддержание устойчивого спроса на продукцию/услуги, обеспечивающий достижение долгосрочных целей компании в области продаж.</p> <p>4. Активное воздействие на покупательское поведение с целью увеличения объемов продаж, включая создание и продвижение привлекательного предложения, управление ценами и коммуникацию с потребителями</p> <p>5.</p> </td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i></p> <table border="1" data-bbox="309 1599 539 1666"> <tr> <td>А</td> <td>Б</td> <td>В</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>		деятельность по реализации мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж	пояснение содержания определения	<p>А. Повышение конкурентоспособности</p> <p>Б. Управление спросом</p> <p>В. Стратегический маркетинг</p>	<p>1. Разработка и реализация мероприятий, направленных на улучшение позиционирования компании и ее продукта/услуги на рынке, делаая их более привлекательными для потребителей по сравнению с конкурентами.</p> <p>2. Деятельность по созданию новых структур (обычно речь идёт о новых блоках в блокчейне) для обеспечения функционирования криптовалютных платформ.</p> <p>3. Процесс планирования и реализации мероприятий, направленный на создание и поддержание устойчивого спроса на продукцию/услуги, обеспечивающий достижение долгосрочных целей компании в области продаж.</p> <p>4. Активное воздействие на покупательское поведение с целью увеличения объемов продаж, включая создание и продвижение привлекательного предложения, управление ценами и коммуникацию с потребителями</p> <p>5.</p>	А	Б	В				<p>А-1</p> <p>Б-4</p> <p>В-3</p>
деятельность по реализации мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж	пояснение содержания определения												
<p>А. Повышение конкурентоспособности</p> <p>Б. Управление спросом</p> <p>В. Стратегический маркетинг</p>	<p>1. Разработка и реализация мероприятий, направленных на улучшение позиционирования компании и ее продукта/услуги на рынке, делаая их более привлекательными для потребителей по сравнению с конкурентами.</p> <p>2. Деятельность по созданию новых структур (обычно речь идёт о новых блоках в блокчейне) для обеспечения функционирования криптовалютных платформ.</p> <p>3. Процесс планирования и реализации мероприятий, направленный на создание и поддержание устойчивого спроса на продукцию/услуги, обеспечивающий достижение долгосрочных целей компании в области продаж.</p> <p>4. Активное воздействие на покупательское поведение с целью увеличения объемов продаж, включая создание и продвижение привлекательного предложения, управление ценами и коммуникацию с потребителями</p> <p>5.</p>												
А	Б	В											

БЛОК Б – Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (базовый уровень)

Инструкция: Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

№	Текст задания	Ключ к ответам
	МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	
1.	<p>Укажите методы достижения плана продаж: <i>Выберите несколько вариантов ответа</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проведение акций и распродаж 2. Увеличение рекламного бюджета 3. Снижение качества продукции 4. Обучение сотрудников навыкам продаж <p>Ответ: _____ Обоснование ответа: _____</p>	<p>Ответ: 1,2,4 Обоснование: Акции и распродажи привлекают внимание покупателей. Увеличение рекламного бюджета позволяет охватить большее количество потенциальных покупателей. Обучение сотрудников навыкам продаж помогает улучшить качество обслуживания клиентов и увеличить продажи.</p>
2.	<p>Укажите методы анализа оценки эффективности мероприятий по продажам: <i>Выберите один вариант ответа</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сравнение текущих продаж с плановыми 2. Опросы сотрудников о их мнении 3. Игнорирование результатов 4. Анализ ассортимента в магазине <p>Ответ: _____ Обоснование ответа: _____</p>	<p>Ответ: 1 Обоснование: Сравнение текущих продаж с плановыми позволяет выявить отклонения и определить, какие мероприятия работают, а какие требуют доработки.</p>
3.	<p>Укажите факторы влияющие на выполнение плана продаж: <i>Выберите несколько вариантов ответа</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сезонность 2. Неадекватное распределение нагрузки 3. Картография продаж 4. Мотивация <p>Ответ: _____ Обоснование ответа: _____</p>	<p>Ответ: 1,3 Обоснование: Есть сезонные товары, которые реализуются в большом объеме только в определенный период. Если этого не учесть, вы столкнетесь с невыполнением. Одной денежной мотивации недостаточно, нужна ещё и моральная. Если в отделе продаж постоянно царит напряженная атмосфера, позитивно общаться с клиентами и эффективно продавать им они вряд ли смогут.</p>

БЛОК В – Задание закрытого типа на установление последовательности (повышенный уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и установите правильную последовательность

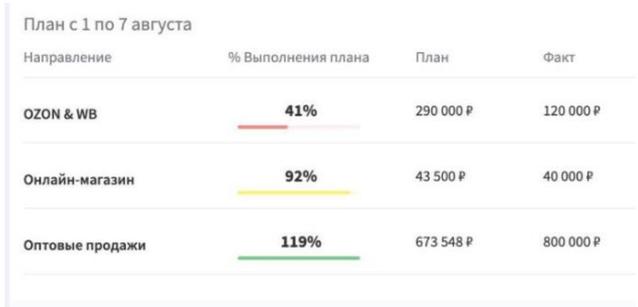
№	Текст задания	Ключ к ответам						
	МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами							
1.	<p>Установите правильную последовательность действий для планирования и реализации мероприятий, направленных на обеспечение выполнения плана продаж и стимулирование покупательского спроса:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ рынка и потребительских предпочтений – изучите текущие тренды, поведение целевой аудитории и конкурентное окружение. 2. Оценка результатов и корректировка плана – после реализации мероприятий оцените их эффективность и внесите необходимые изменения в стратегии. 3. Разработка стратегий и мероприятий – создайте план действий, включая маркетинговые акции и рекламные кампании для привлечения покупателей. <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td style="width: 30px; text-align: center;">1</td> <td style="width: 30px; text-align: center;">2</td> <td style="width: 30px; text-align: center;">3</td> </tr> <tr> <td style="height: 20px;"></td> <td style="height: 20px;"></td> <td style="height: 20px;"></td> </tr> </table>	1	2	3				1,3,2
1	2	3						

№	Текст задания	Ключ к ответам						
2.	<p>Установите правильную последовательность действий для стимулирования покупательского спроса:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Создание привлекательных предложений – разработайте скидки, акции и программы лояльности для привлечения клиентов. 2. Определение целевой аудитории – уточните, кто является вашим основным покупателем. 3. Мониторинг и анализ продаж – отслеживайте результаты акций и адаптируйте стратегии в зависимости от полученных данных. <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	2	3				2,1,3
1	2	3						
3.	<p>Установите последовательность действий для разработки плана продаж:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Оценка эффективности реализованных мероприятий 2. Формулирование целей и задач 3. Разработка мероприятий по достижению целей <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	2	3				2,3,1
1	2	3						

БЛОК Г – Задание открытого типа с развернутым ответом (высокий уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

№	Текст задания	Ключ к ответам
	МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	
1.	<p>В небольшом магазине одежды решили провести акцию для увеличения продаж. Владелец магазина предложил три метода стимулирования продаж:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Скидка 20% на все летние товары. 2. Подарок (футболка) при покупке на сумму от 3000 рублей. 3. Купон на 10% скидку для следующей покупки при покупке сейчас. <p>Вопрос: Какой из предложенных методов, по вашему мнению, будет наиболее простым и эффективным для привлечения покупателей? Обоснуйте свой выбор.</p>	<p>ОТВЕТ: 1 - Скидка легко понимается покупателями. Они сразу видят, что могут сэкономить деньги на покупках. Таким образом, скидка является понятным и привлекательным способом стимулирования продаж, что делает её эффективной для привлечения новых клиентов в магазин.</p>
2.	<p>В магазине одежды проводится акция: при покупке на сумму от 2500 рублей клиент получает подарок — шапку. Если клиент купил одежду на сумму 3200 рублей, получит ли он подарок? Решить задачу и написать объяснение.</p>	<p>ОТВЕТ: Решение: • Сумма покупки: 3,200 рублей • Минимальная сумма для получения подарка: 2,500 рублей Поскольку $3,200 > 2,500$, клиент получит подарок. Объяснение: Метод с подарком при покупке также является эффективным способом стимулирования продаж. Он создает дополнительный стимул для клиентов тратить больше, чтобы получить что-то бесплатное. Это может</p>

№	Текст задания	Ключ к ответам																
		увеличить среднюю сумму покупки и привлечь больше клиентов в магазин.																
3.	<p>Представлено изображение плана продаж. Рассчитайте отклонение. Сделайте вывод</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Направление</th> <th>% Выполнения плана</th> <th>План</th> <th>Факт</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>OZON & WB</td> <td>41%</td> <td>290 000 Р</td> <td>120 000 Р</td> </tr> <tr> <td>Онлайн-магазин</td> <td>92%</td> <td>43 500 Р</td> <td>40 000 Р</td> </tr> <tr> <td>Оптовые продажи</td> <td>119%</td> <td>673 548 Р</td> <td>800 000 Р</td> </tr> </tbody> </table>	Направление	% Выполнения плана	План	Факт	OZON & WB	41%	290 000 Р	120 000 Р	Онлайн-магазин	92%	43 500 Р	40 000 Р	Оптовые продажи	119%	673 548 Р	800 000 Р	<p>ОТВЕТ: Ozon=120000-290000=-170 000 рублей Онлайн магазин =40000-43000=-3500 рублей Оптовые продажи =800000-673548=126452рубля В период с 1 по 7 августа организация ozon имеет невыполнение плана на 41%, что составляет 170000 рублей, онлайн магазин имеет невыполнение плана на 92%, что составляет 3500 рублей, оптовые продажи перевыполнили план на 19% , что составляет 126452 рублей</p>
Направление	% Выполнения плана	План	Факт															
OZON & WB	41%	290 000 Р	120 000 Р															
Онлайн-магазин	92%	43 500 Р	40 000 Р															
Оптовые продажи	119%	673 548 Р	800 000 Р															

ПК 3.5 Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса

БЛОК А – Задание закрытого типа на установление соответствия (базовый уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и установите соответствие

№	Текст задания	Ключ к ответам										
	МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами											
1	<p>Соотнесите <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>вид спроса</th> <th>торговая ситуация</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> А. Покупательский спрос Б. Падающий спрос В. Отсутствующий спрос </td> <td> 1. Продукт или сырье покупают производители для использования при выпуске других товаров либо переработки 2. У потребителей нет желания или возможности покупать конкретный товар 3. Спрос на кнопочные телефоны упал при появлении смартфонов 4. Товар продается посреднику для перепродажи конечному потребителю 5. Товар или услугу приобретают конечные покупатели </td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>А</th> <th>Б</th> <th>В</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	вид спроса	торговая ситуация	А. Покупательский спрос Б. Падающий спрос В. Отсутствующий спрос	1. Продукт или сырье покупают производители для использования при выпуске других товаров либо переработки 2. У потребителей нет желания или возможности покупать конкретный товар 3. Спрос на кнопочные телефоны упал при появлении смартфонов 4. Товар продается посреднику для перепродажи конечному потребителю 5. Товар или услугу приобретают конечные покупатели	А	Б	В				А-5 Б-3 В-2
вид спроса	торговая ситуация											
А. Покупательский спрос Б. Падающий спрос В. Отсутствующий спрос	1. Продукт или сырье покупают производители для использования при выпуске других товаров либо переработки 2. У потребителей нет желания или возможности покупать конкретный товар 3. Спрос на кнопочные телефоны упал при появлении смартфонов 4. Товар продается посреднику для перепродажи конечному потребителю 5. Товар или услугу приобретают конечные покупатели											
А	Б	В										
2	<p>Соотнесите деятельность по реализации мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и пояснение содержания определения <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>деятельность по реализации мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж</th> <th>пояснение содержания определения</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	деятельность по реализации мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж	пояснение содержания определения			А-4 Б-2 В-3						
деятельность по реализации мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж	пояснение содержания определения											

№	Текст задания		Ключ к ответам						
	<p>А. Стимулирование продаж Б. План продаж В. Стратегия продаж</p>	<p>1. Документ, в котором обозначаются пошаговые действия, предпринимаемые сотрудниками для достижения общей цели 2. Это главный документ отдела продаж (ОП). План фиксирует, какую прибыль должна получить компания за определенный период времени и что для этого нужно делать 3. Непрерывный процесс, который помогает вам планировать, управлять и контролировать вашу стратегию продаж 4. Это комплекс маркетинговых техник, которые направлены на повышение спроса и увеличение узнаваемости бренда. 5. Электронный документооборот по обороту товаров</p>							
<i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i>									
<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 33%;">А</td> <td style="width: 33%;">Б</td> <td style="width: 33%;">В</td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </table>				А	Б	В			
А	Б	В							
3	<p>Соотнесите <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <thead> <tr> <th data-bbox="308 983 778 1048" style="text-align: center;">признаками классификации информации</th> <th data-bbox="778 983 1313 1048" style="text-align: center;">категории экономической информации</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="308 1048 778 1570"> <p>А. Плановая цена Б. Закупочная цена В. Оптовая цена</p> </td> <td data-bbox="778 1048 1313 1570"> <p>1. Цена, которая остается неизменной в течение определенного временного периода до момента их пересмотра экономическими службами организации 2. Понятие, отражающее поведение товаропроизводителя на рынке, его готовность произвести (предложить) какое-либо количество товара и услуг за определённый период времени при определённых условиях. 3. Денежное выражение стоимости товара 4. Стоимость, которую платит покупатель за приобретение товаров или услуг у продавца. 5. Цена, которая устанавливается на товар, продаваемый крупными партиями</p> </td> </tr> </tbody> </table>		признаками классификации информации	категории экономической информации	<p>А. Плановая цена Б. Закупочная цена В. Оптовая цена</p>	<p>1. Цена, которая остается неизменной в течение определенного временного периода до момента их пересмотра экономическими службами организации 2. Понятие, отражающее поведение товаропроизводителя на рынке, его готовность произвести (предложить) какое-либо количество товара и услуг за определённый период времени при определённых условиях. 3. Денежное выражение стоимости товара 4. Стоимость, которую платит покупатель за приобретение товаров или услуг у продавца. 5. Цена, которая устанавливается на товар, продаваемый крупными партиями</p>	<p>А-1 Б-4 В-5</p>		
признаками классификации информации	категории экономической информации								
<p>А. Плановая цена Б. Закупочная цена В. Оптовая цена</p>	<p>1. Цена, которая остается неизменной в течение определенного временного периода до момента их пересмотра экономическими службами организации 2. Понятие, отражающее поведение товаропроизводителя на рынке, его готовность произвести (предложить) какое-либо количество товара и услуг за определённый период времени при определённых условиях. 3. Денежное выражение стоимости товара 4. Стоимость, которую платит покупатель за приобретение товаров или услуг у продавца. 5. Цена, которая устанавливается на товар, продаваемый крупными партиями</p>								
<i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i>									
<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 33%;">А</td> <td style="width: 33%;">Б</td> <td style="width: 33%;">В</td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </table>				А	Б	В			
А	Б	В							

БЛОК Б – Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (базовый уровень)

Инструкция: *Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа*

№	Текст задания	Ключ к ответам
	МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	
1.	<p>Укажите направление исследования покупательского спроса: <i>Выберите один вариант ответа</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ материалов, полученных в результате исследования спроса. 2. Определение объема, структуры, тенденций и динамики его развития. 3. Обработку большого объема экономической информации 4. Решение повседневных задач организации <p>Ответ: _____ Обоснование ответа: _____</p>	<p>Ответ: 2 Обоснование: Это позволит оценить развитие рынка и выявить рыночную долю товара или услуг предприятия в сегменте.</p>
2.	<p>Укажите этапы планирования: <i>Выберите один вариант ответа</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Он включает в себя оценку эффективности продаж и определение областей, в которых вы можете ее улучшить. 2. Он не позволяет вам устанавливать цели и разрабатывать способы их достижения 3. Стимулирование продаж —это просто документ, в котором излагаются цели и действия вашей компании по продажам 4. Проведение рекламных акций <p>Обоснование ответа: _____</p>	<p>Ответ: 1 Обоснование: Так как эффективность продаж позволит вовремя оценить положение компании на рынке, своевременно исправлять ошибки, удерживать существующих клиентов и привлекать новых, улучшать репутацию, сохранять прибыль</p>
3.	<p>Укажите критерии реалистичного плана продаж: <i>Выберите один вариант ответа</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Осуществимость 2. Жесткость 3. Многомерность 4. Без срока реализации <p>Ответ: _____ Обоснование ответа: _____</p>	<p>Ответ: 1 Обоснование: Плановый показатель не завышен, а соответствует текущим ресурсам компании. Специально занижать планку тоже не стоит — это приведёт к невыполнению.</p>

БЛОК В – Задание закрытого типа на установление последовательности (повышенный уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и установите правильную последовательность

№	Текст задания	Ключ к ответам
	МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	

№	Текст задания	Ключ к ответам						
1.	<p>Установите последовательность этапов выполнения плана продаж:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Контролировать показатели отдела продаж 2. Организовать регулярное обучение продавцов 3. Собрать базу знаний <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	2	3				3,2,1
1	2	3						
2.	<p>Установите последовательность этапов формирования покупательского спроса:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Клиент понимает свою потребность и ищет пути её удовлетворения 2. Клиенту не знаком продукт или бренд 3. Потребитель анализирует и сравнивает между собой различные решения <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	2	3				2,1,3
1	2	3						
3.	<p>Установите последовательность этапов планирования и реализации мероприятий:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Реализация 2. Завершение 3. Планирование <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	2	3				3,1,2
1	2	3						

БЛОК Г – Задание открытого типа с развернутым ответом (высокий уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

№	Текст задания	Ключ к ответам
	МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	
1.	<p>Цена на товар выросла с 20 до 23 ден. ед. Коэффициент точечной эластичности спроса по цене равен (-2). Найти первоначальный объем рыночного спроса на товар, если после повышения цены он составлял 1200 штук.</p>	<p>ОТВЕТ: Точечная эластичность спроса по цене равна $E = (\% \text{ изменения спроса}) / (\% \text{ изменения цены})$. Из этого уравнения можно выразить изменение спроса: $\% \text{ изменение спроса} = E * \% \text{ изменение цены}$. Первоначальный объем рыночного спроса можно вычислить по формуле: Первоначальный объем рыночного спроса = объем рыночного спроса после изменения цены / $(1 + \% \text{ изменения спроса})$</p>

№	Текст задания	Ключ к ответам																																																																																														
		$(1200*20)/(12*23-(-2)*20+20)=1714$ шт																																																																																														
2.	<p>Определить интенсивность потребления мебели фирмы «Мебельстиль» сегментами и провести ABC – анализ эффективности потребления сегментами мебели</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Сегмент</th> <th>Потребление мебели, %</th> <th>Емкость сегмента, %</th> <th>Интенсивность потребления (гр.2/гр.3)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1</td><td>20</td><td>2</td><td>10</td></tr> <tr><td>2</td><td>15</td><td>3</td><td>5</td></tr> <tr><td>3</td><td>17</td><td>20</td><td>0,9</td></tr> <tr><td>4</td><td>10</td><td>1</td><td>10</td></tr> <tr><td>5</td><td>14</td><td>6</td><td>2,3</td></tr> <tr><td>6</td><td>9</td><td>9</td><td>1</td></tr> <tr><td>7</td><td>3</td><td>27</td><td>0,1</td></tr> <tr><td>8</td><td>5</td><td>19</td><td>0,3</td></tr> <tr><td>9</td><td>7</td><td>3</td><td>2,3</td></tr> <tr><td>Итого</td><td></td><td></td><td>31,9</td></tr> </tbody> </table> <p>ABC – анализ.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Сегмент</th> <th>Интенсивность потребления (гр.4)</th> <th>Удельная интенсивность, %</th> <th>Накопленная уд. ин. по группам, %</th> <th>Группы</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1</td><td>10</td><td>31,3</td><td>31,3</td><td rowspan="2">Б</td></tr> <tr><td>4</td><td>10</td><td>31,3</td><td>62,6</td></tr> <tr><td>2</td><td>5</td><td>15,7</td><td>78,3</td><td rowspan="2">А</td></tr> <tr><td>5</td><td>2,3</td><td>7,2</td><td>7,2</td></tr> <tr><td>9</td><td>2,3</td><td>7,2</td><td>14,4</td><td rowspan="2">В</td></tr> <tr><td>6</td><td>1</td><td>3,1</td><td>3,1</td></tr> <tr><td>3</td><td>0,9</td><td>2,8</td><td>5,9</td><td rowspan="3">С</td></tr> <tr><td>8</td><td>0,3</td><td>0,9</td><td>6,8</td></tr> <tr><td>7</td><td>0,1</td><td>0,3</td><td>7,1</td></tr> <tr><td>Итого</td><td>31,9</td><td>100</td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>	Сегмент	Потребление мебели, %	Емкость сегмента, %	Интенсивность потребления (гр.2/гр.3)	1	20	2	10	2	15	3	5	3	17	20	0,9	4	10	1	10	5	14	6	2,3	6	9	9	1	7	3	27	0,1	8	5	19	0,3	9	7	3	2,3	Итого			31,9	Сегмент	Интенсивность потребления (гр.4)	Удельная интенсивность, %	Накопленная уд. ин. по группам, %	Группы	1	10	31,3	31,3	Б	4	10	31,3	62,6	2	5	15,7	78,3	А	5	2,3	7,2	7,2	9	2,3	7,2	14,4	В	6	1	3,1	3,1	3	0,9	2,8	5,9	С	8	0,3	0,9	6,8	7	0,1	0,3	7,1	Итого	31,9	100			<p>ОТВЕТ: Наиболее привлекательными сегментами для фирмы «Мебельстиль» являются сегменты группы А – 1, 4 и 2, так как потребляют 78,3% их продукции и именно на них фирме необходимо сконцентрировать особые маркетинговые усилия. Сегментам группы В (5,9) так же необходимо уделять внимание при наличие средств, сегменты группы С (6,3,8,7) для фирмы «Альфа» не являются привлекательными.</p>
Сегмент	Потребление мебели, %	Емкость сегмента, %	Интенсивность потребления (гр.2/гр.3)																																																																																													
1	20	2	10																																																																																													
2	15	3	5																																																																																													
3	17	20	0,9																																																																																													
4	10	1	10																																																																																													
5	14	6	2,3																																																																																													
6	9	9	1																																																																																													
7	3	27	0,1																																																																																													
8	5	19	0,3																																																																																													
9	7	3	2,3																																																																																													
Итого			31,9																																																																																													
Сегмент	Интенсивность потребления (гр.4)	Удельная интенсивность, %	Накопленная уд. ин. по группам, %	Группы																																																																																												
1	10	31,3	31,3	Б																																																																																												
4	10	31,3	62,6																																																																																													
2	5	15,7	78,3	А																																																																																												
5	2,3	7,2	7,2																																																																																													
9	2,3	7,2	14,4	В																																																																																												
6	1	3,1	3,1																																																																																													
3	0,9	2,8	5,9	С																																																																																												
8	0,3	0,9	6,8																																																																																													
7	0,1	0,3	7,1																																																																																													
Итого	31,9	100																																																																																														
3.	<p>Перечислите неценовые факторы, влияющие на спрос. Приведите примеры.</p>	<p>ОТВЕТ: 1.Сезонность- продажа кругов для плавания; 2.мода и тренды — на них влияют рекламные кампании, мнения популярных блогеров, маркетинговые инструменты; 3.доход потребителя — чем он выше, тем больше спрос; 4.неценовая дифференциация товара: объем спроса зависит от сервиса и рекламы. Например, когда два товара стоят одинаково, именно реклама и сервис определяют выбор потребителя; 5.численность и миграция населения — чем больше людей живет на определенной территории, тем выше объемы потребления.</p>																																																																																														

ПК 3.6 Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов

БЛОК А – Задание закрытого типа на установление соответствия (базовый уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и установите соответствие

№	Текст задания	Ключ к ответам										
	МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами											
1	<p>Соотнесите вид запаса и запас товаров <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1" data-bbox="309 376 1305 958"> <thead> <tr> <th data-bbox="309 376 778 409">вид запаса</th> <th data-bbox="778 376 1305 409">запас товаров</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="309 409 778 958"> А. Неснижаемый товарный запас Б. Текущие запасы В. Буферный запас </td> <td data-bbox="778 409 1305 958"> 1. Запасы канцтоваров на складах производителей компьютеров 2. Товары на складах сырья предприятий промышленности 3. Это товары, которые должны быть в наличии в любой момент времени, чтобы удовлетворить постоянный спрос покупателей 4. Минимальное количество товара, которое должно быть в наличии на складе в любой момент времени, чтобы обеспечить постоянную работу и удовлетворить спрос покупателей. 5. Запасы сырьевых товаров, создаваемые в рамках международных товарных соглашений с целью регулирования уровня цен на конкретный сырьевой товар </td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i></p> <table border="1" data-bbox="309 1016 539 1093"> <thead> <tr> <th data-bbox="309 1016 384 1050">А</th> <th data-bbox="384 1016 459 1050">Б</th> <th data-bbox="459 1016 539 1050">В</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="309 1050 384 1093"></td> <td data-bbox="384 1050 459 1093"></td> <td data-bbox="459 1050 539 1093"></td> </tr> </tbody> </table>	вид запаса	запас товаров	А. Неснижаемый товарный запас Б. Текущие запасы В. Буферный запас	1. Запасы канцтоваров на складах производителей компьютеров 2. Товары на складах сырья предприятий промышленности 3. Это товары, которые должны быть в наличии в любой момент времени, чтобы удовлетворить постоянный спрос покупателей 4. Минимальное количество товара, которое должно быть в наличии на складе в любой момент времени, чтобы обеспечить постоянную работу и удовлетворить спрос покупателей. 5. Запасы сырьевых товаров, создаваемые в рамках международных товарных соглашений с целью регулирования уровня цен на конкретный сырьевой товар	А	Б	В				А-4 Б-3 В-5
вид запаса	запас товаров											
А. Неснижаемый товарный запас Б. Текущие запасы В. Буферный запас	1. Запасы канцтоваров на складах производителей компьютеров 2. Товары на складах сырья предприятий промышленности 3. Это товары, которые должны быть в наличии в любой момент времени, чтобы удовлетворить постоянный спрос покупателей 4. Минимальное количество товара, которое должно быть в наличии на складе в любой момент времени, чтобы обеспечить постоянную работу и удовлетворить спрос покупателей. 5. Запасы сырьевых товаров, создаваемые в рамках международных товарных соглашений с целью регулирования уровня цен на конкретный сырьевой товар											
А	Б	В										
2	<p>Соотнесите вид запаса и запас товаров <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1" data-bbox="309 1182 1305 1832"> <thead> <tr> <th data-bbox="309 1182 778 1216">вид запаса</th> <th data-bbox="778 1182 1305 1216">запас товаров</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="309 1216 778 1832"> А. Сезонные товарные запасы Б. Страховые запасы В. Максимально желательные запасы </td> <td data-bbox="778 1216 1305 1832"> 1.Товары, спрос на которые резко возрастает в определенные периоды или события. 2.Резерв товаров, который помогает избежать нехватки в случае непредвиденных ситуаций, например, задержки поставок или резкого роста спроса 3. Минимальный запас, необходимый для нормального функционирования предприятия 4.Баланс, позволяющий обеспечить бесперебойность продаж, не переплачивая за хранение товаров и не рискуя остаться без необходимой продукции 5.Товары, которые соответствуют объемам заказов и определяют необходимые складские площади на предприятии. </td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i></p> <table border="1" data-bbox="309 1890 539 1962"> <thead> <tr> <th data-bbox="309 1890 384 1924">А</th> <th data-bbox="384 1890 459 1924">Б</th> <th data-bbox="459 1890 539 1924">В</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="309 1924 384 1962"></td> <td data-bbox="384 1924 459 1962"></td> <td data-bbox="459 1924 539 1962"></td> </tr> </tbody> </table>	вид запаса	запас товаров	А. Сезонные товарные запасы Б. Страховые запасы В. Максимально желательные запасы	1.Товары, спрос на которые резко возрастает в определенные периоды или события. 2.Резерв товаров, который помогает избежать нехватки в случае непредвиденных ситуаций, например, задержки поставок или резкого роста спроса 3. Минимальный запас, необходимый для нормального функционирования предприятия 4.Баланс, позволяющий обеспечить бесперебойность продаж, не переплачивая за хранение товаров и не рискуя остаться без необходимой продукции 5.Товары, которые соответствуют объемам заказов и определяют необходимые складские площади на предприятии.	А	Б	В				А-1 Б-2 В-5
вид запаса	запас товаров											
А. Сезонные товарные запасы Б. Страховые запасы В. Максимально желательные запасы	1.Товары, спрос на которые резко возрастает в определенные периоды или события. 2.Резерв товаров, который помогает избежать нехватки в случае непредвиденных ситуаций, например, задержки поставок или резкого роста спроса 3. Минимальный запас, необходимый для нормального функционирования предприятия 4.Баланс, позволяющий обеспечить бесперебойность продаж, не переплачивая за хранение товаров и не рискуя остаться без необходимой продукции 5.Товары, которые соответствуют объемам заказов и определяют необходимые складские площади на предприятии.											
А	Б	В										
3	<p>Соотнесите <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p>	А-1 Б-2 В-5										

№	Текст задания		Ключ к ответам												
	<p>метод контроля товарных запасов</p> <p>А. Метод порогового контроля (красная линия) Б. Метод двойного сектора В. Инвентаризация</p>	<p>пояснение содержания определения</p> <p>1. Этот подход работает довольно давно и включает установку порогового уровня (стандарта), при достижении которого система автоматически создает запрос на новую поставку у поставщика. 2. Основан на разделении на рабочий и запасной секторы. Когда запасы рабочего сектора выработаны, они пополняются за счет запасного, и система автоматически генерирует запрос на новую поставку от поставщика. 3. Подсчет запасов в адресных ячейках 4. Разделение товаров на категории 5. Проверка состояния всех ценностей фирмы, отражения правильности изменений и условий хранения</p>													
	<p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i></p>														
	<table border="1"> <tr> <td>А</td> <td>Б</td> <td>В</td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </table>	А	Б	В				<table border="1"> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </table>							
А	Б	В													

БЛОК Б – Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (базовый уровень)

Инструкция: Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

№	Текст задания	Ключ к ответам
	<p>МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами</p>	
1.	<p>Укажите «товарный запас»: <i>Выберите несколько вариантов ответа</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Запасы на складе сырья обувной фабрики Запасы металлопроката на складе готовой продукции металлургического комбината Запасы муки на складах хлебозавода Запасы упакованной партии макового рулета на кондитерском предприятии <p>Ответ: _____ Обоснование ответа: _____</p>	<p>Ответ: 2, 4 Обоснование: Так как это запас товара, готового к отправке</p>
2.	<p>Укажите запасы, необходимые для бесперебойного обеспечения потребителей материальными ресурсами: <i>Выберите один вариант ответа</i></p> <ol style="list-style-type: none"> Товарные запасы; Циклические запасы; Буферные запасы; Текущие запасы; <p>Ответ: _____ Обоснование ответа: _____</p>	<p>Ответ: 1 Обоснование: Товарные запасы, это запасы товаров для реализации</p>
3.	<p>Укажите особенности управления товарными запасами в магазине (на предприятии розничной торговли):</p>	<p>Ответ: 1,2 Обоснование: Удаленность поставщика влияет на скорость доставки,</p>

№	Текст задания	Ключ к ответам
	<p><i>Выберите несколько вариантов ответа</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Местонахождение поставщика и точки продажи; 2. Целесообразность в экономическом плане; 3. Требования к качеству товара 4. Наличие торгового оборудования <p>Ответ: _____ Обоснование ответа: _____</p>	<p>соответственно необходимо более четко отслеживать периоды поставок. Экономическая составляющая процесса доставки влечет как возможные дополнительные расходы так и экономию, поэтому необходимо оптимизировать расчеты по доставке товаров.</p>

БЛОК В – Задание закрытого типа на установление последовательности (повышенный уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и установите правильную последовательность

№	Текст задания	Ключ к ответам								
	<p>МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами</p>									
1.	<p>Установите последовательность этапов процедуры нормирования товарных запасов на год:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Расчет величины однодневной реализации для квартала, в котором планируется наибольшая величина товарооборота; расчет плановой суммы товарных запасов 2. Анализ динамики изменения показателя и возможностей для ускорения товарооборачиваемости 3. Выбор оптимального времени обращения для планируемого периода 4. Расчет одним из способов товарооборачиваемости за ряд лет <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	2	3	4					4,2,3,1
1	2	3	4							
2.	<p>Установите последовательность этапов расчета товарооборота:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Оценка прироста товарооборота 2. Изучить товарооборот и сравнить его с товарооборотом за несколько предыдущих лет. 3. Вычисляется среднегодовой темп изменения товарооборота 4. Изучить соблюдение плана и изменение товарооборота во времени. <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	2	3	4					4,2,3,1
1	2	3	4							
3.	<p>Установите последовательность этапов анализа товарооборота по отдельным структурным группам:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Анализируется состав и ассортиментная структура. 2. Анализируется ритмичность и равномерность товарооборота. 3. Анализируются товарные запасы <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	2	3				2,1,3		
1	2	3								

БЛОК Г – Задание открытого типа с развернутым ответом (высокий уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

№	Текст задания	Ключ к ответам
	МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	
1.	Новогодние украшения, фейерверки, маскарадные костюмы на Хэллоуин, купальники и солнцезащитные крема летом. Какими рекомендациями по управлению товарооборотов в этом сегменте товаров, вы можете предложить?	ОТВЕТ: Проведите тщательный анализ спроса в прошлые сезоны. Планируйте закупки с учетом возможных рисков. Не закупайте слишком много товара, чтобы избежать затоваривания склада. Определите оптимальную цену на сезонные товары, чтобы максимизировать прибыль.
2.	Расшифруйте аббревиатуру FIFO (first-in, first-out) и дайте пояснение, как применяется данное правило.	ОТВЕТ: «первым входит - первым выходит», отгружаются товары из партии, поступившей на склад раньше других.
3.	Диана проанализировала продажи за последний квартал. Среднемесячный объем продаж составил 306 комплектов. Рассчитайте оборачиваемость товара за месяц.	ОТВЕТ: $306/3=102$ $102 / 306 \times 30=10\text{дней}$ $OT = CTЗ / ОБП \times Д$ <p>OT — оборачиваемость товара; CTЗ — средний товарный запас; Д — количество дней в периоде; ОБП — объем продаж за период.</p>

ПК 3.7 Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий

БЛОК А – Задание закрытого типа на установление соответствия (базовый уровень)
Инструкция: Прочитайте текст и установите соответствие

№	Текст задания	Ключ к ответам				
	МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами					
1	Соотнесите действие направленное на эффективные продажи с пояснением содержания определения <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i>	A-1 B-4 B-7				
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>действие направленное на эффективные продажи</th> <th>пояснение содержания определения</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>A. Анализ целевой аудитории B. Выбор каналов продаж B. Разработка креативов</td> <td>1.Определение потребностей и предпочтений потенциальных клиентов 2. Разработка материалов, которые будут использоваться для рекламирования систем 3. Измерение возврата инвестиций и изучение продаж для выявления успешных стратегий</td> </tr> </tbody> </table>	действие направленное на эффективные продажи	пояснение содержания определения	A. Анализ целевой аудитории B. Выбор каналов продаж B. Разработка креативов	1.Определение потребностей и предпочтений потенциальных клиентов 2. Разработка материалов, которые будут использоваться для рекламирования систем 3. Измерение возврата инвестиций и изучение продаж для выявления успешных стратегий	
действие направленное на эффективные продажи	пояснение содержания определения					
A. Анализ целевой аудитории B. Выбор каналов продаж B. Разработка креативов	1.Определение потребностей и предпочтений потенциальных клиентов 2. Разработка материалов, которые будут использоваться для рекламирования систем 3. Измерение возврата инвестиций и изучение продаж для выявления успешных стратегий					

№	Текст задания		Ключ к ответам										
	<p>4. Выбор платформ (социальные сети, сайты, email) для продвижения продуктов.</p> <p>5. Реализация рекламной стратегии на выбранных платформах.</p> <p>6. Формирование предложений и определение цены.</p> <p>7. Способ необычной и запоминающейся рекламной коммуникации бренда через визуальный образ (картинку) и/или текстовое сообщение доносящий до зрителя (потенциального потребителя) особое маркетинговое сообщение</p> <p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i></p> <table border="1" data-bbox="309 667 539 734"> <tr> <td>А</td> <td>Б</td> <td>В</td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </table>		А	Б	В								
А	Б	В											
2	<p>Соотнесите вид продаж и пояснение содержания определения <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1" data-bbox="309 831 1305 1205"> <thead> <tr> <th data-bbox="309 831 778 869">вид продаж</th> <th data-bbox="778 831 1305 869">пояснение содержания определения</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="309 869 778 1205"> А. Прямые продажи Б. Онлайн-продажи В. Партнерская программа </td> <td data-bbox="778 869 1305 1205"> 1. Продажа через собственный интернет-магазин, онлайн-платформы 2. Продажа через розничных продавцов, интеграторов и реселлеров 3. Продажа потребительских продуктов или услуг, осуществляемая вне стационарных точек розничной торговли 4. Продажа через партнеров, которые получают комиссию за привлечение клиентов. 5. Заключение сделки с партнером </td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i></p> <table border="1" data-bbox="309 1263 539 1335"> <tr> <td>А</td> <td>Б</td> <td>В</td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </table>		вид продаж	пояснение содержания определения	А. Прямые продажи Б. Онлайн-продажи В. Партнерская программа	1. Продажа через собственный интернет-магазин, онлайн-платформы 2. Продажа через розничных продавцов, интеграторов и реселлеров 3. Продажа потребительских продуктов или услуг, осуществляемая вне стационарных точек розничной торговли 4. Продажа через партнеров, которые получают комиссию за привлечение клиентов. 5. Заключение сделки с партнером	А	Б	В				А-3 Б-1 В-4
вид продаж	пояснение содержания определения												
А. Прямые продажи Б. Онлайн-продажи В. Партнерская программа	1. Продажа через собственный интернет-магазин, онлайн-платформы 2. Продажа через розничных продавцов, интеграторов и реселлеров 3. Продажа потребительских продуктов или услуг, осуществляемая вне стационарных точек розничной торговли 4. Продажа через партнеров, которые получают комиссию за привлечение клиентов. 5. Заключение сделки с партнером												
А	Б	В											
3	<p>Соотнесите вид взаимодействия с клиентом через интернет и пояснение содержания определения <i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1" data-bbox="309 1458 1305 2038"> <thead> <tr> <th data-bbox="309 1458 778 1518">вид взаимодействия с клиентом через интернет</th> <th data-bbox="778 1458 1305 1518">пояснение содержания определения</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="309 1518 778 2038"> А. Интерактивный маркетинг Б. Контент-маркетинг В. SMM </td> <td data-bbox="778 1518 1305 2038"> 1. Использование разных форматов контента (статьи, видео, вебинары) для привлечения и удержания клиентов. 2. Проведение опросов, конкурсов и акций для вовлечения аудитории и повышения интереса к продукту. 3. Рассылка информационных материалов, предложений и новостей непосредственно на электронную почту клиентов. 4. Использование платформ, как Facebook, Instagram и LinkedIn, для продвижения продуктов и коммуникации с клиентами 5. Все автоматизированные и геймифицированные онлайн-инструменты: интерактивные </td> </tr> </tbody> </table>		вид взаимодействия с клиентом через интернет	пояснение содержания определения	А. Интерактивный маркетинг Б. Контент-маркетинг В. SMM	1. Использование разных форматов контента (статьи, видео, вебинары) для привлечения и удержания клиентов. 2. Проведение опросов, конкурсов и акций для вовлечения аудитории и повышения интереса к продукту. 3. Рассылка информационных материалов, предложений и новостей непосредственно на электронную почту клиентов. 4. Использование платформ, как Facebook, Instagram и LinkedIn, для продвижения продуктов и коммуникации с клиентами 5. Все автоматизированные и геймифицированные онлайн-инструменты: интерактивные	А-5 Б-1 В-4						
вид взаимодействия с клиентом через интернет	пояснение содержания определения												
А. Интерактивный маркетинг Б. Контент-маркетинг В. SMM	1. Использование разных форматов контента (статьи, видео, вебинары) для привлечения и удержания клиентов. 2. Проведение опросов, конкурсов и акций для вовлечения аудитории и повышения интереса к продукту. 3. Рассылка информационных материалов, предложений и новостей непосредственно на электронную почту клиентов. 4. Использование платформ, как Facebook, Instagram и LinkedIn, для продвижения продуктов и коммуникации с клиентами 5. Все автоматизированные и геймифицированные онлайн-инструменты: интерактивные												

№	Текст задания		Ключ к ответам
		лендинги, стикер-квесты, мини-аппы, игры в чат-ботах, игровые календари и так далее	
	<i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i>		
	А	Б	В

БЛОК Б – Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (базовый уровень)

Инструкция: Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

№	Текст задания	Ключ к ответам
	МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	
1.	<p>Компания планирует расширить сбыт своих инфокоммуникационных систем, используя новые цифровые каналы. Какие действия помогут компании эффективно организовать продажи в новых каналах?</p> <p><i>Выберите один вариант ответа</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Разработка уникального торгового предложения (УТП) с учетом специфики цифровых каналов. 2. Игнорирование анализа целевой аудитории в цифровом пространстве. 3. Отказ от использования аналитики данных для оценки эффективности рекламных 4. Решение логарифмических функций <p>Ответ: _____ Обоснование ответа: _____</p>	<p>Ответ: 1 Обоснование: УТП необходимо для выделения среди конкурентов и привлечения внимания целевой аудитории в цифровом пространстве</p>
2.	<p>Компания решила использовать социальные сети для продвижения своих инфокоммуникационных решений. Какие стратегии наиболее эффективны для достижения этой цели?</p> <p><i>Выберите один вариант ответа</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Публикация исключительно рекламных постов без какого-либо полезного контента. 2. Использование таргетированной рекламы для охвата целевой аудитории 3. Игнорирование обратной связи от подписчиков. 4. Принцип RFM-анализа <p>Ответ: _____ Обоснование ответа: _____</p>	<p>Ответ: 2 Обоснование: Таргетированная реклама позволяет показывать рекламу именно той аудитории, которая интересуется инфокоммуникациями.</p>
3.	<p>Укажите маркетинговые кампании по электронной почте, которые не подходят:</p> <p><i>Выберите один вариант ответа</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Встроенные видеоролики и GIF-файлы 	<p>Ответ: 4 Обоснование: Электронная почта предполагает, адресность по запросам, которые меняются в зависимости от прошлого поведения, предпочтений или</p>

№	Текст задания	Ключ к ответам
	2. Интерактивные изображения и "горячие точки" 3. Скретч-карты и функции Spin-to-Win 4. Неперсонализированные блоки контента. Ответ: _____ Обоснование ответа: _____	демографических данных получателя, позволяют сделать письмо максимально персонализированным и актуальным.

БЛОК В – Задание закрытого типа на установление последовательности (повышенный уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и установите правильную последовательность

№	Текст задания	Ключ к ответам										
	МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами											
1.	Установите последовательность этапов для организации онлайн-продаж инфокоммуникационных систем: 1. Анализ целевой аудитории. 2. Оценка платформ для онлайн-продаж. 3. Разработка маркетинговой стратегии. 4. Создание контента для рекламы. 5. Запуск рекламной кампании. <i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td style="text-align: center;">3</td> <td style="text-align: center;">4</td> <td style="text-align: center;">5</td> </tr> <tr> <td style="height: 20px;"></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	2	3	4	5						1,3,4,2,5
1	2	3	4	5								
2.	Установите последовательность этапов действий для проведения вебинара по продажам инфокоммуникационных систем: 1. Определение целей вебинара. 2. Создание презентации. 3. Проведение рекламной кампании. 4. Проведение вебинара. 5. Оценка результатов и получение обратной связи. <i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td style="text-align: center;">3</td> <td style="text-align: center;">4</td> <td style="text-align: center;">5</td> </tr> <tr> <td style="height: 20px;"></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	2	3	4	5						1,2,4,3,5
1	2	3	4	5								
3.	Установите последовательность этапов действий для открытия нового канала сбыта для инфокоммуникационных систем: 1. Исследование рынка. 2. Разработка стратегии продаж. 3. Выбор платформы для канала. 4. Анализ эффективности. 5. Запуск канала. <i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td style="text-align: center;">1</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td style="text-align: center;">3</td> <td style="text-align: center;">4</td> <td style="text-align: center;">5</td> </tr> <tr> <td style="height: 20px;"></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	2	3	4	5						1,2,3,5,4
1	2	3	4	5								

БЛОК Г – Задание открытого типа с развернутым ответом (высокий уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

№	Текст задания	Ключ к ответам
	МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	
1.	Опишите преимущества автоматизации отдела продаж	ОТВЕТ: Внедрение современных систем автоматизации продаж и бизнес-процессов позволяет: повышать скорость и качество обслуживания, вести клиентскую базу, контролировать соблюдение сроков выполнения задач персоналом, увеличивать прибыль — программы обработают большее число заявок, а менеджеры уделят время качественному решению проблем клиентов.
2.	Как внедрение CRM-системы может повлиять на процесс продаж и взаимодействие с клиентами в компании?	ОТВЕТ: Улучшение управления данными о клиентах. CRM-система позволяет централизованно хранить информацию о клиентах, их предпочтениях, истории покупок и взаимодействия с компанией. Это позволяет продавцам быстро получать доступ к необходимой информации, что улучшает качество обслуживания.
3.	Опишите какие показатели в Яндекс метрике можно посмотреть?	ОТВЕТ: просмотры; посетители; время на материал; рециркуляция; источники переходов;

ПК 3.8 Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий

БЛОК А – Задание закрытого типа на установление соответствия (базовый уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и установите соответствие

№	Текст задания	Ключ к ответам				
	МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами					
1	<p>Соотнесите вид послепродажного обслуживания и пояснение содержания определения</p> <p><i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>вид послепродажного обслуживания</th> <th>пояснение содержания определения</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> А. Техническая поддержка Б. Гарантийное обслуживание В. Доставка </td> <td> 1. Помощь в ремонте и замене дефектных или сломанных частей продукта. Это может включать работу мастеров на месте или отправку деталей на ремонт 2. Помощь в решении проблем, связанных с работой продукта или услуги. Это может быть онлайн-чат, телефонная линия технической поддержки, электронная почта 3. Второй по популярности способ получения отзывов </td> </tr> </tbody> </table>	вид послепродажного обслуживания	пояснение содержания определения	А. Техническая поддержка Б. Гарантийное обслуживание В. Доставка	1. Помощь в ремонте и замене дефектных или сломанных частей продукта. Это может включать работу мастеров на месте или отправку деталей на ремонт 2. Помощь в решении проблем, связанных с работой продукта или услуги. Это может быть онлайн-чат, телефонная линия технической поддержки, электронная почта 3. Второй по популярности способ получения отзывов	А-2 Б-1 В-5
вид послепродажного обслуживания	пояснение содержания определения					
А. Техническая поддержка Б. Гарантийное обслуживание В. Доставка	1. Помощь в ремонте и замене дефектных или сломанных частей продукта. Это может включать работу мастеров на месте или отправку деталей на ремонт 2. Помощь в решении проблем, связанных с работой продукта или услуги. Это может быть онлайн-чат, телефонная линия технической поддержки, электронная почта 3. Второй по популярности способ получения отзывов					

№	Текст задания		Ключ к ответам										
	<p>4. Обеспечение бесплатного ремонта или замены в случае возникновения проблем</p> <p>5. Сервис по транспортировке покупателям товаров, приобретаемых ими</p> <p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i></p> <table border="1" data-bbox="309 472 539 544"> <tr> <td>А</td> <td>Б</td> <td>В</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>		А	Б	В								
А	Б	В											
2	<p>Соотнесите сбор данных по процессу обслуживания и пояснение содержания определения</p> <p><i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1" data-bbox="309 667 1310 1223"> <thead> <tr> <th data-bbox="309 667 778 734">сбор данных по процессу обслуживания</th> <th data-bbox="778 667 1310 734">пояснение содержания определения</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="309 734 778 1223"> А. Звонки от службы поддержки Б. Опросы В. Анкетирование </td> <td data-bbox="778 734 1310 1223"> 1. Определить, какие услуги предоставлять клиентам после покупки товара или услуги 2. Поздравлять и предлагать скидки/подарки — на день рождения клиента или календарные праздники 3. Оповещать о событиях и мероприятиях, которые проводит компания, приглашать принять участие 4. Это наиболее распространенный способ получения обратной связи от клиентов 5. Метод исследования и первичного сбора информации у отдельного человека или группы людей, объединённых по определённому признаку. </td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i></p> <table border="1" data-bbox="309 1283 539 1352"> <tr> <td>А</td> <td>Б</td> <td>В</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>		сбор данных по процессу обслуживания	пояснение содержания определения	А. Звонки от службы поддержки Б. Опросы В. Анкетирование	1. Определить, какие услуги предоставлять клиентам после покупки товара или услуги 2. Поздравлять и предлагать скидки/подарки — на день рождения клиента или календарные праздники 3. Оповещать о событиях и мероприятиях, которые проводит компания, приглашать принять участие 4. Это наиболее распространенный способ получения обратной связи от клиентов 5. Метод исследования и первичного сбора информации у отдельного человека или группы людей, объединённых по определённому признаку.	А	Б	В				А-1 Б-4 В-5
сбор данных по процессу обслуживания	пояснение содержания определения												
А. Звонки от службы поддержки Б. Опросы В. Анкетирование	1. Определить, какие услуги предоставлять клиентам после покупки товара или услуги 2. Поздравлять и предлагать скидки/подарки — на день рождения клиента или календарные праздники 3. Оповещать о событиях и мероприятиях, которые проводит компания, приглашать принять участие 4. Это наиболее распространенный способ получения обратной связи от клиентов 5. Метод исследования и первичного сбора информации у отдельного человека или группы людей, объединённых по определённому признаку.												
А	Б	В											
3	<p>Соотнесите вид послепродажного взаимодействия с клиентом и пояснение содержания определения</p> <p><i>К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:</i></p> <table border="1" data-bbox="309 1476 1310 1910"> <thead> <tr> <th data-bbox="309 1476 778 1543">вид послепродажного взаимодействия с клиентом</th> <th data-bbox="778 1476 1310 1543">пояснение содержания определения</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="309 1543 778 1910"> А. Обратная связь Б. Консультация по любым вопросам В. Поддержка </td> <td data-bbox="778 1543 1310 1910"> 1. Принято предлагать монтаж техники, сборку мебели и установку любой другой продукции. 2. Установление контакта с клиентами, решение любых возникающих вопросов 3. Различать срок службы товара от жизненного цикла изделия 4. Любая информация от клиента о продукте и услуге, сервисе 5. Возможность обратиться в компанию с вопросом или жалобой после совершения покупки </td> </tr> </tbody> </table> <p><i>Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами</i></p> <table border="1" data-bbox="309 1971 539 2036"> <tr> <td>А</td> <td>Б</td> <td>В</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>		вид послепродажного взаимодействия с клиентом	пояснение содержания определения	А. Обратная связь Б. Консультация по любым вопросам В. Поддержка	1. Принято предлагать монтаж техники, сборку мебели и установку любой другой продукции. 2. Установление контакта с клиентами, решение любых возникающих вопросов 3. Различать срок службы товара от жизненного цикла изделия 4. Любая информация от клиента о продукте и услуге, сервисе 5. Возможность обратиться в компанию с вопросом или жалобой после совершения покупки	А	Б	В				А-4 Б-2 В-5
вид послепродажного взаимодействия с клиентом	пояснение содержания определения												
А. Обратная связь Б. Консультация по любым вопросам В. Поддержка	1. Принято предлагать монтаж техники, сборку мебели и установку любой другой продукции. 2. Установление контакта с клиентами, решение любых возникающих вопросов 3. Различать срок службы товара от жизненного цикла изделия 4. Любая информация от клиента о продукте и услуге, сервисе 5. Возможность обратиться в компанию с вопросом или жалобой после совершения покупки												
А	Б	В											

БЛОК Б – Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из четырех предложенных и обоснованием выбора (базовый уровень)

Инструкция: Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа

№	Текст задания	Ключ к ответам
	МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	
1.	<p>Укажите услуги послепродажного обслуживания: <i>Выберите несколько вариантов ответа</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Установка 2. Гарантия 3. Прием жалоб от клиентов и реагирование на них 4. Оформление договора <p>Ответ: _____ Обоснование ответа: _____</p>	<p>Ответ: 1,2,3 Обоснование: Установка, гарантия, прием жалоб от клиентов и реагирование на них, так как именно эти услуги возможно оказать после приобретения товара</p>
2.	<p>Выберите показатели, которые не характеризуют качество обслуживания потребителей: <i>Выберите один вариант ответа</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Рентабельность продаж 2. Количество выполненных заказов 3. Количество возвратов 4. Количество недопоставок <p>Ответ: _____ Обоснование ответа: _____</p>	<p>Ответ: 1 Обоснование: Это финансовый показатель, который не говорит о качестве, а только о прибыли</p>
3.	<p>Укажите варианты после продажного обслуживания: <i>Выберите один вариант ответа</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Помощь в настройке и монтажные работы 2. Профилактическое обслуживание 3. Оформление договора 4. Выставление счета <p>Ответ: _____ Обоснование ответа: _____</p>	<p>Ответ: 1,2 Обоснование: Послепродажное обслуживание — это процесс обслуживания и поддержки клиента после продажи продукта или услуги, соответственно, оформление договора и выставление счета является обслуживанием в процессе реализации и не относится к после продажному обслуживанию.</p>

БЛОК В – Задание закрытого типа на установление последовательности (повышенный уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и установите правильную последовательность

№	Текст задания	Ключ к ответам
	МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	

№	Текст задания	Ключ к ответам										
1.	<p>Установите последовательность этапов послепродажного обслуживания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Следите за качеством обслуживания 2. Рассчитайте жизненный цикл услуг 3. Подумайте о послепродажном обслуживании при разработке продукта <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	2	3				3, 2, 1				
1	2	3										
2.	<p>Установите последовательность этапов действий по формированию сервиса послепродажного обслуживания:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Установление обратной связи 2. Определение наиболее значимых для потребителя услуг 3. Ранжирование услуг 4. Оценка услуг 5. Сегментация потребительского рынка <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	2	3	4	5						5,2,3,4,1
1	2	3	4	5								
3.	<p>Установите последовательность этапов определения уровня качества обслуживания потребителя:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Определение рейтинга 2. Группировка показателей 3. Ранжирование выделенных групп 4. Комплексная оценка 5. Определение показателей, характеризующих деятельность <p><i>Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:</i></p> <table border="1"> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	1	2	3	4	5						5,2,3,4,1
1	2	3	4	5								

БЛОК Г – Задание открытого типа с развернутым ответом (высокий уровень)

Инструкция: Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

№	Текст задания	Ключ к ответам
	МДК.03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	
1.	Деятельность оптового предприятия, торгующего запасными частями к автомобилям определенной марки. Допустим, что общий список запасных частей для автомобилей данной марки содержит 2000 видов, из которых на предприятии постоянно имеются 500 видов. Чему равен уровень обслуживания?	ОТВЕТ: $500/2000 \cdot 100\% = 25\%$
2.	1000 человек смогли принять участие в опросе: 600 из них поставили наивысшие оценки, 400 остались недовольны. Рассчитайте индекс лояльности NPS	ОТВЕТ: $600/1000 - 400/1000 \times 100\%$. Упрощаем: $(0,6 - 0,4) \times 100\% = 20\%$. Итоговый результат в 20% считается низким показателем.

№	Текст задания	Ключ к ответам
3.	Выразите благодарность клиенту за выбор вашей компании, не связываясь с покупателем лично. Напишите способы.	ОТВЕТ: Персонализированные благодарности, отправленные по электронной почте или приложенные к упаковке в виде рукописной открытки, помогут подчеркнуть заботу и получить ценную обратную связь.