

**Автономная некоммерческая организация профессионального образования
«Колледж мировой экономики и передовых технологий»**

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

**учебной дисциплины ОП.03. Организация и технология
розничной торговли**

**КОД И НАИМЕНОВАНИЕ СПЕЦИАЛЬНОСТИ
38.01.02 ПРОДАВЕЦ
КВАЛИФИКАЦИЯ: ПРОДАВЕЦ-КАССИР
ФОРМА ОБУЧЕНИЯ: ОЧНАЯ**

Москва – 2025

ОДОБРЕНА

Предметной (цикловой) комиссией
торгово-логистических дисциплин

Протокол от 16 декабря 2025 г. № 4

Разработана на основе **Федерального
государственного образовательного
стандарта по специальности среднего
профессионального образования
38.01.02 Продавец**

Председатель ПЦК

Заместитель директора по методической
работе



/ Гусейнова Э.И.



/ Ю.И. Богомолова

РАССМОТРЕНА

на заседании Педагогического совета
Протокол от 18 декабря 2025 г. № 3

Разработчик:

АНО ПО «Колледж мировой экономики и передовых технологий»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ учебной дисциплины ОП.03. Организация и технология розничной торговли	4
2. КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ для промежуточного контроля успеваемости по дисциплине.....	9
2.1 Пояснительная записка.....	12
2.2. Оценочные средства промежуточного контроля.....	13

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ учебной дисциплины ОП.03. Организация и технология розничной торговли

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	ПК, ОК	Наименование раздела, темы	Наименование оценочного средства	
			Текущий контроль	Промежуточная аттестация
<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - устанавливать вид и тип организации торговли по идентифицирующим признакам; - определять критерии конкурентоспособности на основе покупательского спроса; - применять правила торгового обслуживания и правила торговли в профессиональной деятельности; <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - услуги розничной торговли, их классификацию и качество; - виды розничной торговой сети и их характеристику; - типизацию и специализацию розничной торговой сети; - особенности технологических планировок организаций торговли; - основы маркетинговой деятельности и менеджмента в торговле; - основы товароснабжения в торговле; - основные виды тары и тароматериалов, особенности тарооборота; - технологию приемки, хранения, подготовки товаров к продаже, размещения и выкладки; - нормативную документацию по защите прав потребителей. 	<p>ОК 1 ОК 2 ОК 5 ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 2.1 ПК 2.3 ПК 3.2 ПК 3.4</p>	<p>Тема 1. Розничная торговая сеть</p>	<p>Опрос (устный/письменный). Выполнение практического задания</p>	
	<p>ОК 1 ОК 2 ОК 5 ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 2.1 ПК 2.3 ПК 3.2 ПК 3.4</p>	<p>Тема 2. Маркетинг в торговле</p>	<p>Опрос (устный/письменный). Выполнение практического задания</p>	
	<p>ОК 1 ОК 2 ОК 5 ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 2.1 ПК 2.3 ПК 3.2 ПК 3.4</p>	<p>Тема 3. Менеджмент в торговле</p>	<p>Опрос (устный/письменный). Выполнение практического задания</p>	

	ОК 1 ОК 2 ОК 5 ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 2.1 ПК 2.3 ПК 3.2 ПК 3.4	Тема 4. Основы товароснабжения в торговле	Опрос (устный/ письменный). Выполнение практического задания	
	ОК 1 ОК 2 ОК 5 ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 2.1 ПК 2.3 ПК 3.2 ПК 3.4	Тема 5. Тара и тарные операции в магазине	Опрос (устный/ письменный). Выполнение практического задания	
	ОК 1 ОК 2 ОК 5 ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 2.1 ПК 2.3 ПК 3.2 ПК 3.4	Тема 6. Торгово- технологический процесс в магазине	Опрос (устный/ письменный). Выполнение практического задания	
	ОК 1 ОК 2 ОК 5 ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 2.1	Тема 7. Торговое обслуживание	Опрос (устный/ письменный). Выполнение практического задания	

	ПК 2.3 ПК 3.2 ПК 3.4			
	ОК 1 ОК 2 ОК 5 ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 2.1 ПК 2.3 ПК 3.2 ПК 3.4	Тема 8. Защита прав потребителей	Опрос (устный/ письменный). Выполнение практического задания	
	ОК 1 ОК 2 ОК 5 ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 2.1 ПК 2.3 ПК 3.2 ПК 3.4	Тема 9. Санитарные правила торговых предприятий	Опрос (устный/ письменный). Выполнение практического задания	
	ОК 1 ОК 2 ОК 5 ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 2.1 ПК 2.3 ПК 3.2 ПК 3.4	Тема 10. Деловая культура торгового работника	Опрос (устный/ письменный). Выполнение практического задания	
		Дифференцированный зачет	Тестовые задания	

2. КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для текущего контроля успеваемости по дисциплине
ОП.03. Организация и технология розничной торговли

2.1 Пояснительная записка

Комплект оценочных средств предназначен для мониторинга качества получаемых обучающимися образовательных результатов, по наиболее значимым для дальнейшего обучения темам, разделам учебной дисциплины ОП.03. Организация и технология розничной торговли и входит в состав фонда оценочных средств программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 38.01.02 Продавец, реализуемой в АНО ПО «Колледж мировой экономики и передовых технологий».

Комплект оценочных средств разработан в соответствии с рабочей программой ОП.03. Организация и технология розничной торговли.

Комплект оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости включает:

- тесты, позволяющие провести процедуру измерения уровня знаний и умений обучающихся;
- опрос (устный, письменный), позволяющий оценить объем и глубину знаний по теме;
- устные сообщения, позволяющие оценить объем знаний на основе изложенных фактических материалов и сформулированных выводов;
- практическую работу, позволяющую оценить применение полученных навыков для решения конкретно поставленных задач;
- проверка самостоятельной работы, позволяющая оценить исполнительские навыки обучающихся в решении поставленных задач.

В результате освоения учебной дисциплины ОП.03. Организация и технология розничной торговли, обучающийся должен обладать предусмотренными 38.01.02 Продавец умениями и знаниями:

Умения:	<ul style="list-style-type: none">- устанавливать вид и тип организации торговли по идентифицирующим признакам;- определять критерии конкурентоспособности на основе покупательского спроса;- применять правила торгового обслуживания и правила торговли в профессиональной деятельности;
Знания:	<ul style="list-style-type: none">- услуги розничной торговли, их классификацию и качество;

	<ul style="list-style-type: none"> - виды розничной торговой сети и их характеристику; - типизацию и специализацию розничной торговой сети; - особенности технологических планировок организаций торговли; - основы маркетинговой деятельности и менеджмента в торговле; - основы товароснабжения в торговле; - основные виды тары и тароматериалов, особенности тарооборота; <p>технологию приемки, хранения, подготовки товаров к продаже, размещения и выкладки;</p> <ul style="list-style-type: none"> - правила торгового обслуживания и торговли товарами; - требования к обслуживающему персоналу; - нормативную документацию по защите прав потребителей.
--	--

Знания и умения, формируемые в рамках ОП.03. Организация и технология розничной торговли направлены на формирование общих и/или профессиональных компетенций:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ПК 1.1. Проверять качество, комплектность, количественные характеристики непродовольственных товаров.

ПК 1.2. Осуществлять подготовку, размещение товаров в торговом зале и выкладку на торгово-технологическом оборудовании.

ПК 2.1. Осуществлять приемку товаров и контроль за наличием необходимых сопроводительных документов на поступившие товары.

ПК 2.3. Обслуживать покупателей, консультировать их о пищевой ценности, вкусовых особенностях и свойствах отдельных продовольственных товаров.

ПК 3.2. Проверять платежеспособность государственных денежных знаков.

ПК 3.4. Оформлять документы по кассовым операциям.

3. КОМПЛЕКТ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

для промежуточного контроля успеваемости по дисциплине
ОП.03. Организация и технология розничной торговли

3.1 Пояснительная записка

Оценочные средства представляют собой банк заданий для проведения промежуточного контроля по учебной дисциплине ОП.03. Организация и технология розничной торговли и ориентированы на проверку качества знаний и умений обучающихся, а также формирования компетенций, предусмотренных ФГОС по специальности 38.01.02 Продавец.

Содержание банка заданий отражает содержание рабочей программы учебной дисциплины ОП.03. Организация и технология розничной торговли.

Настоящий комплект оценочных материалов предназначен для проведения аттестационных испытаний по учебной дисциплине ОП.03. Организация и технология розничной торговли в форме устного дифференцированного зачёта с тестовых заданий.

Тест 1. Основные понятия розничной торговли

1. Что такое розничная торговля?

- а) Продажа товаров и услуг конечным потребителям для личного использования.
- б) Продажа товаров оптом другим предприятиям.
- в) Производство товаров.
- г) Оптовая продажа товаров для дальнейшей перепродажи.

2. Какой основной целью розничной торговли является удовлетворение потребностей:

- а) Производственных предприятий.
- б) Других торговых организаций.
- в) Конечных потребителей.
- г) Государственных учреждений.

3. Какой из перечисленных элементов НЕ является ключевым звеном в процессе розничной торговли?

- а) Покупатель.
- б) Товар.
- в) Производитель.
- г) Продавец.

4. Что такое ассортимент в розничной торговле?

- а) Количество одинаковых товаров на складе.
- б) Совокупность товаров, предлагаемых к продаже.
- в) Цена одного наименования товара.
- г) Система скидок для постоянных покупателей.

5. Какой из факторов наиболее сильно влияет на спрос в розничной торговле?

- а) Уровень инфляции.
- б) Потребительские предпочтения и доходы.
- в) Политика центрального банка.
- г) Курсы валют.

Тест 2. Каналы распределения в розничной торговле

1. Какой из перечисленных НЕ является основным каналом распределения в розничной торговле?

- а) Собственные магазины.
- б) Прямые продажи от производителя потребителю.
- в) Оптовые склады.
- г) Интернет-магазины.

2. Что такое франчайзинг в розничной торговле?

- а) Единый собственник сети магазинов.
- б) Система, при которой владелец бренда (франчайзер) предоставляет другому лицу (франчайзи) право использовать свою бизнес-модель и бренд за плату.
- в) Продажа товаров по сниженным ценам.
- г) Маркетинговая кампания для продвижения товаров.

3. К какому типу каналов распределения относятся универмаги?

- а) Интенсивные.
- б) Эксклюзивные.
- в) Селективные.
- г) Многоканальные.

4. Какой канал распределения позволяет охватить наиболее широкую аудиторию с минимальными затратами на физическое присутствие?

- а) Гипермаркеты.
- б) Специализированные магазины.
- в) Интернет-магазины.
- г) Магазины у дома.

5. Что такое вертикальная маркетинговая система (ВМС) в розничной торговле?

- а) Система, где все звенья независимы друг от друга.
- б) Система, в которой производители, оптовики и розничные торговцы действуют как единое целое.
- в) Только розничные магазины, объединенные в сеть.
- г) Система, полностью контролируемая государством.

Тест 3. Организация торгового пространства

1. Что такое мерчандайзинг?

- а) Система скидок и акций.
- б) Процесс размещения и представления товаров в торговом зале для стимулирования продаж.

- в) Управление персоналом магазина
 - г) Анализ финансовых показателей.
2. Какой принцип размещения товаров направлен на увеличение среднего чека, размещая сопутствующие товары рядом?
- а) Блочное размещение.
 - б) По назначению.
 - в) Перекрестная выкладка.
 - г) Торговля нон-стоп.
3. Что такое "золотые полки" в торговом зале?
- а) Полки, сделанные из золота.
 - б) Полки, расположенные на уровне глаз покупателя, где размещаются наиболее приоритетные товары.
 - в) Полки с товарами премиум-класса.
 - г) Полки, требующие особой уборки.
4. Какое воздействие на покупателя оказывает освещение в торговом зале?
- а) Только функциональное.
 - б) Может влиять на настроение, восприятие товаров и время пребывания в магазине.
 - в) Не имеет никакого значения.
 - г) Может только указывать на выходы.
5. Для чего используется зонирование торгового зала?
- а) Для создания хаоса.
 - б) Для ограничения доступа покупателей к определенным зонам.
 - в) Для удобства покупателей, логичного распределения товарных групп и повышения эффективности продаж.
 - г) Для улучшения вентиляции.
- Тест 4. Управление товарными запасами
1. Что такое товарный запас?
- а) Количество денег на счете компании.
 - б) Совокупность товаров, находящихся в наличии у розничного продавца для продажи.
 - в) Количество бракованных товаров.
 - г) Финансовая отчетность компании.
2. Какой метод управления товарными запасами основан на принципе "точно в срок"?
- а) Метод FIFO.
 - б) Метод LIFO.
 - в) Система Just-in-Time (JIT).
 - г) Метод ABC-анализа.
3. Какова основная проблема избыточного товарного запаса?
- а) Упущенная выгода из-за отсутствия товара.
 - б) Замораживание оборотных средств, затраты на хранение, риск устаревания товара.

- в) Не
достаточное разнообразие ассортимента.
- г) Высокая текучесть кадров.
4. Что такое оборачиваемость товарных запасов?
- а) Скорость, с которой товар продается и замещается новым.
- б) Время, которое товар проводит на складе.
- в) Период времени, в течение которого товар находится в пути.
- г) Показатель качества товара.
5. Какой метод анализа товарных запасов позволяет разделить их на три категории по степени их важности для бизнеса (например, по обороту или прибыли)?
- а) SWOT-анализ.
- б) ABC-анализ.
- в) PEST-анализ.
- г) Матрица Бостонской консалтинговой группы (BCG).
- Тест 5. Ценообразование в розничной торговле
1. Какой фактор НЕ является основным при формировании розничной цены?
- а) Себестоимость товара.
- б) Цены конкурентов.
- в) Потребительская ценность товара.
- г) Уровень физической нагрузки продавца.
2. Какой метод ценообразования основан на добавлении фиксированной наценки к себестоимости товара?
- а) Ценообразование, ориентированное на конкурентов.
- б) Ценообразование на основе воспринимаемой ценности.
- в) Ценообразование на основе издержек (cost-plus pricing).
- г) Динамическое ценообразование.
3. Что такое "психологическое ценообразование"?
- а) Установление цен на уровне себестоимости.
- б) Установление цен, заканчивающихся на .99 (например, 9.99 вместо 10.00), для создания ощущения более низкой цены.
- в) Установление максимально возможных цен.
- г) Установление цен в зависимости от настроения покупателя.
4. Какой фактор НЕ относится к внешним факторам, влияющим на ценообразование?
- а) Инфляция.
- б) Государственное регулирование.
- в) Состояние экономики.
- г) Затраты на рекламу.
5. Что такое стратегия "проникновение на рынок" в ценообразовании?
- а) Установление высоких цен для получения максимальной прибыли с первых продаж.

- б) Установление низких цен для быстрого привлечения большого количества покупателей и завоевания доли рынка.
- в) Установление цен на уровне конкурентов.
- г) Регулярное изменение цен.

Ответы к тестам:

Тест 1: 1-а, 2-в, 3-в, 4-б, 5-б

Тест 2: 1-в, 2-б, 3-г, 4-в, 5-б

Тест 3: 1-б, 2-в, 3-б, 4-б, 5-в

Тест 4: 1-б, 2-в, 3-б, 4-а, 5-б

Тест 5: 1-г, 2-в, 3-б, 4-г, 5-б