

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

**КРАЕВОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«КРАСНОЯРСКИЙ КОЛЛЕДЖ ОТРАСЛЕВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»**

РАССМОТРЕНО

методической комиссией
протокол № 10 от 10.06.2026

УТВЕРЖДЕНО

Директор КГАПОУ «ККОТиП»
_____/Н. В. Журова/
Приказ № 01-55-1п от 29.06.2026

**ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ
СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

38.02.08 Торговое дело

на базе основного общего образования

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
КОНТРОЛЬНО-ИЗМЕРИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ
ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ**

МДК 04.01 Продвижение товаров и услуг. Мерчендайзинг

Красноярск, 2026

СОСТАВ КОМПЛЕКТА

1. Паспорт комплекта контрольно-оценочных средств

1.1 Область применения

1.2 Описание процедуры оценки и системы оценивания

1.3 Общие положения об организации оценки освоения программы профессионального модуля

1.4 Формы текущего контроля и промежуточной аттестации при освоении профессионального

модуля

1.5 Инструменты оценки для проведения дифференцированного зачета по МДК 04.01 Продвижение товаров и услуг. Мерчендайзинг

1.6 Инструменты оценки проверочной работы

1.7 Инструменты оценки практической квалификационной работы

2. Комплект контрольно-оценочных средств

2.1. Комплект контрольно-оценочных средств текущего контроля по МДК 04.01 Продвижение товаров и услуг. Мерчендайзинг

2.2. Комплект контрольно-оценочных средств текущего контроля по учебной практике

2.3. Комплект контрольно-оценочных средств по производственной практике

2.4. Комплект контрольно-оценочных средств, для проведения экзамена (квалификационного) по профессиональному модулю

Приложения

1. ПАСПОРТ КОМПЛЕКТА КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1 Область применения

Комплект контрольно-оценочных средств предназначен для оценки результатов освоения профессионального модуля МДК 04.01 Продвижение товаров и услуг. Мерчендайзинг основной образовательной программы среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело.

1.2 Описание процедуры оценки и системы оценивания

Фонд оценочных средств (ФОС) представляет собой совокупность контролирующих материалов, включающих контрольно-оценочные средства для проведения текущего и промежуточного контроля по МДК 04.01 Продвижение товаров и услуг. Мерчендайзинг

При разработке оценочных средств учтены требования ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело в части МДК 04.01 Продвижение товаров и услуг. Мерчендайзинг

Комплект контрольно-оценочных средств позволяет оценивать общие и профессиональные компетенции, формируемые в рамках модуля МДК 04.01 Продвижение товаров и услуг. Мерчендайзинг

Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ПК1.1	Выявлять потребность в товарах
ПК1.2	Осуществлять связи с поставщиками и потребителями продукции.
ПК1.3	Управлять товарными запасами и потоками.
ПК2.1.	Идентифицировать товары по ассортиментной принадлежности.

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	знания основ маркетинга и мерчендайзинга; анализа рынка и целевой аудитории; оценки эффективности мерчендайзинговых мероприятий; планирования и организации; эффективного взаимодействия с поставщиками, клиентами и командой; проведения презентаций и переговоров; знания современных технологий и программных средств; работы с товаром; оценки и аналитики продаж; знания правил и стандартов торговли
Уметь	использовать стратегии продвижения товаров, выделять общее, определять различия в целях и задачах заинтересованных сторон, соблюдать правила мерчендайзинга; применять стратегии продвижения товара в магазине, определять влияние психологических факторов на объем продажи товаров и совершение покупок, оказывать влияние на выбор товара покупателей, определять влияние элементов атмосферы на потребителей; составлять схему размещения отделов и товарных групп на основе мерчендайзингового подхода.
Знать	понятие, задачи мерчендайзинга, цели и задачи производителя, розничного торговца, потребителя, историю, тенденции развития, основные правила мерчендайзинга; концепции продвижения товаров, виды рефлексов, познавательных ресурсов покупателей, элементы атмосферы магазина; классификацию товаров, принципы распределения торгового зала на торговые зоны адекватно познавательных ресурсов покупателей, понятие «импульсивной покупки», сущность и особенности продажи «Метода ABC».

1.3 Общие положения об организации оценки освоения программы профессионального модуля

Освоение профессионального модуля МДК 04.01 Продвижение товаров и услуг. Мерчендайзинг осуществляется на курсе обучения.

Текущую аттестацию проводят за счет времени, отведенного на профессиональный модуль.

По модулю предусмотрен экзамен (квалификационный). В состав экзаменационной комиссии входят представители общественных организаций, обучающихся и работодателей.

Условием допуска к экзамену (квалификационному) является положительная аттестация по МДК 04.01 Продвижение товаров и услуг. Мерчендайзинг, учебной практике и производственной практике.

Экзамен (квалификационный) проводится в два этапа: выполнение практического задания в виде практического задания и проверки теоретических в виде дифференцированного зачета

знаний по МДК 04.01 Продвижение товаров и услуг. Мерчендайзинг

1.4 Формы промежуточной аттестации при освоении профессионального модуля

Элемент модуля	Форма контроля и оценивания
Промежуточная аттестация	
МДК	Экзамен
ПМ	Экзамен квалификационный

1.5 Инструменты оценки для проведения дифференцированного зачета по МДК 04.01 Продвижение товаров и услуг. Мерчендайзинг

№ задания	Оценка в баллах
1 вопрос	15 баллов
2 вопрос	15 баллов
3 вопрос	15 баллов
Итого:	45 баллов

Критерии оценки выполнения заданий

Критерии	баллы	Примечание
1. Задание выполнено полностью, получен правильный ответ	40-45	Снижение баллов за нерациональное решение
2. Задание выполнено в общем виде, допущены незначительные ошибки	36-40	Снижение баллов за неправильные вычисления
3. Задание выполнено частично.	31-36	Снижение баллов за отсутствие объяснения к решению.
4. Задание не выполнено или выполнено неправильно	0-30	Снижение баллов за отсутствие попыток решения.

Критерии качественной оценки за дифференцированный зачет

Процент результативности	отметка	Вербальный аналог
90-100	5	Отлично
80-89	4	Хорошо
70-79	3	Удовлетворительно
0-69	2	Неудовлетворительно

1.7 Инструменты оценки практической квалификационной работы

Оцениваемые навыки Продвижение товаров и услуг.
Критерии оценки 5 баллов (отлично) выставляется студенту, который выполнил весь объем работы, предусмотренный программой практики и индивидуальным заданием, овладел практическими умениями или навыками (опытом) и компетенциями в полном объеме; соблюдал трудовую дисциплину, подчинялся действующим на предприятии правилам внутреннего трудового распорядка, систематически вел дневник, в котором записывал объем выполненной работы за каждый день практики; своевременно предоставил отчет о прохождении производственной практики, а также дневник студента практиканта и

отзыв-характеристику руководителя практики от предприятия, оформленный в соответствии с требованиями программы практики; содержание разделов отчета о производственной практике точно соответствует требуемой структуре отчета, имеет четкое построение, логическую последовательность изложения материала, доказательность выводов и обоснованность рекомендаций; в докладе демонстрирует отличные знания и умения, предусмотренные программой производственной практики, аргументировано и в логической последовательности излагает материал, использует точные краткие формулировки; квалифицированно использует теоретические положения при анализе производственно- хозяйственной деятельности предприятия, показывает знание производственного процесса, «узких» мест и проблем в функционировании предприятия. В характеристике на обучающегося, составленной руководителем-наставником практики от профильной организации, поставлена оценка «отлично». Аттестационный лист на обучающегося содержит итоговую оценку «отлично». Представленное портфолио зачтено.

4 балла (хорошо) выставляется студенту, который выполнил весь объем работы, предусмотренный программой практики и индивидуальным заданием, овладел практическими умениями или навыками (опытом) и компетенциями в объеме не менее чем на 70 %; соблюдал трудовую дисциплину, подчинялся действующим на предприятии правилам внутреннего трудового распорядка, вел дневник, в котором записывал объем выполненной работы практики;

предоставил отчет о прохождении производственной практики, а также дневник студента-практиканта и отзыв-характеристику руководителя практики от предприятия, оформленный в соответствии с требованиями программы практики; содержание разделов отчета о производственной практике в основном соответствует требуемой структуре отчета, однако имеет отдельные отклонения и неточности в построении, логической последовательности изложения материала, выводов и рекомендаций; в докладе демонстрирует твердые знания программного материала, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответах, правильно применяет теоретические положения при анализе практических ситуаций; хорошо знает производственный процесс и функционирование предприятия в целом. В характеристике на обучающегося, составленной руководителем-наставником практики от профильной организации, поставлена оценка «отлично». Аттестационный лист на обучающегося содержит итоговую оценку «хорошо». Представленное портфолио зачтено.

3 балла (удовлетворительно) выставляется студенту, который выполнил весь объем работы, предусмотренный программой практики и

индивидуальным заданием, овладел практическими умениями или навыками (опытом) и компетенциями в объеме не менее чем на 51%; соблюдал трудовую дисциплину, подчинялся действующим на предприятии правилам внутреннего трудового распорядка, периодически вел дневник, в котором записывал объем выполненной работы практики; предоставил отчет о прохождении производственной практики, а также дневник студента практиканта и отзыв-характеристику руководителя практики от предприятия, оформленный в соответствии с требованиями программы практики; содержание разделов отчета о производственной практике в основном соответствует требуемой структуре отчета, однако нарушена логическая последовательность изложения материала, выводы и рекомендации некорректны; в докладе демонстрирует удовлетворительные знания и умения предусмотренные программой производственной практики; знает основные элементы производственного процесса и функционирования предприятия. В характеристике на обучающегося, составленной руководителем-наставником практики от профильной организации, поставлена оценка «удовлетворительно». Аттестационный лист на обучающегося содержит итоговую оценку «удовлетворительно». Представленное портфолио зачтено.

2 балла (неудовлетворительно) выставляется студенту, который выполнил весь объем работы, предусмотренный программой практики и индивидуальным заданием; не соблюдал трудовую дисциплину, не подчинялся действующим на предприятии правилам внутреннего трудового распорядка, периодически вел дневник, в котором записывал объем выполненной работы практики; содержание разделов отчета о производственной практике в основном соответствует требуемой структуре отчета, однако нарушена логическая последовательность изложения материала, выводы и рекомендации некорректны; не владеет знаниями и умениями, предусмотренными программой производственной практики, с большими затруднениями формулирует ответы на поставленные вопросы; слабо понимает основные элементы производственного процесса и функционирования предприятия. Аттестационный лист на обучающегося содержит итоговую оценку «неудовлетворительно». Представлено портфолио, выполненное на оценку «незачтено»

Место проведения оценки

Предприятие по приказу

2. КОМПЛЕКТ КОНТРОЛЬНО–ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

2.1. Комплект контрольно-оценочных средств промежуточной аттестация по МДК 04.01 Продвижение товаров и услуг. Мерчендайзинг

Форма промежуточной аттестации: Экзамен

Количество вариантов задания – 30.

Время выполнения задания - 45 мин.

Оборудование: бумага, шариковая ручка, карандаши.

Литература для студента:

Учебники:

1. «О защите прав потребителей», ФЗ-2 от 09.01.96 с изменениями и дополнениями от 17.12.99 ФЗ-212.

2. Правила продажи отдельных видов товаров (Постановление Правительства РФ от 19.01.98 № 55 с изменениями и дополнениями).

Задание № 1

Инструкция по выполнению зачетного задания

Внимательно прочитайте и ответьте на вопросы.

Время выполнения задания – 45 мин.

Проверяемые результаты обучения:

ОК. 1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.8, ОК.9;

ПК.1.1, ПК.1.2, ПК 1.3.

Вы можете воспользоваться натуральными образцами, справочниками продавца, инструментами, оборудованием.

1. Составьте сравнительную таблицу традиционного и мерчендайзингового подхода к распределению торгового зала магазина на зоны адекватно поведению посетителей.

2. Приведите алгоритм процесса принятия потребительских решений покупателем.

3. Составьте памятку торговому работнику по размещению продукции, учитывая основные правила выкладки товаров на полке.

Задание № 2

Инструкция по выполнению зачетного задания

Внимательно прочитайте и ответьте на вопросы.

Время выполнения задания – 45 мин.

Проверяемые результаты обучения:

ОК. 1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.8, ОК.9;

ПК.1.1, ПК.1.2, ПК 1.3.

Вы можете воспользоваться натуральными образцами, справочниками продавца, инструментами, оборудованием.

1. Раскройте цели и задачи мерчендайзинга производителя, результаты оформите в таблице.

2. Проанализируйте виды планировки торговых площадей в мерчендайзинге, учитывая их отличительные особенности.

3. Предложите комплекс мерчендайзинговых решений, позволяющих превратить «холодную зону» торгового зала магазина в «горячую».

Задание № 3

Инструкция по выполнению зачетного задания

Внимательно прочитайте и ответьте на вопросы.

Время выполнения задания – 45 мин.

Проверяемые результаты обучения:

ОК. 1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.8, ОК.9;

ПК.1.1, ПК.1.2, ПК 1.3.

Вы можете воспользоваться натуральными образцами, справочниками продавца, инструментами, оборудованием.

1. Раскройте цели и задачи мерчендайзинга розничного торговца, результаты оформите в таблице.

2. Оформите в виде таблицы виды выкладки товаров в мерчендайзинге, раскройте их отличительные особенности.

3. Проведите анализ привлекательности отделов, если за рабочий день магазин посетило 258 человек, из них 145 человек побывали в отделе №2. В отделе №1 совершило покупку 206 покупателей, а в отделе №2 – 95 покупателей. Рассчитайте коэффициент подхода к отделу, коэффициент покупки и коэффициент привлекательности.

Задание №4.

Внимательно прочитайте и ответьте на вопросы.

Время выполнения задания – 45 мин.

Проверяемые результаты обучения:

ОК. 1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.8, ОК.9;

ПК.1.1, ПК.1.2, ПК 1.3.

Вы можете воспользоваться натуральными образцами, справочниками продавца, инструментами, оборудованием.

1. Оформите таблицу элементов атмосферы магазина, раскройте их влияние на увеличение продаж товаров.

2. Составьте алгоритм внедрения продажи товаров методом АВС, укажите значение этого метода в практике продаж.

3. Выполните планограмму выкладки на примере молочных товаров, имеющейся в торговом предприятии ЗАО «Гулливёр».

Задание №5.

Инструкция по выполнению зачетного задания

Внимательно прочитайте и ответьте на вопросы.

Время выполнения задания – 45 мин.

Проверяемые результаты обучения:

ОК. 1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.8, ОК.9;

ПК.1.1, ПК.1.2, ПК 1.3.

Вы можете воспользоваться натуральными образцами, справочниками продавца, инструментами, оборудованием.

1.Приведите примеры использования правила «Золотого треугольника» в торговом предприятии.

2. Представьте в виде схемы распределение площади торгового зала на зоны адекватно поведению посетителя.

3.Выявите связь задач мерчендайзинга и составляющих комплекса маркетинга, результаты оформите в таблице.

Задание №6.

Инструкция по выполнению зачетного задания

Внимательно прочитайте и ответьте на вопросы.

Время выполнения задания – 45 мин.

Проверяемые результаты обучения:

ОК. 1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.8, ОК.9;

ПК.1.1, ПК.1.2, ПК 1.3. 3 01, 3 02,

Вы можете воспользоваться натуральными образцами, справочниками продавца, инструментами, оборудованием.

1.Оформите схему видов импульсной покупки. Приведите примеры импульсивных покупок.

2.Раскройте отличительные особенности продажи товаров по «Методу ABC».

3.Составьте перечень личных качеств и профессиональных навыков мерчендайзеров, которые им необходимы для достижения успеха в процессе ведения переговоров и заключении сделок.

Задание №7.

Инструкция по выполнению зачетного задания

Внимательно прочитайте и ответьте на вопросы.

Время выполнения задания – 45 мин.

Проверяемые результаты обучения:

ОК. 1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.8, ОК.9;

ПК.1.1, ПК.1.2, ПК 1.3.

Вы можете воспользоваться натуральными образцами, справочниками продавца, инструментами, оборудованием.

1. Раскройте цели и задачи мерчендайзинга потребителя, результаты оформите в таблице.

2.Составьте график распределения внимания посетителя торгового зала во времени.

3.Выполните планограмму выкладки товаров на примере чая.

Задание №8

Инструкция по выполнению зачетного задания

Внимательно прочитайте и ответьте на вопросы.

Время выполнения задания – 45 мин.

Проверяемые результаты обучения:

ОК. 1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.8, ОК.9;

ПК.1.1, ПК.1.2, ПК 1.3.

Вы можете воспользоваться натуральными образцами, справочниками продавца, инструментами, оборудованием.

1. Приведите таблицу цветовых решений, поясните примеры их использования в торговой практике.

2. Изобразите схему линейной планировки магазина, ее разновидности.

3. Составьте схему распределения познавательных ресурсов покупателей у коротких прилавков.

Задание №9

Инструкция по выполнению зачетного задания

Внимательно прочитайте и ответьте на вопросы.

Время выполнения задания – 45 мин.

Проверяемые результаты обучения:

ОК. 1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.8, ОК.9;

ПК.1.1, ПК.1.2, ПК 1.3.

Вы можете воспользоваться натуральными образцами, справочниками продавца, инструментами, оборудованием.

1. Приведите примеры использования планировки по типу «трек» в торговом предприятии, объясните ее преимущества и недостатки.

2. Изобразите схему влияния факторов природной системы человека на распределение посетителей в торговом зале.

3. Рассчитайте коэффициент установочной площади для торгового зала магазина, если: установочная площадь торгового оборудования составляет 156 кв. м, общая площадь торгового зала магазина составляет 230 кв. м. Прокомментируйте полученное значение. Как изменить данный коэффициент, если это будет: 1) ювелирный магазин; 2) магазин дорогой косметики? Почему?

Задание №10

Инструкция по выполнению зачетного задания

Внимательно прочитайте и ответьте на вопросы.

Время выполнения задания – 45 мин.

Проверяемые результаты обучения:

ОК. 1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.8, ОК.9;

ПК.1.1, ПК.1.2, ПК 1.3

Вы можете воспользоваться натуральными образцами, справочниками продавца, инструментами, оборудованием.

1. Составьте схему возможных вариантов размещения товарных групп при внедрении метода АВС.

2. Изобразите графически распределение внимания посетителя торгового зала во времени.

3. Приведите примеры группировки товаров по маркам, сортам, производителю и упаковке, используемые в торговом предприятии «Магнит».

Задание №11

Инструкция по выполнению зачетного задания

Внимательно прочитайте и ответьте на вопросы.

Время выполнения задания – 45 мин.

Проверяемые результаты обучения:

ОК. 1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.8, ОК.9;

ПК.1.1, ПК.1.2, ПК 1.3.

Вы можете воспользоваться натуральными образцами, справочниками продавца, инструментами, оборудованием.

1. Составьте схему наиболее вероятного поведения покупателей на отдельных этапах маршрута его движения по торговому залу.

2. Аргументируйте использование «перекрестного мерчендайзинга» в торговом предприятии.

3. Приведите примеры конкретных товарных групп методом «АВС»

Задание №12

Инструкция по выполнению зачетного задания

Внимательно прочитайте и ответьте на вопросы.

Время выполнения задания – 45 мин.

Проверяемые результаты обучения:

ОК. 1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.8, ОК.9;

ПК.1.1, ПК.1.2, ПК 1.3.

Вы можете воспользоваться натуральными образцами, справочниками продавца, инструментами, оборудованием.

1.Изобразите схему размещения товарных групп по зонам торгового зала в соответствии с наиболее вероятными психологическими характеристиками посетителей.

2.Спланируйте меры по стимулированию сбыта швейных товаров в торговом предприятии «Элегант».

3.Рассчитайте коэффициент покупки, если общее количество посетителей магазина в течение определенного времени 160, количество покупателей, сделавших покупки в отделе 40.

Задание № 13

Инструкция по выполнению зачетного задания

Внимательно прочитайте и ответьте на вопросы.

Время выполнения задания – 45 мин.

Проверяемые результаты обучения:

ОК. 1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.8, ОК.9;

ПК.1.1, ПК.1.2, ПК 1.3.

Вы можете воспользоваться натуральными образцами, справочниками продавца, инструментами, оборудованием.

1.Составьте сравнительную таблицу традиционного и мерчендайзингового подхода к распределению торгового зала магазина на зоны адекватно поведению посетителей.

2. Приведите алгоритм процесса принятия потребительских решений покупателем.

3. Составьте памятку торговому работнику по размещению продукции, учитывая основные правила выкладки товаров на полке.

Задание №14

Инструкция по выполнению зачетного задания

Внимательно прочитайте и ответьте на вопросы.

Время выполнения задания – 45 мин.

Проверяемые результаты обучения:

ОК. 1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.8, ОК.9;

ПК.1.1, ПК.1.2, ПК 1.3.

Вы можете воспользоваться натуральными образцами, справочниками продавца, инструментами, оборудованием.

1.Раскройте цели и задачи мерчендайзинга производителя, результаты оформите в таблице.

2.Проанализируйте виды планировки торговых площадей в мерчендайзинге, учитывая их отличительные особенности.

3. Предложите комплекс мерчендайзинговых решений, позволяющих превратить «холодную зону» торгового зала магазина в «горячую».

Задание № 15

Инструкция по выполнению зачетного задания

Внимательно прочитайте и ответьте на вопросы.

Время выполнения задания – 45 мин.

Проверяемые результаты обучения:

ОК. 1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.8, ОК.9;

ПК.1.1, ПК.1.2, ПК 1.3.

Вы можете воспользоваться натуральными образцами, справочниками продавца, инструментами, оборудованием.

1. Раскройте цели и задачи мерчендайзинга розничного торговца, результаты оформите в таблице.

2. Оформите в виде таблицы виды выкладки товаров в мерчендайзинге, раскройте их отличительные особенности.

3. Проведите анализ привлекательности отделов, если за рабочий

день магазин посетило 258 человек, из них 145 человек побывали в отделе №2. В отделе №1 совершило покупку 206 покупателей, а в отделе №2 – 95 покупателей. Рассчитайте коэффициент подхода к отделу, коэффициент покупки и коэффициент привлекательности.

Задание №16.

Инструкция по выполнению зачетного задания

Внимательно прочитайте и ответьте на вопросы.

Время выполнения задания – 45 мин.

Проверяемые результаты обучения:

ОК. 1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.8, ОК.9;

ПК.1.1, ПК.1.2, ПК 1.3.

Вы можете воспользоваться натуральными образцами, справочниками продавца, инструментами, оборудованием.

1. Оформите таблицу элементов атмосферы магазина, раскройте их влияние на увеличение продаж товаров.

2. Составьте алгоритм внедрения продажи товаров методом ABC, укажите значение этого метода в практике продаж.

3. Выполните планограмму выкладки на примере молочных товаров, имеющейся в торговом предприятии ЗАО «Гулливёр».

Задание №17.

Инструкция по выполнению зачетного задания

Внимательно прочитайте и ответьте на вопросы.

Время выполнения задания – 45 мин.

Проверяемые результаты обучения:

ОК. 1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.8, ОК.9;

ПК.1.1, ПК.1.2, ПК 1.3.

Вы можете воспользоваться натуральными образцами, справочниками продавца, инструментами, оборудованием.

1. Приведите примеры использования правила «Золотого треугольника» в торговом предприятии.

2. Представьте в виде схемы распределение площади торгового зала на зоны адекватно поведению посетителя.

3. Выявите связь задач мерчендайзинга и составляющих комплекса маркетинга, результаты оформите в таблице.

Задание №18.

Инструкция по выполнению зачетного задания

Внимательно прочитайте и ответьте на вопросы.

Время выполнения задания – 45 мин.

Проверяемые результаты обучения:

ОК. 1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.8, ОК.9;

ПК.1.1, ПК.1.2, ПК 1.3.

Вы можете воспользоваться натуральными образцами, справочниками продавца, инструментами, оборудованием.

1.Оформите схему видов импульсной покупки. Приведите примеры импульсивных покупок.

2.Раскройте отличительные особенности продажи товаров по «Методу ABC».

3.Составьте перечень личных качеств и профессиональных навыков мерчендайзеров, которые им необходимы для достижения успеха в процессе ведения переговоров и заключении сделок.

Задание №19.

Инструкция по выполнению зачетного задания

Внимательно прочитайте и ответьте на вопросы.

Время выполнения задания – 45 мин.

Проверяемые результаты обучения:

ОК. 1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.8, ОК.9;

ПК.1.1, ПК.1.2, ПК 1.3.

Вы можете воспользоваться натуральными образцами, справочниками продавца, инструментами, оборудованием.

1. Раскройте цели и задачи мерчендайзинга потребителя, результаты оформите в таблице.

2.Составьте график распределения внимания посетителя торгового зала во времени.

3.Выполните планограмму выкладки товаров на примере чая.

Задание №20

Инструкция по выполнению зачетного задания

Внимательно прочитайте и ответьте на вопросы.

Время выполнения задания – 45 мин.

Проверяемые результаты обучения:

ОК. 1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.8, ОК.9;

ПК.1.1, ПК.1.2, ПК 1.3.

Вы можете воспользоваться натуральными образцами, справочниками продавца, инструментами, оборудованием.

1. Приведите таблицу цветовых решений, поясните примеры их использования в торговой практике.

2. Изобразите схему линейной планировки магазина, ее разновидности.

3.Составьте схему распределения познавательных ресурсов покупателей у коротких прилавков.

Задание №21

Инструкция по выполнению зачетного задания

Внимательно прочитайте и ответьте на вопросы.

Время выполнения задания – 45 мин.

Проверяемые результаты обучения:

ОК. 1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.8, ОК.9;

ПК.1.1, ПК.1.2, ПК 1.3

Вы можете воспользоваться натуральными образцами, справочниками продавца, инструментами, оборудованием.

1.Приведите примеры использования планировки по типу «трек» в торговом предприятии, объясните ее преимущества и недостатки.

2.Изобразите схему влияния факторов природной системы человека на распределение посетителей в торговом зале.

3. Рассчитайте коэффициент установочной площади для торгового зала магазина, если: установочная площадь торгового оборудования составляет 156 кв. м, общая площадь торгового зала магазина составляет 230 кв. м. Прокомментируйте полученное значение. Как изменить данный коэффициент, если это будет: 1) ювелирный магазин; 2) магазин косметики? Почему?

Задание №22

Инструкция по выполнению зачетного задания

Внимательно прочитайте и ответьте на вопросы.

Время выполнения задания – 45 мин.

Проверяемые результаты обучения:

ОК. 1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.8, ОК.9;

ПК.1.1, ПК.1.2, ПК 1.3.

Вы можете воспользоваться натуральными образцами, справочниками продавца, инструментами, оборудованием.

1.Составьте схему возможных вариантов размещения товарных групп при внедрении метода ABC.

2. Изобразите графически распределение внимания посетителя торгового зала во времени.

3. Приведите примеры группировки товаров по маркам, сортам, производителю и упаковке, используемые в торговом предприятии «Магнит».

Задание №23

Инструкция по выполнению зачетного задания

Внимательно прочитайте и ответьте на вопросы.

Время выполнения задания – 45 мин.

Проверяемые результаты обучения:

ОК. 1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.8, ОК.9;

ПК.1.1, ПК.1.2, ПК 1.3.

Вы можете воспользоваться натуральными образцами, справочниками продавца, инструментами, оборудованием.

1.Составьте схему наиболее вероятного поведения покупателей на отдельных этапах маршрута его движения по торговому залу.

2.Аргументируйте использование «перекрестного мерчендайзинга» в торговом предприятии.

3.Приведите примеры конкретных товарных групп методом «ABC».

Задание №24

Инструкция по выполнению зачетного задания

Внимательно прочитайте и ответьте на вопросы.

Время выполнения задания – 45 мин.

Проверяемые результаты обучения:

ОК. 1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.8, ОК.9;

ПК.1.1, ПК.1.2, ПК 1.3.

Вы можете воспользоваться натуральными образцами, справочниками продавца, инструментами, оборудованием.

1.Изобразите схему размещения товарных групп по зонам торгового зала в соответствии с наиболее вероятными психологическими характеристиками посетителей.

2.Спланируйте меры по стимулированию сбыта швейных товаров в торговом предприятии «Элегант».

3.Рассчитайте коэффициент покупки, если общее количество посетителей магазина в течение определенного времени 160, количество покупателей, сделавших покупки в отделе 40.

Задание № 25

Инструкция по выполнению зачетного задания

Внимательно прочитайте и ответьте на вопросы.

Время выполнения задания – 45 мин.

Проверяемые результаты обучения:

ОК. 1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.8, ОК.9;

ПК.1.1, ПК.1.2, ПК 1.3.

Вы можете воспользоваться натуральными образцами, справочниками продавца, инструментами, оборудованием.

1.Составьте сравнительную таблицу традиционного и мерчендайзингового подхода к распределению торгового зала магазина на зоны адекватно поведению посетителей.

2. Приведите алгоритм процесса принятия потребительских решений покупателем.

3. Составьте памятку торговому работнику по размещению продукции, учитывая основные правила выкладки товаров на полке.

Задание № 26

Инструкция по выполнению зачетного задания

Внимательно прочитайте и ответьте на вопросы.

Время выполнения задания – 45 мин.

Проверяемые результаты обучения:

ОК. 1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.8, ОК.9;

ПК.1.1, ПК.1.2, ПК 1.3

Вы можете воспользоваться натуральными образцами, справочниками продавца, инструментами, оборудованием.

1.Раскройте цели и задачи мерчендайзинга производителя, результаты оформите в таблице.

2.Проанализируйте виды планировки торговых площадей в мерчендайзинге, учитывая их отличительные особенности.

3. Предложите комплекс мерчендайзинговых решений, позволяющих превратить «холодную зону» торгового зала магазина в «горячую».

Задание № 27

Инструкция по выполнению зачетного задания

Внимательно прочитайте и ответьте на вопросы.

Время выполнения задания – 45 мин.

Проверяемые результаты обучения:

ОК. 1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.8, ОК.9;

ПК.1.1, ПК.1.2, ПК 1.3

Вы можете воспользоваться натуральными образцами, справочниками продавца, инструментами, оборудованием.

1. Раскройте цели и задачи мерчендайзинга розничного торговца, результаты оформите в таблице.

2.Оформите в виде таблицы виды выкладки товаров в мерчендайзинге, раскройте их отличительные особенности.

3. Проведите анализ привлекательности отделов, если за рабочий день магазин посетило 258 человек, из них 145 человек побывали в отделе №2. В отделе №1 совершило покупку 206 покупателей, а в отделе №2 – 95 покупателей. Рассчитайте коэффициент подхода к отделу, коэффициент покупки и коэффициент привлекательности.

Задание №28.

Инструкция по выполнению зачетного задания

Внимательно прочитайте и ответьте на вопросы.

Время выполнения задания – 45 мин.

Проверяемые результаты обучения:

ОК. 1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.8, ОК.9;

ПК.1.1, ПК.1.2, ПК 1.3.

Вы можете воспользоваться натуральными образцами, справочниками продавца, инструментами, оборудованием.

1. Оформите таблицу элементов атмосферы магазина, раскройте их влияние на увеличение продаж товаров.

2. Составьте алгоритм внедрения продажи товаров методом ABC, укажите значение этого метода в практике продаж.

3. Выполните планограмму выкладки на примере молочных товаров, имеющейся в торговом предприятии ЗАО «Гулливер».

Задание №29.

Инструкция по выполнению зачетного задания

Внимательно прочитайте и ответьте на вопросы.

Время выполнения задания – 45 мин.

Проверяемые результаты обучения:

ОК. 1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.8, ОК.9;

ПК.1.1, ПК.1.2, ПК 1.3.

Вы можете воспользоваться натуральными образцами, справочниками продавца, инструментами, оборудованием.

1. Приведите примеры использования правила «Золотого треугольника» в торговом предприятии.

2. Представьте в виде схемы распределение площади торгового зала на зоны адекватно поведению посетителя.

3. Выявите связь задач мерчендайзинга и составляющих комплекса маркетинга, результаты оформите в таблице.

Задание №30.

Инструкция по выполнению зачетного задания

Внимательно прочитайте и ответьте на вопросы.

Время выполнения задания – 45 мин.

Проверяемые результаты обучения:

ОК. 1, ОК.2, ОК.3, ОК.4, ОК.5, ОК.6, ОК.7, ОК.8, ОК.9;

ПК.1.1, ПК.1.2, ПК 1.3.

Вы можете воспользоваться натуральными образцами, справочниками продавца, инструментами, оборудованием.

1. Оформите схему видов импульсной покупки. Приведите примеры импульсивных покупок.

2. Раскройте отличительные особенности продажи товаров по «Методу ABC».

3. Составьте перечень личных качеств и профессиональных навыков мерчендайзеров, которые им необходимы для достижения успеха в процессе ведения переговоров и заключении сделок.

Каждый из ответов дополняется практическим материалом: приводятся сведения из практики мерчендайзинга, иллюстрирующие основные положения темы. Результаты решения практических заданий дополняются выводами.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ: оценки выставляются по следующей шкале баллов:

№ задания	Оценка в баллах
1 вопрос	15 баллов
2 вопрос	15 баллов
3 вопрос	15 баллов
Итого:	45 баллов

Критерии оценки выполнения заданий

Критерии	Баллы	Примечание
1. Задание выполнено полностью, получен правильный ответ	40-45	Снижение баллов за нерациональное решение
2. Задание выполнено в общем виде, допущены незначительные ошибки	36-40	Снижение баллов за неправильные вычисления
3. Задание выполнено частично.	31-36	Снижение баллов за отсутствие объяснения к решению
4. Задание не выполнено или выполнено неправильно	0-30	Снижение баллов за отсутствие попыток решения

Критерии качественной оценки за дифференцированный зачет

Процент результативности	Отметка	Вербальный аналог
90-100	5	Отлично
80-89	4	Хорошо
70-79	3	Удовлетворительно
0-69	2	Неудовлетворительно

Выполнение задания:

- обращение в ходе задания к информационным источникам;
- рациональное распределение времени на выполнение задания.

Осуществленный процесс:

Критерии оценки результатов ответов на вопросы:

1. Ответ на вопрос несет значимую информацию;
2. Ответ на вопрос четко и понятно сформулирован;
3. Ответ поддается оцениванию;
4. Ответ ориентирован на получение конкретного результата;
5. Ответ на вопрос задает уровень качества знаний;
6. Ответ на вопрос соответствует полному результату ответа на поставленный вопрос и в полном объеме.

Результаты ответов должны быть:

- Понятными;
- Четко и ясно изложены; оцениваемы.