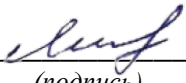


Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Мальнева Юлия Андреевна
Должность: Заведующий кафедрой
Дата подписания: 15.09.2023 23:14:52
Уникальный программный ключ:
906c96d7f2988196b87f4d710bc02fbaf9772072

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Юго-Западный государственный университет

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий кафедрой
дизайна и индустрии моды
(наименование кафедры полностью)


Ю.А. Мальнева
(подпись)

« 29 » 06 2023 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА
для текущего контроля успеваемости
и промежуточной аттестации обучающихся
по дисциплине

Формирование ассортимента и конкурентоспособности изделий

легкой промышленности

(наименование дисциплины)

29.03.05 Конструирование изделий легкой промышленности.

(код и наименование ОПОП ВО)

1. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

1.1 ВОПРОСЫ ДЛЯ КОЛОКВИУМА

Раздел (тема) 5 дисциплины «Анализ условий конкуренции и методов сбыта»

1. В чем заключается социальная значимость качества и конкурентоспособности товаров?
2. Дайте понятия конкуренции и конкурентоспособности.
3. Что является объектами оценки и прогнозирования конкурентоспособности?
4. Какие существуют критерии конкурентоспособности продукции?
5. Какие факторы конкурентоспособности товара вы можете назвать?
6. Каким образом можно классифицировать факторы конкурентоспособности?
7. Какова роль государства в обеспечении конкурентоспособности?
8. Микроэкономические факторы оценки конкурентоспособности.
9. Что представляет собой техническое регулирование как фактор конкурентоспособности?
10. Каковы принципы и методы оценки и прогнозирования конкурентоспособности?
11. В чем заключается оценка и прогнозирование конкурентоспособности продукции по единичным критериям?
12. В чем суть оценки и прогнозирования конкурентоспособности продукции по групповым критериям?
13. В чем заключается оценка и прогнозирование конкурентоспособности продукции по обобщенным критериям?
14. В чем суть оценки и прогнозирования конкурентоспособности продукции по интегральным критериям?
15. В чем заключается оценка и прогнозирование конкурентоспособности продукции по экономическим показателям?
16. В чем суть оценки и прогнозирования конкурентоспособности продукции экспертным методом?
17. С какой целью проводится оценка конкурентоспособности?
18. Каковы главные экономические особенности отрасли – легкая промышленность?
19. Каковы главные движущие силы швейной отрасли и какое влияние они будут оказывать в будущем?
20. Каковы силы конкуренции и каков уровень конкуренции в швейной отрасли?
21. Каковы главные факторы, которые будут определять успех или провал конкурентной борьбы?
22. Насколько привлекательна швейная отрасль с точки зрения перспективы достижения уровня рентабельности выше среднего?
23. Каковы функции конкуренции на рынке?
24. Какими условиями характеризуется совершенная конкуренция?
25. Что представляет собой несовершенная конкуренция?
26. Какие существуют виды конкуренции по степени интенсивности и по формам удовлетворения потребностей?
27. Каковы основные черты монополистической конкуренции?

28. Какие существуют классы целей управления конкурентоспособностью?
29. В чем заключается системный подход к формированию механизма конкурентоспособности организации?
30. В чем заключается комплексный подход к формированию механизма конкурентоспособности организации?

Шкала оценивания: пятибалльная.

Критерии оценивания (нижеследующие критерии оценки являются примерными и могут корректироваться):

5 баллов (или оценка «**отлично**») выставляется обучающемуся, если он принимает активное участие в беседе по большинству обсуждаемых вопросов (в том числе самых сложных); демонстрирует сформированную способность к диалогическому мышлению, проявляет уважение и интерес к иным мнениям; владеет глубокими (в том числе дополнительными) знаниями по существу обсуждаемых вопросов, ораторскими способностями и правилами ведения полемики; строит логичные, аргументированные, точные и лаконичные высказывания, сопровождаемые яркими примерами; легко и заинтересованно откликается на неожиданные ракурсы беседы; не нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

4 балла (или оценка «**хорошо**») выставляется обучающемуся, если он принимает участие в обсуждении не менее 50% дискуссионных вопросов; проявляет уважение и интерес к иным мнениям, доказательно и корректно защищает свое мнение; владеет хорошими знаниями вопросов, в обсуждении которых принимает участие; умеет не столько вести полемику, сколько участвовать в ней; строит логичные, аргументированные высказывания, сопровождаемые подходящими примерами; не всегда откликается на неожиданные ракурсы беседы; не нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

3 балла (или оценка «**удовлетворительно**») выставляется обучающемуся, если он принимает участие в беседе по одному-двум наиболее простым обсуждаемым вопросам; корректно выслушивает иные мнения; неуверенно ориентируется в содержании обсуждаемых вопросов, порой допуская ошибки; в полемике предпочитает занимать позицию заинтересованного слушателя; строит краткие, но в целом логичные высказывания, сопровождаемые наиболее очевидными примерами; теряется при возникновении неожиданных ракурсов беседы и в этом случае нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя.

2 балла (или оценка «**неудовлетворительно**») выставляется обучающемуся, если он не владеет содержанием обсуждаемых вопросов или допускает грубые ошибки; пассивен в обмене мнениями или вообще не участвует в дискуссии; затрудняется в построении монологического высказывания и (или) допускает ошибочные высказывания; постоянно нуждается в уточняющих и (или) дополнительных вопросах преподавателя

А. ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ В ТЕСТОВОЙ ФОРМЕ

Раздел (тема) 1 дисциплины «Ассортимент и качество продукции»

1. Определенный перечень товаров в разрезе групп, подгрупп, видов, разновидностей и других качественных отличительных признаков называется:
 - а) широта ассортимента
 - б) ассортимент
 - в) товарная номенклатура
2. Соответствие фактического наличия товаров в торговом предприятии выбранному ассортиментному перечню – это

- а) стабильность
- б) глубина
- в) широта
- г) глубина

3. Основные свойства ассортимента:

- а) широта
- б) глубина
- в) устойчивость
- г) полнота
- д) степень обновления.

4. Ассортиментный перечень - это...

- а) перечень наименований товаров, соответствующий установленной широте ассортимента, и минимально необходимое количество разновидностей товаров, которые постоянно должны быть в наличии на складе
- б) минимальное количество товара, которое постоянно должно быть в наличии в магазине
- в) перечень конкретных разновидностей товаров каждой группы, которые имеются в наличии на складе в данный момент времени
- г) минимальное количество товара, которое постоянно должно быть в наличии в магазине
- д) соотношение товарных групп, отвечающее требованию максимальной широты ассортимента торгового

5. На какие группы подразделяются товары по частоте спроса:

- а) стабильного и альтернативного
- б) импульсивного и повседневного
- в) повседневного, периодического и редкого

6. Глубина, как характеристика товарного ассортимента, отражает

- а) количество товарных единиц, предусмотренных соответствующим прейскурантом
- б) количество ассортиментных позиций, предусмотренных ассортиментным перечнем
- в) количество ассортиментных групп
- г) количество разновидностей конкретного вида изделий

7. Ассортимент, логично и последовательно в рациональных пропорциях сочетающий различные группы, является

- а) насыщенным
- б) унифицированным
- в) гармоничным
- г) сбалансированным

8. С течением времени товарный ассортимент обычно

- а) унифицируется
- б) остается неизменным
- в) расширяется
- г) сужается

9. Контрольный норматив, равный минимальному числу дефектных единиц продукции в выборке, являющийся критерием для браковки партии продукции, - это
- а) нормативное число
 - б) приемочное число
 - в) браковочное число
 - г) контрольное число
10. Широта, как характеристика товарного ассортимента, отражает
- а) общее количество товарных единиц
 - б) количество разновидностей товара, предусмотренных спецификацией
 - в) общее количество ассортиментных групп
 - г) общее количество разновидностей конкретного вида изделий
11. Совокупность товаров, имеющих аналогичное функциональное назначение – это
- а) класс товаров
 - б) разновидность товаров
 - в) вид товаров
 - г) группа товаров
12. По характеру потребления (использования) товары делятся на
- а) особого спроса и пассивного спроса
 - б) потребительские и производственного назначения
 - в) повседневные и престижные
 - г) длительного выбора и импульсивного спроса
13. Номенклатура товара - это название, которое
- а) присвоено классификационным группировкам, в результате классификации
 - б) обусловлено потребительскими свойствами
 - в) характеризует вид товара
 - г) отражает индивидуальные особенности товара
14. Какие товары выделяются из множества всех товаров по признаку назначения
- а) потребительские, промышленные и товары для управленческой деятельности
 - б) одежда
 - в) обувь
 - г) меха
15. К какой качественной градации следует отнести товары с выявленными устранимыми и не устранимыми несоответствиями по одному комплексу показателей?
- а) брак
 - б) критические
 - в) 2 сорт
 - г) технологические

Раздел (тема) 2 дисциплины «Принципы формирования и показатели планирования ассортимента»

1. Этапами процесса формирования ассортимента товаров в магазине являются
- а) комплексное удовлетворение спроса;
 - б) определение перечня основных групп и подгрупп товаров;
 - в) обеспечение устойчивости;

г) осуществление распределения групп и подгрупп в разрезе потребительских комплексов;

д) разработка конкретного ассортиментного перечня товаров.

2. Принципами формирования ассортимента в магазине являются:

а) стабильное предложение товаров повседневного спроса;

б) обеспечение достаточной широты товаров;

в) функциональный;

г) ценовой;

д) потребительский;

е) установление определенного количества разновидностей по каждому виду;

ж) учет особенностей спроса.

3. Формирование и обеспечение качества товара осуществляется

а) на основе маркетинговых исследований

б) в процессе контроля качества товара

в) в условиях соблюдения требований нормативных документов

г) на этапах жизненного цикла товара

4. К какой группе потребительских свойств следует отнести : способность товаров сохранять функциональные назначения в процессе хранения, эксплуатации в течение заранее оговоренных сроков?

а) безопасность

б) функциональные свойства

в) эргономические свойства

г) надежность

5. Способность набора товаров наиболее полно удовлетворять реально обоснованные потребности разных сегментов потребителей – это

а) рациональность ассортимента;

б) гармоничность ассортимента;

в) новизна ассортимента;

г) полнота ассортимента

6. Гармоничность ассортимента – это

а) свойство набора товаров разных групп, характеризующее степень их близости по обеспечению рационального товародвижения, реализации и/или использования;

б) способность набора товаров удовлетворять изменившиеся потребности за счет новых товаров;

в) способность набора товаров наиболее полно удовлетворять реально обоснованные потребности разных сегментов потребителей;

г) способность набора товаров удовлетворять спрос на одни и те же товары

7. Количественные и качественные изменения набора товаров за счет увеличения показателей широты, полноты и новизны - это

а) расширение ассортимента;

б) стабилизация ассортимента;

в) обновление ассортимента;

г) сокращение ассортимента

8. Что из перечисленного не относится к показателям ассортимента:

а) полнота;

- б) коэффициент устойчивости;
- в) показатель полноты действительный;
- г) показатель полноты базовый

9. Способность набора товаров однородной группы удовлетворять одинаковые потребности – это

- а) полнота ассортимента;
- б) глубина ассортимента;
- в) устойчивость ассортимента;
- г) рациональность ассортимента

10. По признаку широты охвата товаров различают ассортимент товаров:

- а) промышленный;
- б) торговый;
- в) групповой;
- г) сопутствующий;
- д) укрупненный.

11. По признаку глубины охвата товаров различают ассортимент товаров:

- а) видовой;
- б) марочный;
- в) рациональный;
- г) реальный;
- д) прогнозируемый.

12. По признаку степени удовлетворения потребностей различают ассортимент товаров:

- а) торговый;
- б) смешанный;
- в) марочный;
- г) рациональный;
- д) оптимальный.

13. Классификация товаров на разновидности осуществляется по:

- а) характеру потребностей;
- б) местонахождению;
- в) по широте и глубине охвата;
- г) по степени удовлетворенности

14. Классификация товаров на виды осуществляется по:

- а) по степени удовлетворенности;
- б) характеру потребностей;
- в) по широте и глубине охвата;
- г) по местонахождению

15. Ассортимент товаров, представленный такими видами, которые классифицируются более чем по трем признакам, называется:

- а) сложный;
- б) простой;
- в) развернутый;
- г) торговый

Раздел (тема) 3 дисциплины «Факторы, влияющие на формирование ассортимента товаров»

1. На какие факторы делят формирование ассортимента товара?

- а) общие
- б) внешние
- в) экономические

2. К специфическим факторам формирования ассортимента товаров относятся:

- а) условия товарообеспечения
- б) спрос покупателей
- в) производство товаров

3. Числовые значения коэффициентов полноты и стабильности ассортимента находятся в пределах:

- а) от 1 до 10
- б) от 1 до 5
- в) от 0 до 1

4. К каким факторам формирования товарного ассортимента относятся транспортные условия, техническое оснащение предприятия?

- а) общие
- б) специфические

5. Какие показатели относятся к внутренним ограничениям на ассортимент:

- а) финансовые ресурсы
- б) рынок поставщиков
- в) состояние конкурентов

6. Факторы, влияющие на формирование ассортимента товаров:

- а) наличие товарных запасов;
- б) спрос;
- в) производство;
- г) ассортиментный профиль;
- д) зона деятельности;
- е) состояние материально-технической базы;
- ж) уровень канала распределения.

7. В чем основное отличие рынка товаров промышленного назначения от рынков товаров широкого потребления

- а) на нем меньше покупателей и они крупнее и профессиональнее
- б) спрос на товары зависит от спроса на товары широкого потребления
- в) спрос на товары резко меняется
- г) на нем больше покупателей

8. Эстетические свойства товаров характеризуются

- а) информационной выразительностью, рациональностью формы, целостностью композиции, совершенством производственного исполнения
- б) отсутствием внешних дефектов
- в) органолептическими показателями
- г) внешней привлекательностью товара

9. Трикотажные изделия делятся на товарные сорта в зависимости от

- а) наличия производственных швейных дефектов и дефектов внешнего вида

- б) степени соответствия модели
 - в) эстетических свойств изделий
 - г) уровня качества изделий
10. В данных конкретных условиях рынка конкурентоспособность изделий определяется
- а) только важнейшими характеристиками эксплуатационных свойств
 - б) всей совокупностью свойств, присущих изделию
 - в) свойствами, которые представляют интерес для покупателей и производителей
 - г) только свойствами, которые представляют интерес для покупателей
11. Основное назначение штрихового кода EAN –
- а) идентифицировать товар
 - б) осуществлять информационный обмен данными
 - в) контролировать движение товара
 - г) классифицировать товар
12. Единичные показатели качества определяют у товара
- а) одно свойство
 - б) отличительную особенность
 - в) индивидуальную характеристику
13. К услугам более применимы следующие средства стимулирования:
- а) реклама;
 - б) пропаганда;
 - в) стимулирование сбыта;
 - г) личная продажа.
14. Установите соответствие:
- Группы факторов ассортимента
1. факторы, формирующие качество а) проектирование товара, сырье производство
2. факторы, сохраняющие качество б) упаковка, перевозка, размещение товара
15. Какая характеристика товаров имеет решающее значение для потребительских предпочтений?
- а) количественная
 - б) ассортиментная
 - в) качественная
 - г) объективная

Раздел (тема) 4 дисциплины «Управление ассортиментом. Ассортиментная политика»

1. Какие этапы включает в себя порядок разработки ассортиментной политики?
- а) анализ
 - б) исследование
 - в) регулирование
2. Укажите последовательность коммерческих операций по организации закупок товаров:
- а) изучение и прогнозирование покупательского спроса
 - б) определение потребности в товарах
 - в) выявление и изучение источников поступления товаров

- г) выбор поставщиков и каналов продвижения товаров
- д) разработка и заключение договоров поставки товаров
- е) организация учета и контроля за ходом выполнения договорных обязательств

3. Управление товарными запасами предполагает

- а) нормирование
- б) хранение
- в) оперативный учет и контроль
- г) регулирование
- д) группирование товарных запасов по потребительским комплексам

4. Факторы, влияющие на формирование ассортимента товаров:

- а) наличие товарных запасов;
- б) спрос;
- в) производство;
- г) ассортиментный профиль;
- д) зона деятельности;
- е) состояние материально-технической базы;
- ж) уровень канала распределения.

5. На рынке при прочих равных условиях наиболее конкурентоспособен товар, у которого

- а) цена потребления несколько выше продажной цены
- б) минимальная цена потребления
- в) цена потребления соответствует продажной цене
- г) минимальная продажная цена

6. Выберите верное утверждение: по степени удовлетворенности потребностей различают

- а) рациональный и оптимальный ассортимент;
- б) сопутствующий и смешанный ассортимент;
- в) реальный и прогнозируемый ассортимент;
- г) промышленный и торговый ассортимент

7. Последовательная, от одного к другому, сегменту, поисковая работа целевого рынка - это

- а) концентрированный метод поиска оптимального сегмента рынка;
- б) дисперсный метод поиска оптимального сегмента рынка;
- в) матричный метода поиска оптимального сегмента рынка;
- г) комплексный метод поиска оптимального сегмента рынка

8. Увеличение рыночной доли за счет сокращения издержек производства, активизации рекламных кампаний, изменения ценовой политики, а также за счет расширения областей использования производимого товара соответствует вектору расширения рыночной активности:

- а) старый рынок - старый товар;
- б) старый рынок – новый товар;
- в) новый рынок - старый товар;
- г) новый рынок – новый товар

9. Товар, имеющий качественные отличия от аналогов, представленных на рынке – это

- а) кардинально усовершенствованный товар;
- б) принципиально новый товар;
- в) модифицированный товар

10. Переход на принципиально иную технологию, смена профиля, инвестирование средств в другую отрасль – это

- а) конгломератная модель диверсификации;
- б) концентрическая модель диверсификации;
- в) горизонтальная модель диверсификации

11. Дисперсный метод поиска оптимального сегмента рынка предполагает

- а) выход товара сразу на максимально возможное количество сегментов рынка, для отбора наиболее оптимальных;
- б) последовательную, от одного к другому, сегменту, поисковую работу целевого рынка;
- в) выход товара на ограниченное количество сегментов рынка для отбора оптимальных

12. Расположение продукции в определённом положении в сознании потребителей данного вида продукции – это

- а) позиционирование продукции на рынке;
- б) сегментация рынка;
- в) оптимизация рынка;
- г) диверсификация продукции на рынке

13. Выберите верное соотношение групп товаров по матрице БКГ:

1) «Проблемы» («Трудные дети»)	а) медленный рост/высокая доля
2) «Звезды»	б) быстрый рост/высокая доля
3) «Дойные коровы»	в) медленный рост/малая доля
4) «Собаки»	г) быстрый рост/малая доля

14. Выберите верное соотношение групп товаров по XYZ-анализу:

1) группа Y	а) объекты, коэффициент вариации значений по которым не превышает 10%
2) группа Z	б) объекты, коэффициент вариации по которым превышает 25%
3) группа X	в) объекты, коэффициент вариации по которым составляет 10% - 25%

15. Выберите верный вариант последовательности этапов определения принадлежности выбранного объекта к группе (А, В или С):

1 вариант	
1	Рассчитать долю параметра с накопительным итогом
2	Рассчитать долю параметра от общей суммы параметров выбранных объектов
3	Присвоить значения групп выбранным объектам
2 вариант	
1	Рассчитать долю параметра от общей суммы параметров выбранных объектов
2	Рассчитать долю параметра с накопительным итогом
3	Присвоить значения групп выбранным объектам
3 вариант	
1	Присвоить значения групп выбранным объектам
2	Рассчитать долю параметра от общей суммы параметров выбранных объектов
3	Рассчитать долю параметра с накопительным итогом

Шкала оценивания: пятнадцатибалльная.

Критерии оценивания:

Каждый вопрос (задание) в тестовой форме оценивается по дихотомической шкале: выполнено – 1 балл, не выполнено – 0 баллов.

Применяется следующая шкала перевода баллов в оценку по 5-балльной шкале:

- **13-15 баллов** соответствуют оценке «отлично»;
- **10-12 баллов** – оценке «хорошо»;
- **7-9 баллов** – оценке «удовлетворительно»;
- **6 баллов и менее** – оценке «неудовлетворительно»

2 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

2.1 БАНК ВОПРОСОВ И ЗАДАНИЙ В ТЕСТОВОЙ ФОРМЕ

1. Определенный перечень товаров в разрезе групп, подгрупп, видов, разновидностей и других качественных отличительных признаков называется:

- а) широта ассортимента
- б) ассортимент
- в) товарная номенклатура

2. Соответствие фактического наличия товаров в торговом предприятии выбранному ассортиментному перечню – это

- а) стабильность
- б) глубина
- в) широта
- г) глубина

3. Какие этапы включает в себя порядок разработки ассортиментной политики?

- а) анализ
- б) исследование
- в) регулирование

4. На какие факторы делят формирование ассортимента товара?

- а) общие
- б) внешние
- в) экономические

5. К специфическим факторам формирования ассортимента товаров относятся:

а) условия товарообеспечения

б) спрос покупателей

в) производство товаров

6. Числовые значения коэффициентов полноты и стабильности ассортимента находятся в пределах:

а) от 1 до 10

б) от 1 до 5

в) от 0 до 1

7. К каким факторам формирования товарного ассортимента относятся транспортные условия, техническое оснащение магазина?

а) общие

б) специфические

в) внутренние

8. Бесперебойное наличие товаров, предусмотренных ассортиментным перечнем магазина – это....

а) полнота

б) глубина

в) широта

г) стабильность

9. Какие показатели относятся к внутренним ограничениям на ассортимент:

а) финансовые ресурсы

б) рынок поставщиков

в) состояние конкурентов

10. Коэффициент стабильности вычисляют по формуле:

а) R_f / R_n

б) $R_{f1} + R_{f2} + \dots + R_{fn} / R_{np}$

11. Гармонизация ассортимента – это:

а) количественные и качественные изменения состояния набора товаров, отражающие степень близости реального ассортимента к оптимальному или лучшим зарубежным и отечественным аналогам, наиболее полно соответствующие целям организации

б) количественные и качественные изменения состояния набора товаров для повышения его рациональности;

в) способность набора товаров наиболее полно удовлетворять реально обоснованные потребности разных сегментов потребителей;

г) состояние набора товаров, характеризующееся высокой устойчивостью и низкой степенью обновления

12. Основные свойства ассортимента:

а) широта

б) глубина

в) устойчивость

г) полнота

д) степень обновления.

13. Укажите последовательность коммерческих операций по организации закупок товаров:

- а) изучение и прогнозирование покупательского спроса
- б) определение потребности в товарах
- в) выявление и изучение источников поступления товаров
- г) выбор поставщиков и каналов продвижения товаров
- д) разработка и заключение договоров поставки товаров
- е) организация учета и контроля за ходом выполнения договорных обязательств

14. Управление товарными запасами предполагает

- а) нормирование
- б) хранение
- в) оперативный учет и контроль
- г) регулирование
- д) группирование товарных запасов по потребительским комплексам

15. Ассортиментный перечень - это...

- а) перечень наименований товаров, соответствующий установленной широте ассортимента, и минимально необходимое количество разновидностей товаров, которые постоянно должны быть в наличии на складе
- б) минимальное количество товара, которое постоянно должно быть в наличии в магазине
- в) перечень конкретных разновидностей товаров каждой группы, которые имеются в наличии на складе в данный момент времени
- г) минимальное количество товара, которое постоянно должно быть в наличии в магазине
- д) соотношение товарных групп, отвечающее требованию максимальной широты ассортимента торгового

16. Глубина ассортимента товаров должна быть выше...

- а) в специализированном магазине
- б) в универсальном магазине
- в) в комбинированном магазине
- г) в магазинах по обслуживанию не защищенных слоев населения

17. От степени ограничения ассортимента товаров и его полноты подразделяют на следующие группы:

- а) товарные и производственные
- б) универсальные, комбинированные, специализированные
- в) смешанные
- г) продовольственные и промышленные

18. На какие группы подразделяются товары по частоте спроса:

- а) стабильного и альтернативного
- б) импульсивного и повседневного
- в) повседневного, периодического и редкого
- г) стабильного и редкого
- д) периодического и повседневного

19. Этапами процесса формирования ассортимента товаров являются:

- а) комплексное удовлетворение спроса;
- б) определение перечня основных групп и подгрупп товаров;
- в) обеспечение устойчивости;

г) осуществление распределения групп и подгрупп в разрезе потребительских комплексов;

д) разработка конкретного ассортиментного перечня товаров.

20. Принципами формирования ассортимента являются:

а) стабильное предложение товаров повседневного спроса;

б) обеспечение достаточной широты товаров;

в) функциональный;

г) ценовой;

д) потребительский;

е) установление определенного количества разновидностей по каждому виду;

ж) учет особенностей спроса.

21. Факторы, влияющие на формирование ассортимента товаров:

а) наличие товарных запасов;

б) спрос;

в) производство;

г) ассортиментный профиль;

д) зона деятельности;

е) состояние материально-технической базы;

ж) уровень канала распределения.

22. В чем основное отличие рынка товаров промышленного назначения от рынков товаров широкого потребления

а) на нем меньше покупателей и они крупнее и профессиональнее

б) спрос на товары зависит от спроса на товары широкого потребления

в) спрос на товары резко меняется

г) на нем больше покупателей

22. Глубина, как характеристика товарного ассортимента, отражает

а) количество товарных единиц, предусмотренных соответствующим прейскурантом

б) количество ассортиментных позиций, предусмотренных ассортиментным перечнем

в) количество ассортиментных групп

г) количество разновидностей конкретного вида изделий

23. Средневзвешенное количество дефектов, приходящихся на единицу продукции – это

а) коэффициент дефектности

б) контрольное число

в) приемочное число

г) уровень дефектности

24. Совокупность товаров определенной группы, объединенных общим названием и назначением – это

а) разновидность товаров

б) подгруппа товаров

в) класс товаров

г) вид товаров

25. Эстетические свойства товаров характеризуются

- а) информационной выразительностью, рациональностью формы, целостностью композиции, совершенством производственного исполнения
 - б) отсутствием внешних дефектов
 - в) органолептическими показателями
 - г) внешней привлекательностью товара
26. Совокупность товаров определенного класса, которые имеют сходный состав потребительских свойств и показателей – это
- а) группа товаров
 - б) подгруппа товаров
 - в) вид товаров
 - г) подкласс товаров
27. Ассортимент, логично и последовательно в рациональных пропорциях сочетающий различные группы, является
- а) насыщенным
 - б) унифицированным
 - в) гармоничным
 - г) сбалансированным
28. На рынке при прочих равных условиях наиболее конкурентоспособен товар, у которого
- а) цена потребления несколько выше продажной цены
 - б) минимальная цена потребления
 - в) цена потребления соответствует продажной цене
 - г) минимальная продажная цена
29. Формирование и обеспечение качества товара осуществляется
- а) на основе маркетинговых исследований
 - б) в процессе контроля качества товара
 - в) в условиях соблюдения требований нормативных документов
 - г) на этапах жизненного цикла товара
30. Трикотажные изделия делятся на товарные сорта в зависимости от
- а) наличия производственных швейных дефектов и дефектов внешнего вида
 - б) степени соответствия модели
 - в) эстетических свойств изделий
 - г) уровня качества изделий
31. С течением времени товарный ассортимент обычно
- а) Унифицируется
 - б) остается неизменным
 - в) Расширяется
 - г) сужается
32. Контрольный норматив, равный минимальному числу дефектных единиц продукции в выборке, являющийся критерием для браковки партии продукции, - это
- а) нормативное число
 - б) приемочное число
 - в) браковочное число
 - г) контрольное число

33. В данных конкретных условиях рынка конкурентоспособность изделий определяется
- а) только важнейшими характеристиками эксплуатационных свойств
 - б) всей совокупностью свойств, присущих изделию
 - в) свойствами, которые представляют интерес для покупателей и производителей
 - г) только свойствами, которые представляют интерес для покупателей
34. Основное назначение штрихового кода EAN –
- а) идентифицировать товар
 - б) осуществлять информационный обмен данными
 - в) контролировать движение товара
 - г) классифицировать товар
35. Единичные показатели качества определяют у товара
- а) одно свойство
 - б) отличительную особенность
 - в) индивидуальную характеристику
36. К услугам более применимы следующие средства стимулирования:
- а) реклама;
 - б) пропаганда;
 - в) стимулирование сбыта;
 - г) личная продажа.
37. Широта, как характеристика товарного ассортимента, отражает
- а) общее количество товарных единиц
 - б) количество разновидностей товара, предусмотренных спецификацией
 - в) общее количество ассортиментных групп
 - г) общее количество разновидностей конкретного вида изделий
38. Совокупность товаров, имеющих аналогичное функциональное назначение – это
- а) класс товаров
 - б) разновидность товаров
 - в) вид товаров
 - г) группа товаров
39. Спрос, допускающий широкую замену товаров, - это спрос
- а) дифференцированный
 - б) неопределенный
 - в) по выбору
 - г) специальный
40. По характеру потребления (использования) товары делятся на
- а) особого спроса и пассивного спроса
 - б) потребительские и производственного назначения
 - в) повседневные и престижные
 - г) длительного выбора и импульсивного спроса
41. Номенклатура товара - это название, которое
- а) присвоено классификационным группировкам, в результате классификации
 - б) обусловлено потребительскими свойствами
 - в) характеризует вид товара
 - г) отражает индивидуальные особенности товара

42. Чем обладает товар как сложное понятие и не менее сложный материальный объект?

- а) физическими свойствами
- б) определенными потребительскими свойствами
- в) сортностью
- г) индивидуальными качествами

43. Какие товары выделяются из множества всех товаров по признаку назначения

- а) потребительские, промышленные и товары для управленческой деятельности
- б) одежда
- в) обувь
- г) меха

44. К какой качественной градации следует отнести товары с выявленными устранимыми и не устранимыми несоответствиями по одному комплексу показателей?

- а) брак
- б) критические
- в) 2 сорт
- г) технологические

45. Дайте определение свойству: способность товара сопротивляться приложенным внешним силам и изменяться под их воздействием

- а) теплофизические
- б) акустические
- в) оптические
- г) механические

46. Установите соответствие:

Группы факторов ассортимента

- 1. факторы, формирующие качество А) проектирование товара, сырье производство
- 2. факторы, сохраняющие качество Б) упаковка, перевозка, размещение товара

47. Какая характеристика товаров имеет решающее значение для потребительских предпочтений?

- а) количественная
- б) ассортиментная
- в) качественная
- г) объективная

48. Как называется метод определения значений показателей качества продукции, осуществляемый на основе технических средств измерений

- а) измерительный
- б) эмпирический
- в) органолептический
- г) 4. аналитический

49. Назовите научное описание основных признаков, характеризующих изучаемые товары

- а) анализ
- б) диагноз

в) идентификация

г) классификация

50. Благодаря каким характеристикам продукция приобретает полезность для потребителей и становится товаром?

а) потребительским, стоимостным

б) ассортиментным, качественным, количественным

в) техническим и структурным

г) функциональным и экономическим

51. Как называется совокупность отличительных свойств, признаков предмета или явления?

а) характеристика

б) ассортимент

в) количество

г) свойства

52. Как называется совокупность отличительных видовых свойств и признаков товаров, определяющих их функциональное назначение?

а) качественная характеристика

б) потребительские свойства

в) ассортиментная характеристика товаров

г) количественная характеристика

53. Назовите товары, на которые изготовитель обязан установить срок службы:

а) ткани льняные

б) посуда из керамики

в) игрушки

г) головные меховые уборы

54. К какой группе потребительских свойств следует отнести: способность товаров сохранять функциональные назначения в процессе хранения, эксплуатации в течение заранее оговоренных сроков?

а) безопасность

б) функциональные свойства

в) эргономические свойства

г) надежность

55. По признаку местонахождения товаров различают ассортимент товаров:

а) промышленный;

б) торговый;

в) простой;

г) сложный;

д) укрупненный.

56. По признаку широты охвата товаров различают ассортимент товаров:

а) промышленный;

б) торговый;

в) групповой;

г) сопутствующий;

д) укрупненный.

57. По признаку глубины охвата товаров различают ассортимент товаров:

- а) видовой;
- б) марочный;
- в) рациональный;
- г) реальный;
- д) прогнозируемый.

58. По признаку степени удовлетворения потребностей различают ассортимент товаров:

- а) торговый;
- б) смешанный;
- в) марочный;
- г) рациональный;
- д) оптимальный.

59. По характеру потребностей различают ассортимент товаров

- а) торговый;
- б) развернутый;
- в) видовой;
- г) реальный;
- д) прогнозируемый

60. По местонахождению товаров ассортимент подразделяют на:

- а) группы;
- б) подгруппы;
- в) виды;
- г) разновидности

61. Классификация товаров на разновидности осуществляется по:

- а) характеру потребностей;
- б) местонахождению;
- в) по широте и глубине охвата;
- г) по степени удовлетворенности

62. Классификация товаров на виды осуществляется по:

- а) по степени удовлетворенности;
- б) характеру потребностей;
- в) по широте и глубине охвата;
- г) по местонахождению

63. Ассортимент товаров, представленный такими видами, которые классифицируются более чем по трем признакам, называется:

- а) сложный;
- б) простой;
- в) развернутый;
- г) торговый

64. Ассортимент товаров, представленный их разновидностями, называется

- а) развернутый;
- б) укрупненный;
- в) сложный;
- г) простой

65. Простой ассортимент товаров – это

- а) ассортимент товаров, представленный такими видами, которые классифицируются не более чем по трем признакам;
- б) ассортимент товаров, представленный их разновидностями;
- в) ассортимент товаров, представленный такими видами, которые классифицируются более чем по трем признакам;
- г) ассортимент товаров, объединенный по общим признакам в определенной совокупности

66. Набор товаров различных видов, разновидностей и наименований, удовлетворяющих аналогичные потребности – это

- а) видовой ассортимент;
- б) сложный ассортимент;
- в) развернутый ассортимент
- г) марочный ассортимент

67. Сопутствующий ассортимент – это

- а) набор товаров, которые выполняют вспомогательные функции и не относятся к основным для данной организации;
- б) набор товаров разных групп, видов, наименований, отличающихся большим разнообразием функционального назначения;
- в) набор товаров, который обеспечивает достаточную степень удовлетворенности потребителей;
- г) набор товаров, удовлетворяющий реальные потребности с максимально полезным эффектом для потребителя или организации при рациональных затратах на их приобретение и потребление (реализацию)

68. Набор товаров разных групп, видов, наименований, отличающихся большим разнообразием функционального назначения- это

- а) смешанный ассортимент;
- б) сопутствующий ассортимент;
- в) рациональный ассортимент;
- г) оптимальный ассортимент

69. Рациональный ассортимент – это

- а) набор товаров, который обеспечивает достаточную степень удовлетворенности потребителей;
- б) набор товаров, удовлетворяющий реальные потребности с максимально полезным эффектом для потребителя или организации при рациональных затратах на их приобретение и потребление (реализацию);
- в) набор товаров, которые выполняют вспомогательные функции и не относятся к основным для данной организации;
- г) набор товаров разных групп, видов, наименований, отличающихся большим разнообразием функционального назначения

70. Выберите верное утверждение: по степени удовлетворенности потребностей различают

- а) рациональный и оптимальный ассортимент;
- б) сопутствующий и смешанный ассортимент;
- в) реальный и прогнозируемый ассортимент;
- г) промышленный и торговый ассортимент

71. Особенность ассортимента, проявляющаяся при его формировании и реализации - это :

- а) свойство ассортимента;
- б) показатель ассортимента;
- в) признак ассортимента

72. Способность набора товаров наиболее полно удовлетворять реально обоснованные потребности разных сегментов потребителей – это

- а) рациональность ассортимента;
- б) гармоничность ассортимента;
- в) новизна ассортимента;
- г) полнота ассортимента

73. Гармоничность ассортимента – это

- а) свойство набора товаров разных групп, характеризующее степень их близости по обеспечению рационального товародвижения, реализации и/или использования;
- б) способность набора товаров удовлетворять изменившиеся потребности за счет новых товаров;
- в) способность набора товаров наиболее полно удовлетворять реально обоснованные потребности разных сегментов потребителей;
- г) способность набора товаров удовлетворять спрос на одни и те же товары

74. Количественные и качественные изменения набора товаров за счет увеличения показателей широты, полноты и новизны - это

- а) расширение ассортимента;
- б) стабилизация ассортимента;
- в) обновление ассортимента;
- г) сокращение ассортимента

75. Что из перечисленного не относится к показателям ассортимента:

- а) полнота;
- б) коэффициент устойчивости;
- в) показатель полноты действительный;
- г) показатель полноты базовый

76. Способность набора товаров однородной группы удовлетворять одинаковые потребности – это

- а) полнота ассортимент;
- б) глубина ассортимента;
- в) устойчивость ассортимента;
- г) рациональность ассортимента

77. Последовательная, от одного к другому, сегменту, поисковая работа целевого рынка - это

- а) концентрированный метод поиска оптимального сегмента рынка;
- б) дисперсный метод поиска оптимального сегмента рынка;
- в) матричный метода поиска оптимального сегмента рынка;
- г) комплексный метод поиска оптимального сегмента рынка

78. Увеличение рыночной доли за счет сокращения издержек производства, активизации рекламных кампаний, изменения ценовой политики, а также за счет

расширения областей использования производимого товара соответствует вектору расширения рыночной активности:

- а) старый рынок - старый товар;
- б) старый рынок – новый товар;
- в) новый рынок - старый товар;
- г) новый рынок – новый товар

79. Товар, имеющий качественные отличия от аналогов, представленных на рынке – это

- а) кардинально усовершенствованный товар;
- б) принципиально новый товар;
- в) модифицированный товар

80. Переход на принципиально иную технологию, смена профиля, инвестирование средств в другую отрасль – это

- а) конгломератная модель диверсификации;
- б) концентрическая модель диверсификации;
- в) горизонтальная модель диверсификации

81. Дисперсный метод поиска оптимального сегмента рынка предполагает

- а) выход товара сразу на максимально возможное количество сегментов рынка, для отбора наиболее оптимальных;
- б) последовательную, от одного к другому, сегменту, поисковую работу целевого рынка;
- в) выход товара на ограниченное количество сегментов рынка для отбора оптимальных

82. Расположение продукции в определённом положении в сознании потребителей данного вида продукции – это

- а) позиционирование продукции на рынке;
- б) сегментация рынка;
- в) оптимизация рынка;
- г) диверсификация продукции на рынке

83. Выберите правильное определение показателей ассортимента в соответствии с таблицей

1) Действительная широта	а) фактическое количество видов, разновидностей и наименований товаров однородной группы
2) Действительная полнота	б) количество торговых марок и/или модификаций, или товарных артикулов, имеющихся в наличии
3) Действительная глубина	в) фактическое количество групп, видов, разновидностей и наименований товаров, имеющихся в наличии

84. Выберите верное соотношение групп товаров по матрице БКГ:

1) «Проблемы» («Трудные дети»)	а) медленный рост/высокая доля
2) «Звезды»	б) быстрый рост/высокая доля
3) «Дойные коровы»	в) медленный рост/малая доля
4) «Собаки»	г) быстрый рост/малая доля

85. Выберите описание траектории развития в матрице БКГ «Траектория товара»:

а) инвестируя в НИОКР средства, получаемые от "дойных коров", предприятие выходит на рынок с принципиально новым товаром, который занимает место звезды;

б) вследствие недостаточного инвестирования товар-звезда, утрачивает лидирующие позиции на рынке и становится товаром – "проблемой";

в) средства от "дойных коров" инвестируются в товар-"проблему", на рынке которого доминирует лидер. Предприятие придерживается агрессивной стратегии наращивания доли рынка, и товар-"проблема" превращается в "звезду";

г) товару-"проблеме" не удастся увеличить свою долю рынка, и он вступает в следующую стадию (товар-"собака")

86. Выберите описание траектории развития в матрице БКГ «Траектория последователя»:

а) средства от "дойных коров" инвестируются в товар-"проблему", на рынке которого доминирует лидер. Предприятие придерживается агрессивной стратегии наращивания доли рынка, и товар-"проблема" превращается в "звезду»;

б) вследствие недостаточного инвестирования товар-звезда, утрачивает лидирующие позиции на рынке и становится товаром – "проблемой";

в) товару-"проблеме" не удастся увеличить свою долю рынка, и он вступает в следующую стадию (товар-"собака");

г) инвестируя в НИОКР средства, получаемые от "дойных коров", предприятие выходит на рынок с принципиально новым товаром, который занимает место звезды

87. Представленное описание траектории развития в матрице БКГ «Товару-"проблеме" не удастся увеличить свою долю рынка, и он вступает в следующую стадию (товар-"собака")» соответствует:

а) "Траектории посредственности";

б) "Траектории неудачи";

в) "Траектории последователя";

г) "Траектории товара"

88. Выберите рекомендуемый матрицей БКГ вид стратегии (заполните пустую графу)

Доля рынка	Возможные стратегии	Вид стратегии единицы бизнеса
Рост	Инвестирование	

89. Выберите рекомендуемый матрицей БКГ вид стратегии (заполните пустую графу)

Доля рынка	Возможные стратегии	Вид стратегии единицы бизнеса
Удерживание	«Снятие сливок»	

90. Выберите вариант доли рынка, соответствующей виду стратегии (по рекомендациям матрицы БКГ) (заполните пустую графу)

Ⓜ

Доля рынка	Возможные стратегии	Вид стратегии единицы бизнеса
	Деинвестирование	«Собаки», «Проблемы»

91. Выберите вариант доли рынка, соответствующей виду стратегии (по рекомендациям матрицы БКГ) (заполните пустую графу)

Доля рынка	Возможные стратегии	Вид стратегии единицы бизнеса
	Инвестирование	«Звезды», «Проблемы»

92. Установите соответствие между наименованием показателей ассортимента и их правильным определением в соответствии с таблицей

1) Действительная глубина	а) количество торговых марок и/или модификаций, или товарных артикулов, предлагаемых на рынке либо потенциально возможных для выпуска и принятых за основу для сравнения
2) Базовая глубина	б) количество торговых марок и/или модификаций, или товарных артикулов, имеющихся в наличии
3) Базовая широта	в) количество групп, видов, разновидностей и наименований товаров, или максимально возможное

93 Выберите верное соотношение определения показателей матрицы БКГ

1) Индекс темпа роста рынка по каждому виду продукции	а) $W_i = \frac{S[i]}{\sum_{j=1}^N S[j]}$
2) Относительная доля рынка по каждому виду продукции	б) $Im[k] = \frac{S_t[k]}{S_{t-1}[k]}$
3) Доля выручки фирмы (за текущий год) по i-му продукту в общей выручке фирмы на всех сегментах рынка	в) $Sr[k] = \frac{S_F[k]}{S_C[k]}$

94. Выберите верное соотношение групп товаров по ABC-анализу:

1) группа В	а) <u>составлена</u> из того ассортимента, который требует <u>обычного контроля</u> , налаженного учета (возможно, ежемесячного). Они обеспечивают 15% объема продаж и занимают от 50% до 80% от оборота
2) группа А	б) включает широкий ассортимент оставшихся малоценных позиций, характеризующихся упрощенными методами планирования, учета и контроля. Они обеспечивают 5% объема продаж и занимают от 80% до 100% от оборота.
3) группа С	в) включает ограниченное количество наиболее ценных видов позиций, которые требуют тщательного планирования, постоянного (возможно, даже ежедневного) учета и контроля. Товарные позиции этой группы - основные в работе компании. Они обеспечивают 80% объема продаж и занимают до 50% от оборота

95. Выберите верное соотношение групп товаров по XYZ-анализу:

1) группа Y	а) объекты, коэффициент вариации значений по которым не превышает 10%
2) группа Z	б) объекты, коэффициент вариации по которым превышает 25%
3) группа X	в) объекты, коэффициент вариации по которым составляет 10% - 25%

96. Выберите верный вариант последовательности этапов проведения ABC - анализа

1 вариант	
1	Определить объекты анализа (клиент, поставщик, товарная группа/подгруппа, номенклатурная единица, и т.п.).
2	Определить параметр, по которому будет проводиться анализ объекта (средний товарный запас, руб.; объем продаж, руб.; доход, руб.; количество единиц продаж, шт.; количество заказов, шт. и т.п.).
3	Сортировка объектов анализа в порядке убывания значения параметра
4	Определение групп А, В и С
2 вариант	
1	Определение групп А, В и С
2	Определить объекты анализа (клиент, поставщик, товарная группа/подгруппа, номенклатурная единица, и т.п.).
3	Сортировка объектов анализа в порядке убывания значения параметра
4	Определить параметр, по которому будет проводиться анализ объекта (средний товарный запас, руб.; объем продаж, руб.; доход, руб.; количество единиц продаж, шт.; количество заказов, шт. и т.п.).
3 вариант	
1	Определить параметр, по которому будет проводиться анализ объекта (средний товарный запас, руб.; объем продаж, руб.; доход, руб.; количество единиц продаж, шт.; количество заказов, шт. и т.п.).
2	Определить объекты анализа (клиент, поставщик, товарная группа/подгруппа, номенклатурная единица, и т.п.).
3	Определение групп А, В и С
4	Сортировка объектов анализа в порядке убывания значения параметра

97. Выберите верный вариант последовательности этапов проведения XYZ – анализа

1 вариант	
1	Определить период и количество периодов, по которым будет проводиться анализ. Неделя, Декада, Месяц, Квартал/Сезон, Полугодие, Год
2	Определить параметр, по которому будет проводиться анализ объекта. Средний товарный запас, руб.; Объем продаж, руб.; Доход, руб.; Количество единиц продаж, шт.; Количество заказов, шт. и т.п.
3	Определить коэффициент вариации для каждого объекта анализа
4	Определить объекты анализа. Клиент, Поставщик, Товарная группа/подгруппа, Номенклатурная единица, и т.п.
5	Отсортировать объекты анализа по возрастанию значения коэффициента вариации
6	Определение групп X, Y и Z.
2 вариант	
1	Определение групп X, Y и Z.
2	Определить коэффициент вариации для каждого объекта анализа
3	Определить период и количество периодов, по которым будет проводиться анализ. Неделя, Декада, Месяц, Квартал/Сезон, Полугодие, Год
4	Определить объекты анализа. Клиент, Поставщик, Товарная группа/подгруппа, Номенклатурная единица, и т.п.
5	Отсортировать объекты анализа по возрастанию значения коэффициента вариации
6	Определить параметр, по которому будет проводиться анализ объекта. Средний товарный запас, руб.; Объем продаж, руб.; Доход, руб.; Количество единиц продаж, шт.; Количество заказов, шт. и т.п.
3 вариант	
1	Определить объекты анализа. Клиент, Поставщик, Товарная группа/подгруппа, Номенклатурная единица, и т.п.
2	Определить параметр, по которому будет проводиться анализ объекта. Средний товарный запас, руб.; Объем продаж, руб.; Доход, руб.; Количество единиц продаж, шт.; Количество заказов, шт. и т.п.
3	Определить период и количество периодов, по которым будет проводиться анализ. Неделя, Декада, Месяц, Квартал/Сезон, Полугодие, Год
4	Определить коэффициент вариации для каждого объекта анализа
5	Отсортировать объекты анализа по возрастанию значения коэффициента вариации
6	Определение групп X, Y и Z.
4 вариант	
1	Определить период и количество периодов, по которым будет проводиться анализ. Неделя, Декада, Месяц, Квартал/Сезон, Полугодие, Год
2	Определить коэффициент вариации для каждого объекта анализа
3	Определить параметр, по которому будет проводиться анализ объекта. Средний товарный запас, руб.; Объем продаж, руб.; Доход, руб.; Количество единиц продаж, шт.; Количество заказов, шт. и т.п.
4	Определить объекты анализа. Клиент, Поставщик, Товарная группа/подгруппа, Номенклатурная единица, и т.п.
5	Отсортировать объекты анализа по возрастанию значения коэффициента вариации
6	Определение групп X, Y и Z.

98. Выберите верное соотношение групп товаров по матрице БКГ:

1) «Проблемы» («Трудные дети»)	а) товары, которые находятся в невыгодном положении по издержкам и не имеют возможностей роста.
2) «Звезды»	б) товары этой группы могут оказаться очень перспективными, поскольку рынок расширяется, но требуют значительных средств для поддержания роста. Применительно к этой группе продуктов необходимо решить: увеличить долю рынка данных товаров или прекратить их финансирование
3) «Дойные коровы»	в) рыночные лидеры, приносят значительную прибыль благодаря своей конкурентоспособности, но также нуждаются в финансировании для поддержания высокой доли динамичного рынка
4) «Собаки»	г) товары, способные принести больше прибыли, чем необходимо для поддержания их роста, являются основным источником финансовых средств для диверсификации и научных исследований.

99. Выберите верный вариант последовательности этапов определения принадлежности выбранного объекта к группе (А, В или С):

1 вариант	
1	Рассчитать долю параметра с накопительным итогом
2	Рассчитать долю параметра от общей суммы параметров выбранных объектов
3	Присвоить значения групп выбранным объектам
2 вариант	
1	Рассчитать долю параметра от общей суммы параметров выбранных объектов
2	Рассчитать долю параметра с накопительным итогом
3	Присвоить значения групп выбранным объектам
3 вариант	
1	Присвоить значения групп выбранным объектам
2	Рассчитать долю параметра от общей суммы параметров выбранных объектов
3	Рассчитать долю параметра с накопительным итогом

100. Выберите верное соотношение категорий товаров по XYZ-анализу:

1) категория Z	а) ресурсы характеризуются известными тенденциями определения потребности в них (например, сезонными колебаниями) и средними возможностями их прогнозирования.
2) категория X	б) потребление ресурсов нерегулярно, какие-либо тенденции отсутствуют, точность прогнозирования невысокая
3) категория Y	в) ресурсы характеризуются стабильной величиной потребления, незначительными колебаниями в их расходе и высокой точностью прогноза

Шкала оценивания результатов тестирования: в соответствии с действующей в университете балльно-рейтинговой системой оценивание результатов промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в рамках 100-балльной шкалы, при этом максимальный балл по промежуточной аттестации обучающихся по очной форме обучения составляет 36 баллов, по очно-заочной и заочной формам обучения – 60 баллов (установлено положением П 02.016).

Максимальный балл за тестирование представляет собой разность двух чисел: максимального балла по промежуточной аттестации для данной формы обучения (36 или 60) и максимального балла за решение компетентностно-ориентированной задачи (6).

Балл, полученный обучающимся за тестирование, суммируется с баллом, выставленным ему за решение компетентностно-ориентированной задачи.

Общий балл по промежуточной аттестации суммируется с баллами, полученными обучающимся по результатам текущего контроля успеваемости в течение семестра; сумма баллов переводится в оценку по дихотомической шкале следующим образом:

Соответствие 100-балльной и дихотомической шкал

Сумма баллов по 100-балльной шкале	Оценка по дихотомической шкале
100-50	зачтено
49 и менее	не зачтено

Критерии оценивания результатов тестирования:

Каждый вопрос (задание) в тестовой форме оценивается по дихотомической шкале: выполнено – **2 балла**, не выполнено – **0 баллов**.

Компетентностно-ориентированная задача №5

На представленном фрагменте вычислений (ABC-анализ) в программе Excel определите группу для вида продукции – сарафан женский

Матрица ABC-распределения товарных групп						
№ п/п	%	Группа товаров	Выпуск за 2018 г.		ABC-анализ	
			всего	доля	н.итог	группа
1	2	3	4	5	6	7
1	10.00%	Жакет женский	38 200	37.06%	37.06%	
2	20.00%	Джемпер женский	38 100	36.96%	74.02%	
3	30.00%	Платье женское	7 500	7.28%	81.29%	
4	40.00%	Жилет женский	6 200	6.01%	87.31%	
5	50.00%	Свитер женский	3 700	3.59%	90.90%	
6	60.00%	Комплект женский	3 200	3.10%	94.00%	
7	70.00%	Брюки женские	2 700	2.62%	96.62%	
8	80.00%	Сарафан женский	2 000	1.94%	98.56%	
9	90.00%	Костюм женский	1 000	0.97%	99.53%	
10	100.00%	Юбка женская	480	0.47%	100.00%	

Компетентностно-ориентированная задача №6

На представленном фрагменте вычислений (XYZ-анализ) в программе Excel определите группу для вида продукции – платье женское

Интегрированный ABC/XYZ-анализ ассортимента концерна "Курсктрикотажпром"																			
№ п/п	н.итог	Группа товаров	январь 11	февраль 11	март 11	апрель 11	май 11	июнь 11	июль 11	август 11	сентябрь 11	октябрь 11	ноябрь 11	декабрь 11	ABC-анализ		XYZ-анализ		ABCXYZ
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	н.итог	группа	var	группа	группа
1	10.0%	Жакет женский	3 400	3 650	3 800	3 500	3 100	2 900	2 900	3 300	3 500	3 700	3 850	3 500	37.60%			9.4%	
2	20.0%	Джемпер женский	3 500	3 500	3 550	3 400	3 200	3 100	3 000	3 000	3 100	3 300	3 450	3 500	74.02%			6.0%	
3	30.0%	Платье женское	800	840	770	750	760	780	790	810	780	770	775	775	81.29%			3.0%	
4	40.0%	Жилет женский	590	585	580	470	460	430	420	530	560	580	595	600	87.31%			13.0%	
5	50.0%	Комплект женский	295	290	280	285	270	265	240	265	280	320	340	370	90.90%			12.0%	
6	60.0%	Свитер женский	280	290	280	270	210	200	190	200	260	270	280	270	94.00%			15.0%	
7	70.0%	Брюки женские	330	295	285	260	200	140	160	170	270	280	290	320	96.62%			26.0%	
8	80.0%	Сарафан женский	290	310	230	180	150	140	120	180	230	240	250	280	98.56%			29.0%	
9	90.0%	Костюм женский	90	90	95	80	75	70	70	80	85	80	95	90	99.53%			11.0%	
10	100.0%	Юбка женская	45	50	45	35	35	30	35	35	40	45	55	50	100.00%			19.0%	
ИТОГО			9 620	9 900	9 915	9 230	8 460	8 055	7 925	8 570	9 105	9 585	9 980						

Компетентностно-ориентированная задача №7

По представленному фрагменту вычислений (матрица БКГ) в программе Excel определите долю выручки по продукту – блузки женские в общей выручке фирмы на всех сегментах рынка

1	Выручка		Доля рынка		F	G	H	I
	2017 г.	2018 г.	фирмы	конкурента				
3	Костюмы женские	2900	2500	0.34	0.17	0.862069	2	0.44
4	Блузки женские	590	649	0.33	0.21	1.1	1.571429	0.11
5	Платья женские	90	130	0.4	0.5	1.444444	0.8	0.02
6	Брюки женские	1850	2405	0.11	0.09	1.3	1.222222	0.42
7	Общая выручка за текущий год	5684						
8	Среднее значение					1.176628	1.398413	

1	Выручка		Доля рынка		F	G	H	
	2017 г.	2018 г.	фирмы	конкурента				
3	Костюмы женские	2900	2500	0.34	0.17	=C3/B3	=D3/E3	=C3/C7
4	Блузки женские	590	649	0.33	0.21	=C4/B4	=D4/E4	=C4/C7
5	Платья женские	90	130	0.4	0.5	=C5/B5	=D5/E5	=C5/C7
6	Брюки женские	1850	2405	0.11	0.09	=C6/B6	=D6/E6	=C6/C7
7	Общая выручка за текущий год	=СУММ(C3:C6)						
8	Среднее значение					=СРЗНАЧ	=СРЗНАЧ	

Компетентностно-ориентированная задача №8

По представленному фрагменту расчета матрицы БКГ определите к какой группе относится товар - джемпер женский

3 Расчет параметров для матрицы BCG									
4 №	Группа товаров			Параметры		Категория BCG-матрицы	Im	W	
5 п/п		2010	2011	доля	рост				
6 1	2	3	4	5	6	7	8	9	
7	1 Джемпер женский	38 100	20 600	0,168301	-0,45932		0,54	0,168	
8	2 Жакет женский	30 200	42 000	0,343137	0,390728		1,39	0,343	
9	3 Свитер женский	3 700	1 000	0,00817	-0,72973		0,27	0,008	
10	4 Жилет женский	6 200	2 400	0,011438	-0,77419		0,39	0,011	
11	5 Комплект женский	11 400	12 500	0,102124	0,116071		1,10	0,102	
12	6 Костюм женский	14 500	15 000	0,122549	0,153846		1,03	0,123	
13	7 Брюки женские	1 700	3 000	0,02451	0,764706		1,76	0,025	
14	8 Сарафан женский	12 000	10 600	0,111111	0,133333		0,88	0,111	
15	9 Юбка женская	480	900	0,007353	0,875		1,88	0,007	
16	10 Платье женское	7 500	12 400	0,101307	0,653333		1,65	0,101	
17	ИТОГО	124 080	122 400	1	7%	-	1,11	0,100	

Компетентностно-ориентированная задача №9

Определить полноту ассортимента предприятия по производству детской одежды по данным в таблицах 1-3

Таблица 1 - Полнота ассортимента в 2018 г.

Наименование товара	Кол-во товара в наличии, P_0	Кол-во товара в ООО "Ярко", P_6
Ползунки	6	9
Распашонка	5	9
Рукавички	3	5
Чепчик	2	4
Кофточка	5	7

Таблица 2 - Полнота ассортимента в 2019 г.

Наименование товара	Кол-во товара в наличии, P_0	Кол-во товара в ООО "Ярко", P_6
Ползунки	5	9
Распашонка	5	10
Рукавички	3	6
Чепчик	2	4
Кофточка	6	9

Таблица 3 - Полнота ассортимента в 2020 г.

Наименование товара	Кол-во товара в наличии, P_0	Кол-во товара в ООО "Ярко", P_6
Ползунки	8	9
Распашонка	6	10
Рукавички	3	6
Чепчик	2	5
Кофточка	6	11

Компетентностно-ориентированная задача №10

По представленному фрагменту вычислений (матрица БКГ) в программе Excel определите чему равна относительная доля рынка по виду продукции – платья женские

L20								
	A	B	C	D	E	F	G	H
1		Выручка		Доля рынка				
2	Название продукции	2017 г.	2018 г.	фирмы	конкурента			
3	Костюмы женские	2900	2500	0.34	0.17	0.862069	2	0.44
4	Блузки женские	590	649	0.33	0.21	1.1	1.571429	0.11
5	Платья женские	90	130	0.4	0.5	1.444444	0.8	0.02
6	Брюки женские	1850	2405	0.11	0.09	1.3	1.222222	0.42
7	Общая выручка за текущий год		5684					
8	Среднее значение					1.176628	1.398413	
9								

E24								
	A	B	C	D	E	F	G	H
1		Выручка		Доля рынка				
2	Название продукции	2017 г.	2018 г.	фирмы	конкурента			
3	Костюмы женские	2900	2500	0.34	0.17	=C3/B3	=D3/E3	=C3/C7
4	Блузки женские	590	649	0.33	0.21	=C4/B4	=D4/E4	=C4/C7
5	Платья женские	90	130	0.4	0.5	=C5/B5	=D5/E5	=C5/C7
6	Брюки женские	1850	2405	0.11	0.09	=C6/B6	=D6/E6	=C6/C7
7	Общая выручка за текущий год		=СУММ(C3:C6)					
8	Среднее значение					=СРЗНАЧ	=СРЗНАЧ	
9								

Компетентностно-ориентированная задача №11

Определить новизну ассортимента предприятия по производству детской одежды по данным представленным в таблицах 1-3

Таблица 1 - Новизна ассортимента в 2018 г.

Наименование товара	Кол-во товара в наличии, П _о	Н
Ползунки	6	2
Распашонка	5	1
Рукавички	3	0
Чепчик	2	1
Кофточка	5	3

Таблица 2 - Новизна ассортимента в 2019 г.

Наименование товара	Кол-во товара в наличии, П _о	Н
Ползунки	5	2
Распашонка	5	3
Рукавички	3	1
Чепчик	2	0
Кофточка	6	2

Таблица 3 - Новизна ассортимента 2020 г.

Наименование товара	Кол-во товара в наличии, П _д	Н
Ползунки	8	4
Распашонка	6	2
Рукавички	3	1
Чепчик	2	0
Кофточка	6	1

Компетентностно-ориентированная задача №12

По представленному фрагменту расчета матрицы БКГ определите какие товары относятся к группе – Трудные дети (проблемы)

3 Расчет параметров для матрицы BCG									
4 №	Группа	Параметры				Категория	Im	W	
5 п/п	товаров	2010	2011	доля	рост	BCG-матрицы			
6 1	2	3	4	5	6	7	8	9	
7 1	Джемпер женский	38 100	20 600	0,168301	-0,45932		0,54	0,168	
8 2	Жакет женский	30 200	42 000	0,343137	0,390728		1,39	0,343	
9 3	Свитер женский	3 700	1 000	0,00817	-0,72973		0,27	0,008	
10 4	Жилет женский	6 200	2 400	0,011438	-0,77419		0,39	0,011	
11 5	Комплект женский	11 400	12 500	0,102124	0,116071		1,10	0,102	
12 6	Костюм женский	14 500	15 000	0,122549	0,153846		1,03	0,123	
13 7	Брюки женские	1 700	3 000	0,02451	0,764706		1,76	0,025	
14 8	Сарафан женский	12 000	10 600	0,111111	0,133333		0,88	0,111	
15 9	Юбка женская	480	900	0,007353	0,875		1,88	0,007	
16 10	Платье женское	7 500	12 400	0,101307	0,653333		1,65	0,101	
17 ИТОГО		124 080	122 400	1	7%	-	1,11	0,100	

Компетентностно-ориентированная задача №13

Определить устойчивость ассортимента предприятия по производству детской одежды по данным представленным в таблицах 1-3

Таблица 1 - Устойчивость ассортимента в 2018 г.

Наименование товара	Кол-во товара в наличии, П _д	К _у
Ползунки	6	4
Распашонка	5	2
Рукавички	3	1
Чепчик	2	1
Кофточка	5	3

Таблица 2 - Устойчивость ассортимента в 2019 г.

Наименование товара	Кол-во товара в наличии, П _д	К _у
Ползунки	5	3
Распашонка	5	2
Рукавички	3	2
Чепчик	2	1
Кофточка	6	3

Таблица 3 - Устойчивость ассортимента в 2020 г.

Наименование товара	Кол-во товара в наличии, Пд	Ку
Ползунки	8	5
Распашонка	6	4
Рукавички	3	2
Чепчик	2	1
Кофточка	6	4

Компетентностно-ориентированная задача №14

Необходимо определить коэффициент оптимального ассортимента, если известно, что затраты на проектировку, разработку, производство, доведения ассортимента до потребителя составляют 318 тыс. руб., а полезный эффект по назначению – 157 тыс. руб.

Компетентностно-ориентированная задача №15

На представленном фрагменте вычислений (XYZ-анализ) в программе Excel определите группу для вида продукции – комплект женский

Интегрированный ABC/XYZ-анализ ассортимента концерна "Курсктрикотажпром"																			
№	№		Группа товаров	янв 11	февр 11	март 11	апр 11	май 11	июнь 11	июль 11	авг 11	сент 11	окт 11	ноя 11	дек11	ABC-анализ	XYZ-анализ	ABCXYZ	
	п/п	н.итог		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	н.итог	группа	var	группа
0		#####														0.0%			
1	10.0%	Жакет женский	3 400	3 650	3 800	3 500	3 100	2 900	2 900	3 300	3 500	3 700	3 850	3 500	37.60%	9.4%			
2	20.0%	Джемпер женский	3 500	3 500	3 550	3 400	3 200	3 100	3 000	3 000	3 100	3 300	3 450	3 500	74.02%	6.0%			
3	30.0%	Платье женское	800	840	770	750	760	780	790	810	780	770	775	775	81.29%	3.0%			
4	40.0%	Жилет женский	590	585	580	470	460	430	420	530	560	580	595	600	87.31%	13.0%			
5	50.0%	Комплект женский	295	290	280	285	270	265	240	265	280	320	340	370	90.90%	12.0%			
6	60.0%	Свитер женский	280	290	280	270	210	200	190	200	260	270	280	270	94.00%	15.0%			
7	70.0%	Брюки женские	330	295	285	260	200	140	160	170	270	280	290	320	96.62%	26.0%			
8	80.0%	Сарафан женский	290	310	230	180	150	140	120	180	230	240	250	280	98.56%	29.0%			
9	90.0%	Костюм женский	90	90	95	80	75	70	70	80	85	80	95	90	99.53%	11.0%			
10	100.0%	Юбка женская	45	50	45	35	35	30	35	35	40	45	55	50	100.00%	19.0%			
ИТОГО			9 620	9 900	9 915	9 230	8 460	8 055	7 925	8 570	9 105	9 585	9 980						

Компетентностно-ориентированная задача №16

Необходимо определить коэффициент устойчивости ассортимента спортивных товаров, если известно, что всего спортивных товаров есть 3 наименования, а в ходе маркетинговых исследований установлено, что стойким спросом пользуется лишь 25 наименований.

Компетентностно-ориентированная задача №17

Необходимо определить широту ассортимента купальных костюмов, если известно, что весь товар купальников в наличии составляет 82 наименований, а по каталогу должно быть 85.

Компетентностно-ориентированная задача №18

На представленном фрагменте вычислений (XYZ-анализ) в программе Excel определите группу для вида продукции – свитер женский

Интегрированный ABC/XYZ-анализ ассортимента концерна "Курсктрикотажпром"																			
№	№		Группа товаров	янв 11	февр 11	март 11	апр 11	май 11	июнь 11	июль 11	авг 11	сент 11	окт 11	ноя 11	дек11	ABC-анализ	XYZ-анализ	ABCXYZ	
	п/п	н.итог		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	н.итог	группа	var	группа
0		#####														0.0%			
1	10.0%	Жакет женский	3 400	3 650	3 800	3 500	3 100	2 900	2 900	3 300	3 500	3 700	3 850	3 500	37.60%	9.4%			
2	20.0%	Джемпер женский	3 500	3 500	3 550	3 400	3 200	3 100	3 000	3 000	3 100	3 300	3 450	3 500	74.02%	6.0%			
3	30.0%	Платье женское	800	840	770	750	760	780	790	810	780	770	775	775	81.29%	3.0%			
4	40.0%	Жилет женский	590	585	580	470	460	430	420	530	560	580	595	600	87.31%	13.0%			
5	50.0%	Комплект женский	295	290	280	285	270	265	240	265	280	320	340	370	90.90%	12.0%			
6	60.0%	Свитер женский	280	290	280	270	210	200	190	200	260	270	280	270	94.00%	15.0%			
7	70.0%	Брюки женские	330	295	285	260	200	140	160	170	270	280	290	320	96.62%	26.0%			
8	80.0%	Сарафан женский	290	310	230	180	150	140	120	180	230	240	250	280	98.56%	29.0%			
9	90.0%	Костюм женский	90	90	95	80	75	70	70	80	85	80	95	90	99.53%	11.0%			
10	100.0%	Юбка женская	45	50	45	35	35	30	35	35	40	45	55	50	100.00%	19.0%			
ИТОГО			9 620	9 900	9 915	9 230	8 460	8 055	7 925	8 570	9 105	9 585	9 980						

Компетентностно-ориентированная задача №19

На представленном фрагменте вычислений (XYZ-анализ) в программе Excel определите группу для вида продукции – жилет женский

Интегрированный ABC/XYZ-анализ ассортимента концерна "Курсктрикотажпром"																			
№	№		Группа товаров	янв 11	февр 11	март 11	апр 11	май 11	июнь 11	июль 11	авг 11	сент 11	окт 11	ноя 11	дек11	ABC-анализ	XYZ-анализ	ABCXYZ	
	п/п	н.итог		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	н.итог	группа	var	группа
0	#####															0.0%			
1	10.0%	Жилет женский	3 400	3 650	3 800	3 500	3 100	2 900	2 900	3 300	3 500	3 700	3 850	3 500	37.60%		9.4%		
2	20.0%	Джемпер женский	3 500	3 500	3 550	3 400	3 200	3 100	3 000	3 000	3 100	3 300	3 450	3 500	74.02%		6.0%		
3	30.0%	Платье женское	800	840	770	750	760	780	790	810	780	770	775	775	81.29%		3.0%		
4	40.0%	Жилет женский	590	585	580	470	460	430	420	530	560	580	595	600	87.31%		13.0%		
5	50.0%	Комплект женский	295	290	280	285	270	265	240	265	280	320	340	370	90.90%		12.0%		
6	60.0%	Свитер женский	280	290	280	270	210	200	190	200	260	270	280	270	94.00%		15.0%		
7	70.0%	Брюки женские	330	295	285	260	200	140	160	170	270	280	290	320	96.62%		26.0%		
8	80.0%	Сарафан женский	290	310	230	180	150	140	120	180	230	240	250	280	98.56%		29.0%		
9	90.0%	Костюм женский	90	90	95	80	75	70	70	80	85	80	95	90	99.53%		11.0%		
10	100.0%	Юбка женская	45	50	45	35	35	30	35	35	40	45	55	50	100.00%		19.0%		
ИТОГО			9 620	9 900	9 915	9 230	8 460	8 055	7 925	8 570	9 105	9 585	9 980						

Компетентностно-ориентированная задача №20

На представленном фрагменте вычислений (XYZ-анализ) в программе Excel определите группу для вида продукции – юбка женская

Интегрированный ABC/XYZ-анализ ассортимента концерна "Курсктрикотажпром"																			
№	№		Группа товаров	янв 11	февр 11	март 11	апр 11	май 11	июнь 11	июль 11	авг 11	сент 11	окт 11	ноя 11	дек11	ABC-анализ	XYZ-анализ	ABCXYZ	
	п/п	н.итог		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	н.итог	группа	var	группа
0	#####															0.0%			
1	10.0%	Жилет женский	3 400	3 650	3 800	3 500	3 100	2 900	2 900	3 300	3 500	3 700	3 850	3 500	37.60%		9.4%		
2	20.0%	Джемпер женский	3 500	3 500	3 550	3 400	3 200	3 100	3 000	3 000	3 100	3 300	3 450	3 500	74.02%		6.0%		
3	30.0%	Платье женское	800	840	770	750	760	780	790	810	780	770	775	775	81.29%		3.0%		
4	40.0%	Жилет женский	590	585	580	470	460	430	420	530	560	580	595	600	87.31%		13.0%		
5	50.0%	Комплект женский	295	290	280	285	270	265	240	265	280	320	340	370	90.90%		12.0%		
6	60.0%	Свитер женский	280	290	280	270	210	200	190	200	260	270	280	270	94.00%		15.0%		
7	70.0%	Брюки женские	330	295	285	260	200	140	160	170	270	280	290	320	96.62%		26.0%		
8	80.0%	Сарафан женский	290	310	230	180	150	140	120	180	230	240	250	280	98.56%		29.0%		
9	90.0%	Костюм женский	90	90	95	80	75	70	70	80	85	80	95	90	99.53%		11.0%		
10	100.0%	Юбка женская	45	50	45	35	35	30	35	35	40	45	55	50	100.00%		19.0%		
ИТОГО			9 620	9 900	9 915	9 230	8 460	8 055	7 925	8 570	9 105	9 585	9 980						

Шкала оценивания решения компетентностно-ориентированной задачи: в соответствии с действующей в университете балльно-рейтинговой системой оценивание результатов промежуточной аттестации обучающихся осуществляется в рамках 100-балльной шкалы, при этом максимальный балл по промежуточной аттестации обучающихся по очной форме обучения составляет 36 баллов, по очно-заочной и заочной формам обучения – 60 (установлено положением П 02.016).

Максимальное количество баллов за решение компетентностно-ориентированной задачи – 6 баллов.

Балл, полученный обучающимся за решение компетентностно-ориентированной задачи, суммируется с баллом, выставленным ему по результатам тестирования.

Общий балл промежуточной аттестации суммируется с баллами, полученными обучающимся по результатам текущего контроля успеваемости в течение семестра; сумма баллов переводится в оценку по дихотомической шкале следующим образом:

Соответствие 100-балльной и дихотомической шкал

Сумма баллов по 100-балльной шкале	Оценка по дихотомической шкале
100-50	зачтено
49 и менее	не зачтено

Критерии оценивания решения компетентностно-ориентированной задачи (нижеследующие критерии оценки являются примерными и могут корректироваться):

6-5 баллов выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует глубокое понимание обучающимся предложенной проблемы и разностороннее ее рассмотрение; свободно конструируемая работа представляет собой логичное, ясное и при этом краткое, точное описание хода решения задачи (последовательности (или выполнения) необходимых трудовых действий) и формулировку доказанного, правильного вывода (ответа); при этом обучающимся предложено

несколько вариантов решения или оригинальное, нестандартное решение (или наиболее эффективное, или наиболее рациональное, или оптимальное, или единственно правильное решение); задача решена в установленное преподавателем время или с опережением времени.

4-3 балла выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует понимание обучающимся предложенной проблемы; задача решена типовым способом в установленное преподавателем время; имеют место общие фразы и (или) несущественные недочеты в описании хода решения и (или) вывода (ответа).

2-1 балла выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует поверхностное понимание обучающимся предложенной проблемы; осуществлена попытка шаблонного решения задачи, но при ее решении допущены ошибки и (или) превышено установленное преподавателем время.

0 баллов выставляется обучающемуся, если решение задачи демонстрирует непонимание обучающимся предложенной проблемы, и (или) значительное место занимают общие фразы и голословные рассуждения, и (или) задача не решена