

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение  
Иркутской области  
"Тайшетский промышленно-технологический техникум"

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
**к учебной дисциплине**

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

образовательной программы (ОП)

по профессии СПО

**38.01.02 Продавец, контролер-кассир**

Фонд оценочных средств к учебной дисциплине «Организация и технология розничной торговли» разработан на основе рабочей программы по учебной дисциплине «Организация и технология розничной торговли» и Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования для профессии среднего профессионального образования подготовки квалифицированных рабочих, служащих социально-экономического профиля **38.01.02 - Продавец, контролер-кассир**

**Организация-разработчик:** Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение Иркутской области «Тайшетский промышленно-технологический техникум»

**Разработчики:**

Рудаев Александр Викторович, преподаватель ГБПОУ ИО ТПТТ

Рассмотрено и одобрено на заседании методической комиссии общеобразовательных дисциплин, протокол № 2 от 31.05.2018 г  
Председатель МК \_\_\_\_\_ Снопкова И.В.

## СОДЕРЖАНИЕ

1.	Паспорт фонда оценочных средств.....	4
1.1.	Область применения фонда оценочных средств.....	4
1.2.	Формы текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине.....	4
1.3.	Результаты освоения учебной дисциплины, подлежащие проверке...	4
2.	Задания для проведения текущего контроля по учебной дисциплине.....	6
2.1.	Задания в форме устного опроса.....	6
2.2.	Комплект тестовых заданий.....	7
2.3.	Комплект практических работ.....	10
2.4.	Комплект контрольных работ.....	63
3.	Контрольно-измерительные материалы для промежуточной аттестации по учебной дисциплине.....	9

# 1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

## 1.1. Область применения фонда оценочных средств

Фонд оценочных средств предназначен для контроля и оценки образовательных достижений студентов, освоивших программу учебной дисциплины «Организация и технология розничной торговли»

## 1.2. Формы текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине.

Таблица 1

Результаты освоения (объекты оценивания)	Основные показатели оценки результата и их критерии	Тип задания; № задания	Форма аттестации (в соответствии с учебным планом)
У1 - устанавливать вид и тип организации торговли по идентифицирующим признакам;	Различает организации торговли по специализации и типизации. Использует характеризующие признаки.	Практические работы №1; № 2; № 3; № 4; № 5, № 6.	Дифференцированный зачет
У2 - определять критерии конкурентоспособности на основе покупательского спроса;	Определяет конкурентоспособность товаров по определенным признакам. Владеет методами изучения покупательского спроса.	Практические работы № 7; № 8, № 9, № 10, № 11, № 12, № 13, № 14.	Дифференцированный зачет
У3 - применять правила торгового обслуживания и правила торговли в профессиональной деятельности;	Обслуживает покупателей в соответствии с Правилами торговли и законом "О защите прав потребителя".	Практические работы № 15, № 16, № 17, № 18, №19, № 20, № 21; № 22.	Дифференцированный зачет
З1 - услуги розничной торговли, их классификацию и качество;	Демонстрирует знания классификации розничной торговой сети и предоставляемых услуг организациями торговли.	Устные вопросы к темам 1.1; 1.2; 2.1; 2.4. Тесты на темы 1.1.1.2 Практические работы № 1, № 2. Тест.контроль по разд. 1, разд. 2.	Дифференцированный зачет
З2 - виды розничной торговой сети и их характеристику;	Показывает, знания видов розничной торговой сети классифицируя их по признакам. Даёт характеристику каждому виду розничной торговой сети.	Устные вопросы к темам 1.1; 1.2; 2.1; 2.4. Тесты на темы 1.1,1.2 Тест.контроль по разд. 1, разд. 2.	Дифференцированный зачет

3 3 - типизацию и специализацию розничной торговой сети;	Дает соответствующую характеристику типам организаций торговли. Специализирует предприятия торговли по назначению.	Устные вопросы к темам 1.1; 1.2; 2.4. Тесты на темы 1.1. Практические работы № 1, № 2 Тест.контроль по разд. 1.	Дифференцированный зачет
34 - особенности технологических планировок организаций торговли;	Использует знания особенностей технологических планировок организаций торговли.	Устные вопросы к темам 1.2; 2.1; 2.4; Тесты на темы 1.1; 2.1; 2.4. Практические работы № 3, № 4, № 5, № 6. Тест.контроль по разд. 1.	Дифференцированный зачет
3 5 - основы маркетинговой деятельности и менеджмента в торговле;	Практикует знания маркетинговой деятельности на практике и знания менеджмента.	Устные вопросы к темам 1.2; 1.3;2.1; 2.4; Тесты на темы 1.1;2.1;2.4; Практические работы № 14;№ 15; № 16; № 17. Тест.контроль по разд. 2.	Дифференцированный зачет
3 6 - основы товароснабжения в торговле;	Владеет знаниями товароснабжения используемые в розничной торговой сети.	Устные вопросы к темам 1.2; 1.3; 2.1; 2.4. Тесты на темы 1.1; 2.1; 2.4; Практические работы № 3; № 4. Тест.контроль по разд. 2.	Дифференцированный зачет
3 7 - основные виды тары и тароматериалов, особенности тарооборота;	Демонстрирует знания основных видов тары и тароматериалов, особенностей тарооборота.	Устные вопросы к темам 2.2. Тесты на темы 2.2. Практические работы № 6; № 7. Тест.контроль по разд. 2	Дифференцированный зачет
3 8 - технологию приемки, хранения, подготовки товаров к продаже, размещения и выкладки;	Использует технологию приемки товаров на практике. Выполняет подготовку товаров к продаже и размещает товар на прилавках.	Устные вопросы к темам 1.2; 2.1; 2.4. Тесты на темы 2.1; 2.2; 2.3. Практические работы № 8; № 9; №10; №11. Тест.контроль по разд. 2.	Дифференцированный зачет
3 9 - правила торгового обслуживания и торговли товарами;	Использует знания метрической системы и устного расчета; Практикует знания грамотной работы на микрокалькуляторах;	Устные вопросы к темам 2.4; Тесты на темы 2.4; Практические работы №13;№18; №19.	Дифференцированный зачет

		Тест.контроль по разд. 2.	
3 10 - требования к обслуживающему персоналу;	Практикует на практике соблюдение требований к обслуживающему персоналу.	Устные вопросы к темам 2.1; 2.4. Тесты на темы 1.2; 2.3; 2.4. Практические работы № 12; № 13. Тест.контроль по разд. 1, разд. 2.	Дифференцированный зачет
3 11 - нормативную документацию по защите прав потребителей.	Демонстрирует знания закона "О защите прав потребителя " и Правила торговли.	Устные вопросы к темам 1.2; 2.1; 2.4 Тесты на темы 1.1; 1.2; 1.3; 2.1; 2.2.; 2.3, 2.4 Практические работы № 5. Тест.контроль по разд. 1, разд. 2.	Дифференцированный зачет

## 2. ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

### 2.1. ЗАДАНИЯ В ФОРМЕ УСТНОГО ОПРОСА.

#### Перечень вопросов к разделу 1. Организация розничной торговой сети.

##### Тема 1.2 Розничная торговая сеть.

1. Что такое специализация розничных торговых предприятий, по каким признакам она осуществляется?
2. Что такое типизация розничных торговых предприятий?
3. Дайте характеристику основных типов магазинов.
4. Перечислите основные организационно-правовые формы торговых предприятий.
5. На какие группы подразделяется помещения, входящие в состав магазина?
6. Перечислите возможные варианты планировки торгового зала магазина. Дайте их характеристику, назовите условия применения.
7. В чем суть изучения и анализа спроса розничных покупателей?
8. Что такое торговый ассортимент товаров, что лежит в основе его формирования?
9. Как подразделяются товары в зависимости от частоты и характера предъявляемого покупателями спроса на них?
10. Какие факторы оказывают влияние на формирование ассортимента товаров?

#### Перечень вопросов к разделу 2. Организация торгово-технологического процесса в торговле.

##### Тема 2.1. Основные требования к организации товароснабжения.

1. Какие факторы влияют на организацию товароснабжения розничной торговой сети?
2. Каковы обязанности сторон по договору перевозки грузов автомобильным транспортом?
3. Какие требования предъявляются к картонной и деревянной таре, находящейся в обращении?
4. Каков порядок приемки товаров по количеству в магазине и ее документального оформления?
5. Каков порядок приемки товаров по качеству и комплектности в магазине и ее документального оформления?
6. В каких случаях для определения качества товаров производится отбор образцов (проб)?
7. Какие приемы используют при укладке товаров на хранение?
8. Назовите оптимальные режимы хранения отдельных видов товаров.
9. Каковы особенности подготовки отдельных видов товаров к продаже?
10. Как оформляются потери, образующиеся в магазине вследствие порчи, боя и лома товаров?
11. Какие товары считаются взаимозаменяемыми?
10. В чем заключается цель и сущность маркетинга в торговле?

##### Тема 2.4. Технология продажи товара.

1. Дайте определение понятию «торговая реклама». Перечислите основные задачи торговой рекламы.
2. Какие требования должно отвечать устройство и оформление оконных витрин?
3. Что относят к средствам внутримагазинной рекламы?
4. Какие требования предъявляют к рекламной выкладке товаров?
5. Какие права потребителей установлены Законом РФ «О защите прав потребителей»?
6. В каких случаях покупатель имеет право на обмен товаров надлежащего качества? Каков порядок такого обмена?
7. В чем особенности комиссионной торговли непродовольственными товарами?
8. Каковы особенности обмена товаров, купленных в комиссионном магазине?
9. Каковы особенности продажи отдельных видов товаров?

10. На какие группы принято подразделять услуги, оказываемые покупателям?

**Критерий оценивания знаний:**

Оценка	Критерии
«Отлично»	Ответы на все вопросы полные и правильные. Материал систематизирован и излагается четко. Дается оценка излагаемым фактам.
«Хорошо»	Допущены в ответах отдельные неточности, исправленные с помощью преподавателя. Наблюдается некоторая несистематичность в изложении.
«Удовлетворительно»	Заметная неполнота ответа, допущенные ошибки и неточности не всегда исправляются с помощью преподавателя. Не во всех случаях объясняются изложенные факты, наблюдается – непоследовательность в изложении
«Неудовлетворительно»	Теоретически не подготовлен, изложение носит трафаретный характер, имеются значительные нарушения последовательности изложения мыслей.

## 2.2.КОМПЛЕКТ ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ

На каждый вопрос может быть выбран один или несколько правильных ответов. Для некоторых тестов следует самостоятельно подобрать недостающее слово.

### Раздел 1. Организация розничной торговли.

#### Тема 1.1. Розничная торговая сеть.

1. .... – отрасль народного хозяйства, обеспечивающая обращение товаров, их движение из сферы производства в сферу потребления.

- а) Рынок      б) Торговля   в) Выставка      г) Ярмарка

2. Главная задача торговли:

- а) получение прибыли   б) реклама продукции предприятий   в) реализация товаров

3. Вид торговли с последующей перепродажей называется .....

- а) Оптовая      б) Розничная      в) Индивидуальная

4. К какой типизации торговых предприятий относится следующая характеристика:

«..... - существуют при предприятиях для реализации свежей продукции этих предприятий».

- а) универсам      б) торговый дом      в) гастроном      г) фирменный магазин

5. По ассортименту реализуемых товаров торговые предприятия делятся:

- а) продовольственные   б) непродовольственные   в) оптовые рынки  
г) смешанные      д) супермаркеты      к) специализированные

6. Какие требования не предъявляются к размещению предприятий торговой сети:

- а) магазины максимально приближены к населению;  
б) возможность приобретения товаров сложного ассортимента жителями ближайшего микрорайона;  
в) равномерно по всей территории с учетом плотности населения;  
г) равномерно, пропорционально численности населения, размещены однотипные магазины.

7. Как называется помещение со специально оборудованной основной частью территории магазина, предназначенное для обслуживания покупателей.

- а) подсобное помещение      б) торговым залом      в) кассовая зона

8. Специально оборудованная часть площади торгового зала, предназначенная для расчетов с покупателями за товары в зонах самообслуживания магазинов, в пределах которой сосредоточенно более одной контрольно-кассовой машины называется .....

- а) контрольно-кассовый узел      б) торговым залом      в) отделом заказов

9. К какому виду помещения магазина относятся: разгрузочная, приемочная, кладовая, фасовочная, комплектовочная отдела заказов и др.

- а) торговые помещения      б) подсобные помещения  
в) технические помещения      г) административные помещения  
д) помещения для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже

10. Какие из требований не относятся к планировке торгового зала?

- а) благоприятная атмосфера в торговом зале  
б) удобное для покупателей расположение входов, выходов, отделов  
в) эффективное использование площади торгового зала  
г) обеспечение свободного движения потоков покупателей

11. Кто из перечисленного персонала относится к техническим исполнителям?

- а) гл. бухгалтер      б) товаровед      в) секретарь      г) кладовщик  
д) подсобный рабочий      к) старший кассир

12. Как называется набор товаров, объединенных по какому-либо одному или совокупности признаков?

- а) перечень      б) ассортиментом      в) список      г) каталог

13. Процесс формирования ассортимента товаров в магазинах заключается в определении ..... ассортимента реализуемых в нем товаров и ..... ассортимента. Какие слова необходимо вставить?

- а) широты      б) глубины      в) объёма      г) вида

14. Какую работу выполняют торговые работники, посещая оптовые склады, оптовые ярмарки, оптовые рынки и предприятия поставщиков?

- а) заключают договор      б) знакомятся с ассортиментом      в) закупают товар

15. В зависимости от количества признаков, по которым классифицируются товары, ассортимент может быть:

- а) модным      б) специальным      в) простым      г) сложным

16. К какому виду товарного спроса относятся товары производимые в определенный период года?

- а) товары повседневного спроса      б) товары периодического спроса  
в) товары редкого спроса      г) сезонные товары      д) сопутствующие товары

17. Маршруты поставки товаров с эффективно использованной грузоподъемностью автомобилей и оптимально низкой затратой времени на дорогу бывают:

- а) линейные маршруты      б) кольцевые маршруты      в) ежедневные маршруты

18. Основная функция упаковки -- это обеспечение сохранности товаров, возможности многократного использования тары, невысокая стоимость и .....

- а) экономичность      б) эстетичность      в) экологичность

19. По конструктивным особенностям тара бывает

- а) тара-оборудование      б) разборная      в) неразборная      г) многоразовая      д) складная

20. .... тару в специально отведенных помещениях или под навесом, защищающим ее от воздействия прямых солнечных лучей и атмосферных осадков.

- а) Хранят      б) Демонтируют      в) Принимают      г) Ремонтируют

**Время на выполнение: 20 мин.**

**Критерий оценивания:**

За правильные ответы на вопросы выставляется положительная оценка – по 1 баллу.

За неправильный ответ на вопрос выставляется отрицательная оценка – 0 баллов.

**Оценки:**

«5» - 20 баллов

«4» - 16-19 баллов

«3» - 10-15 баллов

«2» - менее 10 баллов

## **Раздел 2. Организация торгово-технологического процесса в торговле.**

### **Тема 2.1. Основные требования к организации товароснабжения.**

1. Какие документы относятся к сопроводительным?

- а) накладная      б) заявка      в) счет-фактура      г) акт

2. Документ на основании которого производится оплата поставки товара.

- а) акт      б) договор      в) счет

3. При приемки товара на упаковке или сопроводительном документе должен быть обязательно указана информация .....

- а) о сроках годности      б) о количестве      в) о производителе      г) о сертификации

4. В случае обнаружения недостачи или выявления несоответствия составляется

- а) уведомление      б) жалоба      в) претензия      г) акт

5. С приемкой товара по качеству также производится проверка

- а) комплектности      б) тары      в) упаковки      г) фасовки      д) маркировки

6. При отсутствии соответствующих механизмов высота укладки товаров в штабеля не должна превышать .....

- а) 1 м      б) 1,5 м      в) 2 м      г) 2,5 м      д) 3 м

7. Период, в течение которого свойства товара, указанные в документации, не изменяются.

- а) срок хранения      б) срок годности      в) срок реализации

8. При хранении товаров нужно строго соблюдать

- а) технику безопасности      в) температурный режим      г) влажность воздуха

9. Естественная убыль продовольственных товаров возникает в следствие:

- а) усушки и выветривания      б) распыла и раскрошки      в) утечки и разлива  
г) расхода веществ на дыхание      д) фасовки и упаковки

10. Распределение товаров на площади торгового зала в соответствии с планом помещения называется .....

- а) размещением      б) выкладкой      в) оформлением

11. При размещении товаров в торговом зале их стремятся подбирать по .....

- а) назначению      б) взаимозаменяемости      в) дизайну  
г) комплексного потребления      д) товарному соседству

12. Товары, пользующиеся редким спросом, а также более дорогие товары выкладываются

- а) на верхних полках      б) на нижних полках      в) на отдельных витринах



13. Внимание покупателей привлекает обычно товар, расположенный на полках высотой
  - а) 20-80 см      б) 80-160 см      в) 160-200 см
14. Пополнение оборудования товарами продавец должен производить
  - а) до открытия магазина      б) в течение рабочего дня      в) перед закрытием магазина
15. При каком методе продаж объем продажи товаров за счет высокой пропускной способности магазина очень высок?
  - а) самообслуживание      б) через прилавок      в) по образцам
  - г) по предварительному заказу      д) через интернет
16. При продаже плодоовощных товаров продавец обязан проводить отсортировку брака неполноценной продукции?
  - а) да      б) нет      в) при необходимости
17. При продаже технически сложных товаров, какие документы подлежат обязательному заполнению?
  - а) кассовый чек      б) товарный чек      в) технический паспорт      г) сопроводительный документ
18. Чек ККМ на приобретение товара действителен .....
  - а) в день продажи      б) в течение суток      в) в течение 3 суток      г) в течение 7 суток
19. К передвижным средствам торговли относятся специально оборудованные приспособления для торговли в развоз и в разнос, называется .....
  - а) киоски      б) ларьки      в) лотки      г) автомагазины      д) торговые автоматы
20. При какой форме продаж покупатель получает через курьера или по почте, при этом оплата осуществляется наличными (курьеру), перечислением на счет продавца, наложенным платежом или посредством кредитной карты?
  - а) сетевой маркетинг      б) посылочная торговля      в) электронная торговля

**Время на выполнение: 20 мин.**

**Критерий оценивания:**

За правильные ответы на вопросы выставляется положительная оценка – по 1 баллу.

За неправильный ответ на вопрос выставляется отрицательная оценка – 0 баллов.

**Оценки:**

«5» - 20 баллов

«4» - 16-19 баллов

«3» - 10-15 баллов

«2» - менее 10 баллов

#### **Тема 2.4. Технология продажи товара.**

1. Одним из эффективных маркетинговых мероприятий, позволяющих стимулировать покупки, тем самым и стимулировать уровень продаж является .....
  - а) организация распродаж      б) световая реклама
  - в) процентные скидки      г) благоприятная атмосфера в торговом зале
2. Посредством чего покупатели приобретают сведения об основных правилах обращения с товарами, способах их применения и хранения?
  - а) консультирования покупателей      б) торговой рекламы      в) дизайна магазина
3. Один из самых дешевых видов рекламы с предоставлением краткой информации о товаре, услуге или акции.
  - а) реклама в прессе      б) рекламные печатные издания      в) наружная реклама
  - г) световая реклама      д) реклама на транспорте      к) телевизионная реклама
4. .... - это архитектурный облик здания, и витрины окна, и вывески магазина.
  - а) Интерьер      б) Фасад      в) Дизайн      г) Реклама
5. К средствам внутримагазинной рекламы относят:
  - а) плакаты      б) буклеты      в) указатели      г) витрины      д) дегустации товаров
6. Организация или индивидуальный предприниматель осуществляющие ..... товара с последующей реализацией из другой страны на территорию РФ.
  - а) импорт      б) экспорт
7. Период по истечении которого товар считается непригодным для использования по назначению, называется .....
  - а) срок службы      б) срок годности      в) гарантийный срок
8. На вывеске торговой организации должны быть указаны:
  - а) наименование организации      б) наименование товара      в) режим работы
  - г) место нахождения      д) предоставляемые услуги
9. При оформлении ценника на товар указывается наименование товара, цена за ....., подпись материально ответственного лица или печать и дата оформления.
  - а) за кг      б) за единицу      в) за вес      г) за литр      д) за шт.
10. Покупатель имеет право обменять товар надлежащего качества на аналогичный, но другого размера, формы, цвета, габарита, фасона, комплектности с доплатой или без в течение .....
  - а) суток      б) 3 дней      в) 7 дней      г) 10 дней      д) 14 дней      к) месяца

**Время на выполнение: 10 мин.**

**Критерий оценивания:**

За правильные ответы на вопросы выставляется положительная оценка – по 1 баллу.

За неправильный ответ на вопрос выставляется отрицательная оценка – 0 баллов.

**Оценки:**

«5» - 10 баллов

«4» - 8-9 баллов

«3» - 5-7 баллов

«2» - менее 5 баллов

## 2.3. КОМПЛЕКТ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ

### Тема 1.1. Технология розничной торговли.

#### **Практическая работа № 1. Решение торговых ситуаций по теме «Розничная торговля»**

##### **Изучение специализации торговых предприятий.**

Внимательно прочитайте задание.

Цель работы: Изучить специализацию торговых предприятий. Развивать компетенции:

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

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

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

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

##### **Указания к работе.**

1. Дать характеристику торгового предприятия «Пирамида» по специализации.

2. Заполнить таблицу продаваемых товаров по специализации торговых розничных предприятий.

Продовольственные магазины	Непродовольственные магазины	Смешанные магазины	Специализированные магазины

3. Дайте определение и приведите примеры магазинам с учётом товарной специализации комбинированный, универсальный, специализированный, узкоспециализированный.

4. Распространёнными типами специализированных и комбинированных магазинов являются: 1. магазины прочей товарной специализации, 2. непродовольственные магазины, 3. продовольственные магазины

Найдите соответствие.

А. «Хлеб», «Кондитерский», «Овощи-фрукты», «Мясо», «Рыба», «Диетические продукты», «Минеральные воды» и т. п.;

Б. «Одежда», «Обувь», «Хозяйственные товары», «Культтовары», «Электротовары», «Мебель», «Ткани», «Игрушки», «Товары для детей», «Товары для женщин», «Товары для мужчин», «Все для дома», «Товары для спорта и туризма» и т. п.;

В. «Природа», «Семена», «Зоомагазин», «Книги» и т. п.

Результаты записать в тетрадь.

#### **Практическая работа № 2. Решение торговых ситуаций по теме «Розничная торговля»**

##### **Изучение типизации торговых предприятий.**

Внимательно прочитайте задание.

Цель работы: Изучить типизацию торговых предприятий. Развивать компетенции:

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

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

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

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

##### **Указания к работе.**

1. Дать характеристику торгового предприятия «Пирамида» по типизации.

2. Заполнить таблицу по типизации магазинов.

№	Тип магазина	Ассортимент реализуемых товаров	Размер торговой площади	Применяемые методы продажи
1				

2				
3				

По следующему плану охарактеризовать размещение магазинов ( Виктория, Красотка, Сапфир).

1. Тип торгового пространства города, по возможности, адрес.
2. Расположение (вблизи с центральной дорогой, вблизи с гостиницей, воинской частью, остановкой, рынком., автотрассой).
3. Режим работы магазина (без выходных и без перерыва на обед, круглосуточно и т.д.).
4. Ассортимент товаров.
5. Здание магазина является встроенным, пристроенным, отдельно стоящим.
6. Площадь магазина.
7. Специализация.
8. Влияние градостроительных факторов.
9. Транспортных факторов.
10. Социальных факторов.
11. Экономических факторов.

Результаты записать в тетрадь.

### **Практическая работа № 3. Распознавание видов планировок в торговых залах магазинов.**

Внимательно прочитайте задание.

Цель работы: Научиться распознавать виды планировок в торговых залах магазинов. Развивать компетенции:

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

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

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

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

Формировать компетенции:

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

2. Заполнить таблицу по функциональному разделению персонала.

Управленческий			Основной	Вспомогательный
Руководители	Специалисты	Технические исполнители		

3. Начертите схему планировки помещений магазина «Ермак». Начертите схему планировки помещений магазина «Супермаркет».

Результаты записать в тетрадь.

### **Практическая работа № 4. Распознавание видов планировок в торговых залах магазинов.**

Внимательно прочитайте задание.

Цель работы: Научиться распознавать виды планировок в торговых залах магазинов. Изучить требования к торговым зданиям и сооружениям; состав помещений магазинов; устройство и планировку торгового зала. Развивать компетенции:

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

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

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

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

Формировать компетенции:

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

**Пособия и принадлежности:** схемы, плакаты, учебники, раздаточный материал.

**Указания к работе.**

**Задание:**

1. Составить отчет требований к торговым зданиям и сооружениям.
2. Оформить таблицу состава помещений.
3. Выполнить задание № 3.
4. Ответить на контрольные вопросы.

### **Последовательность выполнения работы**

#### **1. Изучить требования к торговым зданиям и сооружениям**

К зданиям и сооружениям магазинов предъявляются технологические, архитектурно-строительные, экономические и санитарно-технические требования.

Технологические требования – обеспечивают рациональную организацию торгово-технологического процесса, предусматривающий возможность комплексной механизации.

Архитектурно-строительными требованиями предусматриваются прочность конструкции здания, соответствие архитектуры здания композиции.

Экономические требования – снижение затрат на строительство и эксплуатацию здания.

Санитарно-технические требования определяют устройство систем теплоснабжения, отопления, вентиляции, водоснабжения, канализации, освещения.

#### **2. Изучить состав помещения**

Помещения магазина подразделяются на: торговые; для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже; подсобные; административно-бытовые; технические.

Торговые помещения являются основными в магазине.

От их размеров, пропорций и планировки во многом зависит организация торгово-технологического процесса и экономические показатели деятельности предприятия торговли.

К торговым помещениям относят: торговые залы магазинов; отдел заказов; зал кафетерия; помещения или площади дополнительного обслуживания покупателей (места отдыха покупателей, помещения для раскроя тканей, мелкой переделки швейных изделий и др.).

В состав помещений для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже входят: разгрузочные; приемочные; кладовые (в том числе охлаждаемые камеры); помещения для подготовки товаров к продаже; кладовые, фасовочные, комплектовочные отдела заказов; вспомогательные помещения кафетерия.

Подсобные помещения предназначены для размещения вспомогательных служб и выполнения работ по обслуживанию технологического процесса.

К таким помещениям относятся: помещения для хранения контейнеров обменного фонда и тары, упаковочных и обвязочных материалов; помещения для приема стеклянной тары от населения; камеры для мусора и охлаждаемые камеры пищевых отходов; мастерские для мелкого ремонта оборудования и инвентаря; рекламно-декорационные мастерские.

В группу административно-бытовых помещений входят: помещения аппарата управления; главная касса; гардеробные; здравпункт; санитарно-бытовые помещения и др.

Технические помещения: вентиляционные камеры; электрощитовую; котельную; радиоузел; телефонные коммутаторы и др.

### **3. Изучить устройство и планировку торгового зала магазина**

Торговым залом является специально оборудованная основная часть торгового помещения магазина, предназначенная для обслуживания покупателей.

Под устройством торгового зала понимается его конфигурация, размещения внутри здания и относительно других помещения магазина, количество и расположение входов, выходов, оконных проемов и т.п.

Планировка торгового зала заключается в разделении всей его площади на функциональные зоны и размещении внутри них торгового оборудования.

К устройству и планировке торгового зала предъявляется ряд требований:

- удобное для покупателей расположения входов, выходов, отделов;
- создание наилучших условий для перемещения товаров из помещений для их хранения и подготовки к продаже к местам размещения и выкладки;
- эффективное использование площади торгового зала при размещении торгового оборудования;
- обеспечение свободного движения потоков покупателей;
- рациональная организация расчетных операций.

Всю площадь торгового зала можно условно разделить на:

- установочную площадь;
- площадь проходов для покупателей и перемещения товаров;
- площадь рабочих мест обслуживающего персонала;
- площадь контрольно-кассового узла.

### **Задания к практической работе.**

**Задание 1.** Составьте отчет требований к торговым зданиям и сооружениям. Заполните таблицу:

#### **Виды требований**

Технологические	
Архитектурно-строительные	
Экономические	
Санитарно-технические	

**Задание 2.** Оформить таблицу: «Состав помещений»

Торговые	
Для хранения и подготовки товаров к продаже	

<b>Подсобные помещения</b>	
<b>Административно-бытовые</b>	
<b>Технические</b>	

### **Задание 3.**

#### **3.1.Продолжите предложение:**

1. Основная часть торгового помещения предназначенная для -
2. К устройству и планировке торгового зала предъявляется ряд требований: удобное для покупателей расположение -
3. Эффективное использование площади торгового зала при размещении -
4. Обеспечение свободного движения -
5. Рациональная организация -

#### **3.2. Вставьте пропущенные слова:**

Планировка торгового зала заключается в разделении всей ее площади на \_\_\_\_\_ и размещение внутри них \_\_\_\_\_.

### **Задание 4. Контрольные вопросы:**

- 1.Какие санитарно-технические требования позволяют создать условия для осуществления операций торгово-технологического процесса в магазине?
- 2.Какие требования должны снижать затраты на строительство и эксплуатацию здания?
3. Что предусматривают архитектурно-строительные требования?
- 4.В чем заключаются технологические требования?
- 5.Какие помещения относятся к торговым?
6. Перечислите состав помещений для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже.
- 7.Какие помещения входят в группу административно-бытовых?
8. Дайте понятие определению «торговый зал».
9. Что понимается под устройством торгового зала?
- 10.В чем заключается планировка торгового зала?
11. На какие площади делится торговый зал?

Результаты записать в тетрадь.

Цель работы: Научиться составлять схемы планировок в торговых залах магазинов.

Развивать компетенции:

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

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

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

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

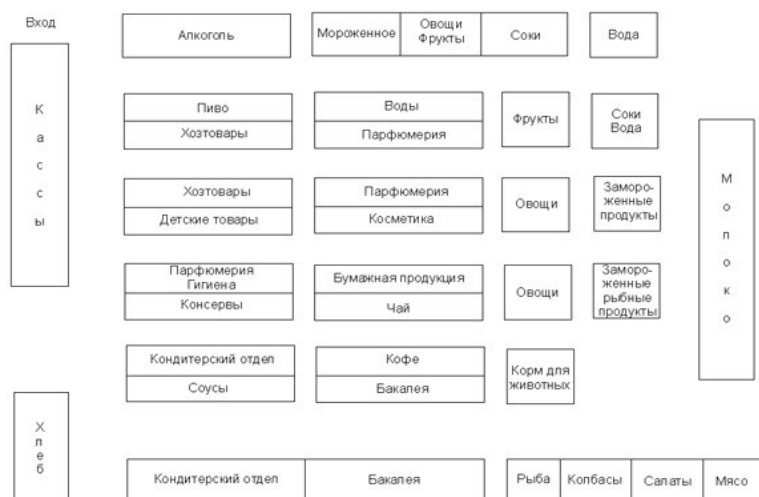
Формировать компетенции:

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

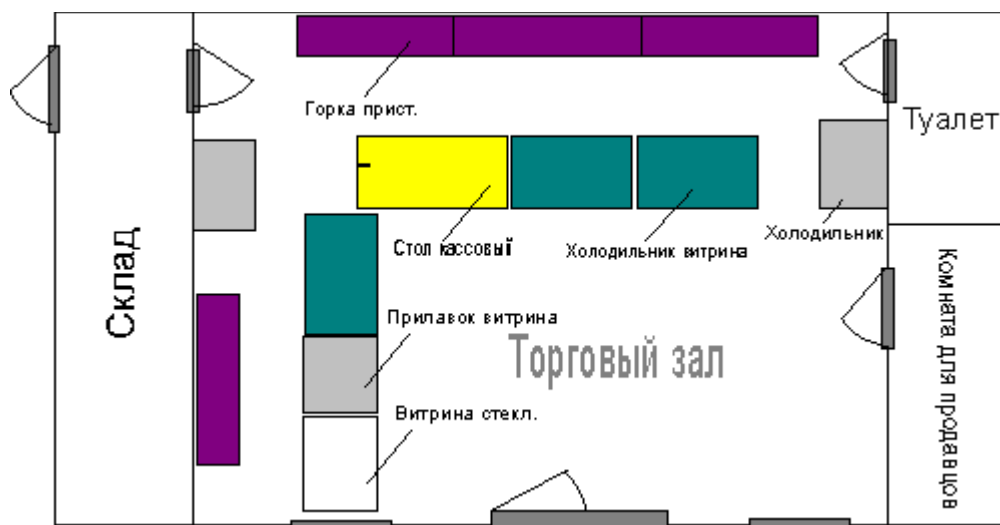
ПК 2.2. Осуществлять подготовку товаров к продаже, размещение и выкладку.

**Указания к работе.**

Задание 1. Начертите схему планировки помещений магазина «Супермаркет».



Задание 2. Начертите схему планировки помещений магазина с традиционным методом обслуживания «Ермак».



## Практическая работа № 6. Составление схем планировок в торговых залах магазинов.

Внимательно прочитать задание.

Цель работы: Закрепить правила размещения оборудования в торговом зале. Развивать компетенции

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

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

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

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

Формировать компетенции:

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

ПК 2.2. Осуществлять подготовку товаров к продаже, размещение и выкладку.

**КМО:** презентация, задания для практических работ, ножницы, клей.

### Указания к работе.

Задание 1. Из предложенных видов торгового оборудования выберите те виды, которые, по вашему мнению, должны быть представлены в торговом зале.

Задание 2. Разместите оборудование в торговом зале.

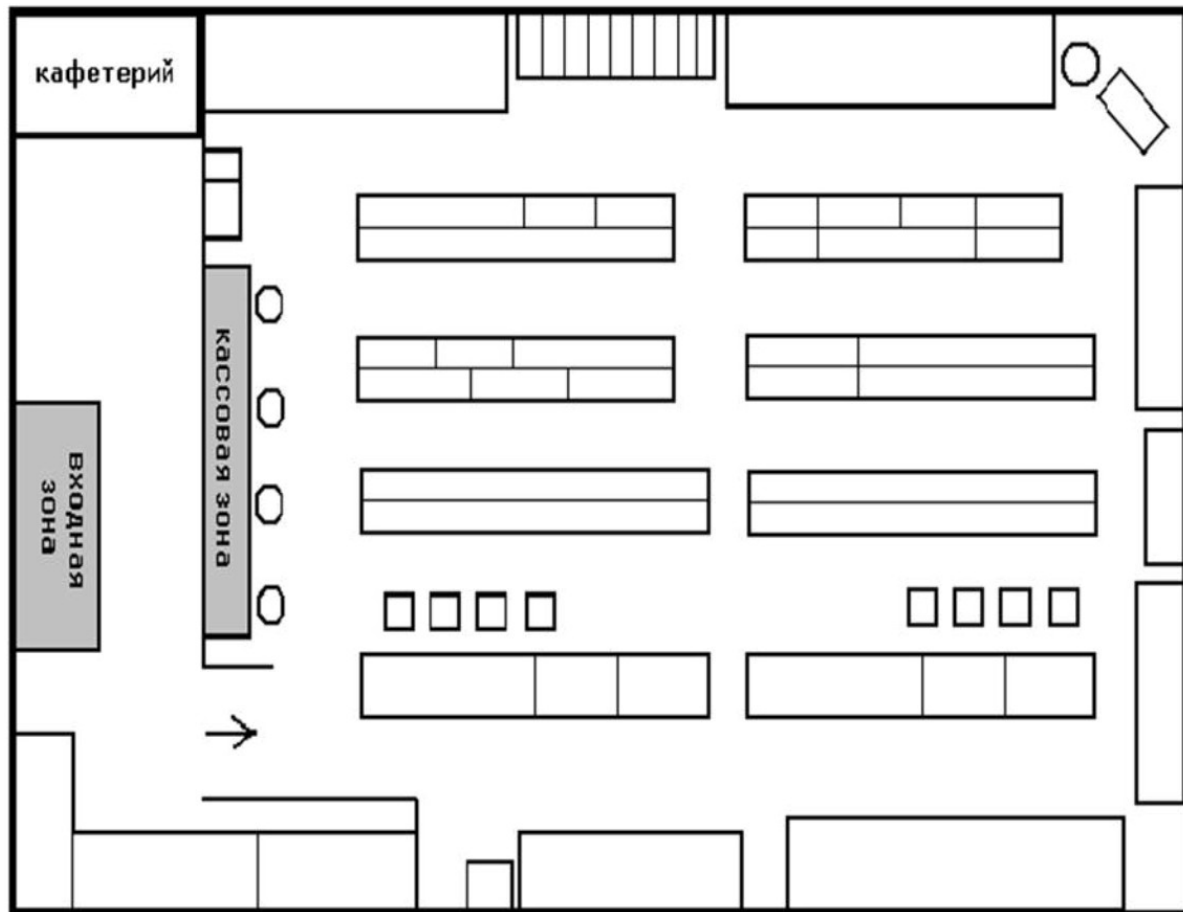
Ход выполнения задания: Схематично разместите оборудование на листе формата А4.

Аккуратно приклейте полученную схему.

Перечень оборудования:

Торговое оборудование торгового зала

Витрина торговая с подсветкой Размер 2000х900х400. Витрина Стаканчик с подсветкой Размер 2000х500х400 Витрина угловая Размер 2000х400х400 Витрина шестиугольная Размеры 2000х950х565 мм Витрина Низкая 1500х900х500 мм. Накопитель высотой 700 мм Прилавок прямоугольный Размер 900х900х500. 33 Прилавок из профиля ПР-П8 Размер 900х500х500 Прилавок шестигранный Размер 900х1190х700 Угол внутренний Высота 1600 . Ширина 1200 мм . Глубина (полки) 500. Стеллаж кондитерский Высота 1600 мм . Ширина 1200 мм . Глубина (полки) 500 Вешало для одежды ST 037 Высота: 1100-1800 мм Вешало для одежды V700-07В Длина: 1200-2000 мм Высота: 750-1800 мм Вешало для одежды напольное регулируемое рожковое хромированное Высота: 1100—1800 мм 34 Банкетка Высота: 380 мм Ширина: 570 мм Глубина: 650 мм Банкетка Высота: 350 мм Ширина: 750 мм Глубина: 370 мм Банкетка Высота: 370 мм Ширина: 400 мм Глубина: 400 мм Зеркало напольное Высота: 1580 мм Ширина: 370 мм Зеркальное полотно: 1185х275 мм Зеркало обувное Высота: 700 мм Ширина: 440 мм Зеркальное полотно: 480х315 мм. Стойка-вешало двойное, 2000х400х1300 Стойка-вешало усиленное с 2-мя стеклянными полками, 1000х400х1800мм Стеллаж усиленный размер: 800х450х2000мм 35 П.



### Практическая работа № 7.

**Тема: Составление анкеты для изучения покупательского спроса.**

Внимательно прочитайте задание.

Цель работы: Научиться составлять анкеты для изучения покупательского спроса. Развивать компетенции:

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

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

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.



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

ПК 2.7. Изучать спрос покупателей.

**КМО:** Учебник Неверов А.Н., Чалых Т.Н. (ред) Товароведение и организация торговли непродовольственными товарами стр. \_\_\_\_\_, Новикова А.М. Товароведение и организация торговли продовольственными товарами Учебник \_\_\_\_\_ стр., презентация, задания для практических работ.  
Учебник «Маркетинг» С.Н. Белоусова, А.Г. Белоусов, Интернет-ресурсы.

#### **Указания к работе.**

Задание № 1 Разработать анкету для изучения спроса на товар или услугу.

1. Выбрать объект для маркетингового исследования.
  2. Указать цель опроса, исследования.
  3. Составить перечень вопросов с возможными вариантами ответов.
  4. Информация о респондентах. Количество вопросов должно быть оптимальным, обеспечивающим полноту информации. Провести исследование.
- Представить результаты исследования.

Обеспечение практической работы: Приложение к практической работе

#### Приложение № 1

Опросы потребителей товаров и услуг. Изучение потребительского спроса. Исследования удовлетворенности клиентов продукцией/услугами компании.

Исследования и опросы клиентов компании являются важным компонентом и инструментом маркетинга. Опросы и исследования помогают выявить конкурентные преимущества компании, определить существующие недостатки и ошибки, выявить проблемные точки, требующие оперативных изменений и улучшения. Изучение мнения потребителей позволяет управлять количеством повторных обращений и покупок, влиять на увеличение доли лояльных клиентов.

Последовательность организации проведения опроса потребителей (изучение потребительского спроса) товаров и услуг:

1. Постановка цели проведения исследования/опроса
2. Определение портрета потребителя, на которого ориентирован опрос
3. Определение состава вопросов, задаваемых потребителю
4. Разработка регламента проведения опроса, анкеты, выходных форм данных
5. Выбор интервьюеров для проведения опроса
6. Инструктаж и обучение интервьюеров
7. Проведение интервью/опросов потребителей
8. Обработка результатов опроса
9. Подготовка итогового резюме

Основные форматы проведения опросов потребителей, изучения потребителей: • уличный опрос • опросы в местах продажи • квартирный опрос • телефонный опрос • глубинные интервью потребителей товаров/услуг • проведение фокус-групп • экспертные интервью.

#### **Практическая работа № 8.**

**Тема: Составление анкеты для изучения покупательского спроса.**

Внимательно прочитать задание.

Цель работы: Научиться составлять анкеты для изучения покупательского спроса. Развивать компетенции:

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

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

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

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

ПК 2.7. Изучать спрос покупателей.

**КМО:** Учебник Неверов А.Н., Чалых Т.Н. (ред) Товароведение и организация торговли непродовольственными товарами стр. \_\_\_\_\_, Новикова А.М. Товароведение и организация торговли продовольственными товарами Учебник \_\_\_\_\_ стр., презентация, задания для практических работ.

Учебник «Маркетинг» С.Н. Белоусова, А.Г. Белоусов Интернет-ресурсы.

#### **Указания к работе.**

Задание № 1 Изучение покупательского спроса изделия.

После составления спецификации необходимо изучить покупательский спрос на ваше изделие. Это необходимо для того, чтобы вы точно знали, какой контингент людей будет пользоваться вашим изделием или услугой, какие качества они хотели бы видеть в вашем изделии, и будут ли люди вообще покупать ваше изделие, а если будут, то как часто. Вам надо будет решить, для каких сословий людей вы будете реализовывать ваше изделие.

Для этого составляется анкета по изучению покупательского спроса.

## Требования к анкете

1. Она должна состоять из 7—10 вопросов, на которые должен быть однозначный ответ: «да», «нет», «не знаю».
2. Анкета должна включать в себя ряд точно подобранных вопросов.
3. Вы должны четко представить, что вы хотите узнать.
4. Не задавайте вопросов типа: Вы любите солнечные дни? (Ясно, что все дадут положительный ответ.)
5. Каждый вопрос должен быть лаконичен и прост.
6. Задавайте вопросы, которые имеют только одно значение, и используйте общедоступные слова, чтобы каждый человек мог их понять.
7. Каждый вопрос должен освещать только одну проблему.

Предлагаем вариант анкеты с учетом вашего конкретного изделия.

### Анкета по изучению покупательского спроса на скамейку

1. Вы хотели бы приобрести данную скамейку? а) да; б) нет.
2. Какие критерии вы считаете наиболее значимыми при покупке скамейки? а) эстетичность внешнего вида; б) оригинальность модели; в) долговечность использования и надежность; г) удобство в эксплуатации; д) доступность в цене.
3. Сколько скамеек у вас дома? а) много; б) несколько; в) ни одной.
4. Делая покупку, вы: а) испытывали необходимость в этом товаре; б) очень понравилась модель; в) решили оживить интерьер в квартире; г) скамейка дополняет ваш интерьер; д) что-то еще.
5. В быту вы предпочитаете пользоваться: а) кожаной мебелью; б) плетеной мебелью; в) деревянной мебелью; г) мягкой мебелью.
6. Какие виды отделки вы предпочли бы для скамейки? а) ткань; б) кожу; в) кожзаменитель; г) расписанное красками дерево; д) натуральную структуру дерева; е) не имеет значения; ж) что-то еще.
7. Вы предпочитаете, чтобы купленная вами скамейка была в единственном экземпляре? а) да; б) нет.
8. Совершая покупку, вы предпочитаете: а) купить дорогую, но качественную и красивую вещь; б) дешевую - неважно, как она выглядит, лишь бы служила долго.
9. Ваш самый высокий аргумент при покупке.

### Домашнее задание

Провести опрос 10 человек из различных групп людей по анкете изучения покупательского спроса изделия. Данные опроса внести в таблицу, сделать анализ анкетирования и выводы в тетради.

## Вывод

Из опрошенных девять человек купили бы скамейку. Значимым критерием пятеро считают удобство в эксплуатации. двое — доступность в цене, трое — долговечность использования. У всех опрошенных есть несколько скамеек. В быту большинство (восемь чел.) предпочитают мягкую мебель, а два чел. — кожаную. Из отделки выбрали кожу и ткань. Семеро опрошенных, совершая покупку, предпочли бы купить дорогую, но качественную скамейку, а трое — дешевую. А вескими аргументами стали: качество; красота; доступность в цене.

### Вопросы

1. Для чего необходимо анкетирование?
2. Какие требования предъявляются к составлению анкет?

3. Как вы думаете, для чего и как можно делать анализ анкет?

4. Анализ ответов поможет вам при проектировании?

### Практическая работа № 9. Тема: Составление заявки на завоз товара.

Внимательно прочитать задание.

Цель работы: На основании изучения покупательского спроса составить заявки на поставку товаров. Развивать компетенции:

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

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

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

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

Формировать компетенции:

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

ПК 2.7. Изучать спрос покупателей.

ПК 3.3. Проверять качество и количество продаваемых товаров, качество упаковки, наличие маркировки, правильность цен на товары и услуги.

**КМО:** Учебник: С.А.Каплина «Организация и технология розничной торговли» стр.199- 201; калькуляторы, задания для практических работ. Интернет-ресурсы.

#### Указания к работе.

Задание № 1 На основании данных по реализации товаров изучите покупательский спрос на мыло туалетное.

Анкета изучения реализованного покупательского спроса на мыло туалетное

Фирма поставщик	Мыло туалетное	Жидкое мыло
Русские травы		
Невская косметика		
ШИК		
Чистая линия		
Итого		

№ п/п	Наименование	Количество продаж за 1 день
1	Мыло туалетное «Липовый цвет», пр-во Невская косметика	5
2	Мыло туалетное «Ромашковое» пр-во Чистая линия	4
3	Мыло туалетное «Чистотел» пр-во Чистая линия	1
4	Крем-мыло ШИК Зеленый чай и лотос 100 г.	3
5	Крем-мыло ШИК протеины шелка 100 г.	8
6	Крем-мыло ШИК Д/сух.чувств. кожи (тв. кор.) 100 г.	2
7	Т/мыло Шик Волшеб. сад Яблоко зеленое 70 гр	3
8	Детское ж/м Алиса с дозатором 500 мл п-во Русские травы	1
9	Русские Травы Алоэ-Вера 500мл	2
10	Ж/м Зодиак Персик 200мл пр-во Русские травы	5
11	Детское жидкое мыло Алиса 500мл пр-во Русские травы	8
12	Крем мыло Земляника пр-во Русские травы 90г	6
13	Жидкое мыло Цитрусовая свежесть пр-во Русские травы 200мл	5
14	Мыло туалетное «Роза» пр-во Невская косметика	4
15	Мыло туалетное «Яблоневый цвет» пр-во Невская косметика	9
16	Мыло туалетное Фиалковое пр-во Чистая линия	4

Задание 2. Составьте заявку на поставку мыла туалетного на 10 дней по установленной форме

№ п/п	Наименование товара	Количество

Результаты запишите в тетрадь.

### Практическая работа № 10. Тема: Составление заявки на завоз товара.

Внимательно прочитать задание.

Цель работы: На основании изучения покупательского спроса составить заявки на поставку товаров. Развивать компетенции:

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

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

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

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

Формировать компетенции:

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

ПК 2.7. Изучать спрос покупателей.

ПК 3.3. Проверять качество и количество продаваемых товаров, качество упаковки, наличие маркировки, правильность цен на товары и услуги.

**КМО:** Учебник: С.А.Каплина «Организация и технология розничной торговли» стр.199- 201; калькуляторы, задания для практических работ. Интернет-ресурсы.

**Указания к работе.**

Задание № 1 На основании данных по реализации товаров изучите покупательский спрос на овощи и фрукты.

Анкета изучения реализованного покупательского спроса на овощи и фрукты

Фирма поставщик	овощи	фрукты
Итого		

№ п/п	Наименование	Количество продаж за 1 день
1		
2		
3		
4		
5		
6		

Задание 2. Составьте заявку на поставку овощей и фруктов на 10 дней по установленной форме

№ п/п	Наименование товара	Количество

Результаты запишите в тетрадь.

### **Практическая работа № 11. Тема: Оформление договора на поставку товаров.**

Внимательно прочитайте задание.

Цель работы: Закрепление теоретических знаний и приобретение практических навыков заполнения договора поставки.

Развивать компетенции:

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

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

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

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

Формировать компетенции:

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

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

ПК 2.7. Изучать спрос покупателей.

**КМО:** Учебник: С.А.Каплина «Организация и технология розничной торговли» стр.199- 201; задания для практических работ. Интернет-ресурсы.

**Указания к работе.**

Задание № 1 Заполнить договор поставки.

## Теоретические сведения.

Рациональная организация снабжения предприятий является важнейшей предпосылкой эффективной и ритмичной работы магазина. К организации снабжению магазинов предъявляются следующие требования: обеспечение широкого ассортимента товаров в достаточном количестве и надлежащего качества в течение года; своевременность и ритмичность завоза товаров при соблюдении графика завоза; сокращение звенности передвижения товаров; оптимальный выбор поставщиков и своевременное заключение с ними договоров на поставку товаров.

При разработке структуры договорных связей учитывают месторасположение поставщиков и покупателей, объём подлежащих поставке товаров, ассортимент вырабатываемых товаров, обеспеченность магазинов складской площадью и материально-технической базой для подсортировки товаров.

Заказы для поставщиков являются основанием для разработки проектов договоров поставки, которые окончательно оформляются при участии поставщика и потребителя. В договоре указываются:

- наименование, количество и развёрнутый ассортимент подлежащих поставки товаров;
- качество, а в необходимых случаях сортность и комплектность товаров;
- общий срок договора и сроки поставки;
- цены на товары и общая сумма договора;
- требования, предъявляемые к таре и упаковке;
- порядок отгрузки, доставки, сдачи товаров, а также порядок и сроки согласования графика централизованной их доставки;
- порядок и форма расчётов;
- платёжные и почтовые реквизиты поставщика и получателя;
- другие условия, которые должны быть предусмотрены в соответствии с законодательством, а также условия, которые поставщик и получатель признают необходимым предусмотреть в договоре.

Если в процессе заключения договора у одной из сторон возникнут возражения по некоторым его условиям, она составляет протокол разногласий.

Ответственность за организацию договорных связей возлагается на руководителя предприятия, а практическая реализация их входит в функции его заместителя по коммерческой работе.

## ОБРАЗЕЦ ЗАПОЛНЕНИЯ

### ДОГОВОР № 54

поставки продуктов питания

г. Тайшет " 01 " сентября 2013 г.

ООО «Очаг», именуемое в дальнейшем "Покупатель", в лице директора - Степанова Сергея Викторович, действующего на основании Устава, с одной стороны, и ООО «Тайшетский мясокомбинат», именуемый в дальнейшем "Поставщик", в лице директора – Петрова Степана Яковлевича, действующего на основании Устава, с другой стороны, заключили настоящий договор о нижеследующем:

### 1. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРА

1.1. Поставщик обязан поставить, а Покупатель - принять и оплатить продукты питания (далее - "Товар"), наименование, ассортимент, количество и стоимость которых указываются в товарных накладных (далее - "накладные") на каждую партию Товара.

1.2. Поставка Товара осуществляется партиями на основании заявок Покупателя и при наличии соответствующего Товара на складе Поставщика.

1.3. Заявка Покупателя должна содержать наименование (ассортимент), количество Товара, дату, к которой необходимо поставить Товар, и адрес, по которому он должен быть поставлен, и может быть сделана как письменно, в том числе по факсу, электронной почте, так и в форме телефонной заявки.

1.4. Поставщик гарантирует соблюдение надлежащих условий хранения Товара до его передачи Покупателю.

## **2. КАЧЕСТВО ТОВАРА**

2.1. Качество поставляемого Товара должно соответствовать требованиям соответствующих ГОСТов и ТУ, принятых для данного вида Товаров, а также качественным удостоверениям производителя и сертификатам соответствия.

2.2. Срок годности Товара устанавливается в пределах срока годности, указанного производителем на упаковке Товара.

2.3. При поставке Товара Поставщик передает Покупателю все необходимые документы, подтверждающие качество Товара, в том числе сертификаты соответствия и качественные удостоверения производителя.

2.4. Поставщик гарантирует качество и надежность поставляемого Товара.

2.5. Покупатель вправе предъявить претензии Поставщику по качеству и срокам годности поставленного Товара в течение 2 (двух) дней после его приемки. Дата приемки соответствует дате, указанной на накладной.

2.6. Поставщик обязуется устранить недостатки или заменить Товар ненадлежащего качества в течение трёх дней от даты передачи Товара Покупателю.

2.7. Устранение недостатков, поставка недостающего или замена негодного Товара осуществляется Поставщиком на основании письменной претензии Покупателя. В претензии должно быть указано количество Товара, по которому заявлена претензия, содержание и основание претензии, а также конкретное требование Покупателя. Претензия должна быть подтверждена актами и иными необходимыми документами. Претензия передается заказным письмом или курьерской доставкой с вручением уполномоченному представителю Поставщика под расписку и с приложением всех документов, доказывающих обоснованность претензии.

## **3. СРОКИ И ПОРЯДОК ПОСТАВКИ**

3.1. Товар поставляется в сроки, указанные в заявке Покупателя. Поставщик имеет право досрочной поставки Товара.

3.2. Поставка осуществляется (нужное отметить):

- за счет Поставщика путем доставки Товара Покупателю по указанному им в заявке адресу:

Иркутская область, г. Тайшет, ул. Парковая, д.32

- самовывозом со склада Поставщика, расположенного по адресу:

---

3.3. Товар поставляется в таре и упаковке, соответствующих действующим стандартам и техническим условиям.

3.4. Поставщик, допустивший недопоставку Товара, обязан восполнить недопоставленное количество Товара в течение трёх дней с момента получения претензии Покупателя.

3.5. Товар передается по накладной, в которой указывается наименование Товара, ассортимент, количество мест и товарных единиц, стоимость Товара.

3.6. В случае отказа от приема продукции Покупатель обязан во всех экземплярах накладной сделать отметку об отказе с указанием причины отказа, должности, фамилии приемщика и подписать ее.

3.7. В случае отказа Покупателя сделать отметки об отказе в приемке Товара в соответствии с п. 3.6 настоящего договора факт отказа удостоверяется актом, составленным представителем Поставщика.

#### **4. ЦЕНА И ПОРЯДОК РАСЧЕТОВ**

4.1. Покупатель оплачивает поставленный Поставщиком Товар по ценам, указанным в накладных на данную партию Товара.

4.2. Расчеты за поставленный Товар между сторонами производятся путем (нужное отметить):

- перечисления безналичных денежных средств с расчетного счета Покупателя на расчетный счет Поставщика не позднее трех банковских дней с момента передачи Товара Покупателю;

- перечисления безналичных денежных средств с расчетного счета Покупателя на расчетный счет Поставщика не позднее трёх дней с момента передачи Товара Покупателю;

- передачи наличных денежных средств в кассу Поставщика в момент передачи Товара Покупателю.

#### **5. ИМУЩЕСТВЕННАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И ПОРЯДОК РАЗРЕШЕНИЯ СПОРОВ**

5.1. За необоснованный отказ от приемки Товара, доставленного по заявке Покупателя, или просрочку выборки Товара Покупатель уплачивает Поставщику штраф в размере 50 % ( пятидесяти процентов) от стоимости отгруженного Товара.

5.2. При просрочке оплаты Покупатель обязан уплатить Поставщику пени в размере 50 % (пятидесяти процентов) от суммы долга за каждый день просрочки платежа.

5.3. При просрочке оплаты за полученную продукцию свыше 10 (десяти) дней Поставщик прекращает прием заявок от Покупателя и приостанавливает исполнение своих обязательств по настоящему договору до полного погашения Покупателем задолженности.

5.4. В случае нарушения сроков поставки Товара по вине Поставщика последний обязан уплатить Покупателю штраф в размере 50 % (пятидесяти процентов) от стоимости непоставленного Товара.

5.5. Покупатель вправе, уведомив Поставщика, отказаться от принятия Товара, поставка которого просрочена на 10 (десять) дней.

5.6. Споры, возникшие между сторонами при исполнении договора, разрешаются в установленном действующим законодательством РФ порядке.

#### **6. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ**

6.1. Во всем остальном, что не предусмотрено настоящим договором, стороны руководствуются действующим законодательством Российской Федерации.

6.2. Любые изменения и дополнения к настоящему договору действительны при условии, если они совершены в письменной форме и подписаны надлежаще уполномоченными на то представителями сторон.

6.3. Настоящий договор вступает в силу с момента его подписания сторонами и заключается на срок один год до "01" сентября 2014 г.

6.4. Если ни одна из сторон не заявит о прекращении (изменении) договора за один месяц до окончания срока, на который заключен договор, его действие автоматически пролонгируется на тот же срок.

6.5. Договор может быть досрочно расторгнут в случаях, предусмотренных законодательством Российской Федерации.

6.6. Настоящий договор составлен в двух экземплярах, имеющих одинаковую юридическую силу, по одному экземпляру для каждой из сторон.

6.7. После подписания настоящего договора все предыдущие переговоры и переписка по нему теряют силу.

## 7. АДРЕСА И РЕКВИЗИТЫ СТОРОН

### Покупатель:

ООО «Очаг»

**ИНН** 7722654654

**КПП** 772201001

**ОГРН** 1087746947056

**ОКПО** 87631733

**Юридический адрес:** 665024, г. Тайшет, ул. Кабельная 2-я, д. 2, стр. 9.

**Фактический адрес:** 665024, г. Тайшет, ул. Парковая, д. 32.

АКБ "Инвестиционный торговый банк" (ОАО) г. Москва

**р/с** 40702810200170000496

**к/с** 30101810400000000267

**БИК** 044583267

**Генеральный директор**

\_\_\_\_\_/Степанов С.В./

МП

### Поставщик:

ООО «Тайшетский мясокомбинат»

**ИНН** 7716201303

**КПП** 771601001

**ОГРН** 1027739389930

**ОКПО** 56542865

**Юридический адрес:** 665024, г. Тайшет, ул. Верхоянская, д. 18, корп. 2.

**Фактический адрес:** 665024, г. Тайшет, ул. Краснобогатырская, д. 89, стр. 1, этаж 5.

ОАО «Промсвязьбанк» 107076 г. Москва, ул. Стромынка, д. 18, стр. 27

**р/с** 40702810680060857001

**к/с** 30101810600000000119

**БИК** 044583119

**Генеральный директор**

\_\_\_\_\_/Петров С.Я./

МП

Задание для выполнения

В соответствии с образцом, заполнить договор поставки на поставку продуктов по следующим данным:

- Магазин «Рай», г. Тайшет, ул. Кабельная 2-я, д. 2, стр. 9.
- Поставщиком в данном случае будет являться ООО «Микоян».
- Ассортимент поставляемой продукции выбрать самостоятельно.
- Поставка будет осуществляться силами и средствами поставщика по указанному адресу.
- На принятие товара, и рассмотрение спорных ситуаций даётся от 1 до 3-х дней.
- Штрафные санкции и пени будут составлять 45% от стоимости товара.
- Срок действия договора 1 год с момента его подписания.
- Реквизиты сторон заполнить из образца.

### Контрольные вопросы

- 1 Какое значение в розничной торговли имеет рациональная организация снабжения?
- 2 Какие действия должен предпринять зав. складом, в случае недостачи поставленного товара?
- 3 Какие действия должен предпринять поставщик, в случае не своевременной оплаты товара?

## Практическая работа № 12. Тема: Оформление договора на поставку товаров.

Внимательно прочитать задание.

Цель работы: Закрепление теоретических знаний и приобретение практических навыков заполнения договора поставки.  
Развивать компетенции:



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

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

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

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

Формировать компетенции:

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

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

ПК 2.7. Изучать спрос покупателей.

**КМО:** Учебник: С.А.Каплина «Организация и технология розничной торговли» стр.199- 201; задания для практических работ. Интернет-ресурсы.

**Указания к работе.**

Задание № 1 Заполнить договор купли-продажи.

Задание для выполнения

В соответствии с образцом (бланк документа договор купли-продажи), заполнить договор поставки на поставку продуктов по следующим данным:

- Продавец Магазин «Рай», г. Тайшет, ул. Кабельная 2-я, д. 2, стр. 9.
- Покупателем в данном случае будет являться Детский сад «Сказка».
- Ассортимент поставляемой продукции (непродовольственные товары) выбрать самостоятельно.
- На принятие товара, и рассмотрение спорных ситуаций даётся от 1 до 3-х дней.
- Штрафные санкции и пени будут составлять 40% от стоимости товара.
- Срок действия договора на одну покупку с момента его подписания.
- Реквизиты сторон заполнить самостоятельно.

### **Практическая работа № 13. Тема: Распознавание литографических знаков на упаковке.**

Внимательно прочитать задание.

Цель работы: Закрепление теоретических знаний и приобретение практических навыков полиграфических знаков на упаковке. Развивать компетенции:

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

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

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

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

Формировать компетенции:

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

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

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

ПК 2.2. Осуществлять подготовку товаров к продаже, размещение и выкладку.

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

ПК 2.7. Изучать спрос покупателей.

ПК 3.2. Проверять платежеспособность государственных денежных знаков.

ПК 3.3. Проверять качество и количество продаваемых товаров, качество упаковки, наличие маркировки, правильность цен на товары и услуги.

ПК 3.4. Оформлять документы по кассовым операциям.

**КМО:** Учебник: С.А.Каплина «Организация и технология розничной торговли» стр.199- 201; задания для практических работ. О защите прав потребителей: Федер. закон от 09.01.1996г. № 2-ФЗ с изменениями и дополнениями от 17.12.1999г. № 212-ФЗ, от 30.12.2001г. № 196-ФЗ, от 22.08.2004г. № 122-ФЗ, от 21.12.2004г. № 171-ФЗ., О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров: Федер. закон от 23 сентября 1992 года № 3520-ФЗ., Об информации, информатизации и защите информации: Федер. закон от 20 февраля 1995 года № 24-ФЗ., О техническом регулировании: Федер. закон от 27 декабря 2002 года № 184-ФЗ., Правила продажи отдельных видов товаров (Постановление Правительства РФ от 19.01.98 № 55 с изменениями и дополнениями), СанПиН 2.3.2.1324-03 Гигиенические требования к срокам годности и условиям хранения пищевых продуктов., СанПиН 4.2727-99 Условия и сроки хранения особо скоропортящихся продуктов. Интернет-ресурсы.

**Указания к работе.**

1 Изучите характеристику основных информационных знаков, которые наносятся на упаковку, этикетку товаров.

Основная функция информации о товаре — это доведение до сведения потребителя (поставщика, продавца и др.) информации об условиях и режимах правильного хранения, транспортирования, выбора, использования и утилизации товара. Информация свидетельствует о качестве и комплектности товаров. Она должна быть направлена на более полное раскрытие потребительских свойств товара и подтверждать его безопасность. Изготовитель и (или) продавец несут ответственность за полное соответствие товара заявленной о нем информации.

Требования к содержанию и способам предоставления информации о товарах установлены соответствующими законами, другими правовыми актами (указами Президента и постановлениями Правительства РФ, соответствующими решениями уполномоченных органов исполнительной власти) и нормативными документами на конкретные группы и виды товаров. Право потребителя на информацию о товаре регулируется нормами Закона РФ «О защите прав потребителя», а также Гражданским кодексом РФ. Информация о товаре доводится до сведения потребителя с помощью маркировки, технической документации, прилагаемой к товару, или иным способом, принятым для отдельных видов товаров.

Информация о товаре должна быть полной, однозначно понимаемой и излагаться на русском языке. Информация может быть частично или полностью продублирована на иностранных языках, а по требованию заказчика может излагаться на государственных языках субъектов и языках народов РФ.

Информация рекламного характера должна соответствовать законодательству РФ. Например, использование таких терминов, как «экологически чистый», «витаминизированный», «радиационнобезопасный» имеют рекламный характер. Эти термины можно использовать только при указании нормативного документа, позволяющего осуществить контроль и идентификацию заявленных характеристик, а также при подтверждении этого органами, уполномоченными для проведения такого контроля.

Содержание общей информации обо всех товарах отражено в 'Законое «О защите прав потребителей». В соответствии со ст. 10 этого закона информация о товарах обязательно должна содержать следующее:

обозначения стандартов, обязательным требованиям которых должны соответствовать товары;

- ♦ сведения об основных потребительских свойствах товаров, а для продуктов питания — сведения о составе с указанием использованных в процессе их изготовления иных продуктов питания и пищевых добавок,

- ♦ о массе и об объеме,

- ♦ о калорийности продуктов питания,

- ♦ содержании в них вредных для здоровья веществ в сравнении с обязательными требованиями стандартов, а также противопоказания для применения при отдельных видах заболеваний.

- ♦ цену и условия приобретения товара;

- ♦ гарантийный срок, если он установлен;

- ♦ правила и условия эффективного и безопасного использования товаров;

- ♦ срок службы или срок годности товаров, а также сведения о действиях потребителя по истечении указанных сроков и возможных последствиях при невыполнении таких действий, если товары по истечении указанных сроков становятся непригодными для потребления и представляют опасность для потребителя;

- ♦ местонахождение (юридический адрес),

- ♦ фирменное наименование (наименование) продавца (изготовителя) и местонахождение организации, уполномоченной на принятие претензий от потребителей и производящей ремонт и техническое обслуживание товара;

- ♦ информацию об обязательном соответствии товара требованиям безопасности, которая представляется в виде маркировки товаров знаком соответствия;

- ♦ информацию о правилах продажи товаров.

Упакованные или фасованные продукты питания обязательно должны быть снабжены информацией о месте их изготовления. Следует отметить, что за не предоставление информации, а также представление недостоверной или недостаточно полной информации изготовитель (продавец) несет административную ответственность. Если недостаточная или отсутствующая информация повлекли за собой причинение вреда жизни или здоровью и имуществу потребителя, то изготовитель (продавец) подвергается уголовной ответственности.

Маркировка — текст, условные обозначения или рисунок, нанесенные на упаковку и (или) товар, а также другие вспомогательные средства, предназначенные для идентификации товара или/отдельных его свойств, доведения до потребителя информации об изготовителях (исполнителях), количественных и качественных характеристиках товара.

Основные функции маркировки — информационная; идентифицирующая; мотивационная; эмоциональная.

Информационная функция маркировки как одного из средств товарной информации является основной. Наибольший удельный вес приходится на основополагающую и потребительскую информацию, меньший — на коммерческую. При этом основополагающая информация на маркировке дублирует тот же вид информации в товаросопроводительных документах (ТСД). Несовпадение данных основополагающей информации может быть следствием фальсификации товаров.

**Информация о продовольственных товарах** должна содержать следующие сведения:

- ♦ наименование продукта;

- ♦ наименование, местонахождение (адрес) изготовителя, упаковщика, экспортера и импортера продукта,

- ♦ название страны и места происхождения;

- ♦ товарный знак изготовителя (при наличии),

- ♦ массу нетто, объем и количество продукции,

- ♦ состав продукта,

- ◆ пищевую ценность,
- ◆ условия хранения, сроки годности, хранения и реализации;
- ◆ обозначение нормативного или технического документа;
- ◆ информацию о сертификации пищевых продуктов.

Кроме того, информация о продовольственных товарах может быть дополнена следующими сведениями:

- ◆ способ и рекомендации по приготовлению (для продуктов детского питания, мясных консервов, консервов из птицы, полуфабрикатов, молочных продуктов, кондитерских изделий);
- ◆ ветеринарное клеймо и (или) ветеринарные штампы (для мяса в тушах, полутушах и четвертинках);
- ◆ товароведческое клеймо (категория упитанности) (для мяса в тушах, полутушах и четвертинках, неупакованное мясо птицы в тушках);
- ◆ термическое состояние (фасованное мясо, полуфабрикаты, колбасы, мясо птицы в тушках — охлажденные, замороженные);
- ◆ категория, сорт (при наличии) (для мясных продуктов, колбасных и кулинарных изделий из мяса птицы, пищевых яиц, молока и молочных продуктов, зерномучных продуктов);
- ◆ вид упаковки (мясные и рыбные продукты, чай, кофе, вкусовые вещества — упаковано под вакуумом);
- ◆ рекомендации по применению (консервы из мяса, птицы, продукты диетического питания);
- ◆ способ обработки (мясо птицы в тушках — потрошенные, полупотрошенные)
- ◆ консерванты и другие пищевые добавки (мясо птицы в тушках, полуфабрикаты из мяса птицы, яичные продукты, молочные продукты, макаронные изделия);
- ◆ указание на особые виды обработки (для свежих плодоовощных продуктов, продуктов переработки плодов и овощей, в том числе консервов);
- ◆ специфические сведения.

Наименование должно конкретно и достоверно характеризовать продукт, что позволит отличить его от других, соответствовать нормам русского языка, может включать название группы, подгруппы, вида продукта, приведенных в любой последовательности. В наименовании возможно указание отличительных особенностей продукта, например концентрированный, восстановленный, сублимированный, пастеризованный, охлажденный и др.

Пищевые продукты, которые не являются традиционными для России (джин, виски, лечо и др.) и поступают по импорту, должны иметь наименования, соответствующие международным, региональным и национальным нормативным документам. Информация об этом должна содержаться в контрактах. Такие товары могут быть отнесены изготовителем к определенной группе пищевых продуктов, и это должно быть отражено в соответствующей информации.

**Не допускается:** в наименованиях аналогов пищевых продуктов указывать, что они являются продуктами типа другого известного продукта (например, вино типа Ркацители, минеральная вода типа Боржоми и т.п.); давать пищевым продуктам наименования, вводящие потребителей в заблуждение относительно природы пищевого продукта. Например, не допускается промышленно вырабатываемым аналогам натуральных пищевых продуктов давать наименования, близкие к натуральным продуктам (белковой икре название «Икра зернистая черная», палочкам, вырабатываемым из рыбы и другого сырья название «Крабовые палочки»); использовать термины «приближенное к женскому молоку», «адаптированное» в названии молочных продуктов, предназначенных для питания детей первого года жизни.

В информации должен быть указан изготовитель. Если изготовитель продукции не является одновременно упаковщиком, экспортером или импортером, то следует дополнительно указать их наименование и местонахождение. Наименование изготовителя и экспортера может быть написано буквами латинского алфавита.

Наименование места происхождения указывается в том случае, если особые свойства продукта определяются характерными природными условиями географического объекта (страны, населенного пункта, местности и др.) и (или) людскими факторами.

Если название географического объекта не вошло во всеобщее употребление на территории России, то оно не признается наименованием места происхождения продукта.

Если продукт (сырье, полуфабрикат), изготовленный в одной стране, проходит в другой стране технологическую обработку, которая изменяет его свойства или превращает в готовое изделие, то другая страна рассматривается как страна происхождения.

Масса нетто и объем продукта должны быть указаны в единицах СИ. Для продуктов, в которых основной компонент находится в жидкой среде (в сиропе, в рассоле, во фруктовом или овощном соке, в бульоне и др.), кроме общей массы нетто должна быть указана масса основного продукта.

Слово «Состав» должно предшествовать перечню ингредиентов, которые указываются в порядке уменьшения массовой доли в рецептуре продукта. К ингредиентам относятся не только вещества растительного, животного или минерального происхождения, но также природные или синтезированные пищевые добавки, используемые при подготовке или производстве пищевого продукта и присутствующие в готовом продукте в исходном или измененном виде.

Вода, входящая в рецептуру продукта, должна указываться в списке ингредиентов, за исключением тех случаев, когда она является составной частью этих ингредиентов. Летучие компоненты продукта, испаряющиеся в процессе его изготовления, в списке

ингредиентов не указывают.

Пищевые добавки придают продуктам питания вкус, аромат, однородную консистенцию, увеличивают сроки хранения и годности. При указании пищевых добавок применяют их групповое наименование и индекс согласно Международной цифровой системе (INS) или Европейской цифровой системе (E).

Правительством РФ утвержден перечень пищевых продуктов, которые должны содержать информацию о противопоказаниях для применения при отдельных видах заболеваний. В перечень включены:

- биологически активные пищевые добавки к пище, обладающие тонизирующим, гормоноподобным и влияющим на рост тканей организма человека действием;
- пищевые продукты, содержащие эти добавки;

- пищевые продукты нетрадиционного состава с включением не свойственных им компонентов белковой природы.

Информацию о противопоказаниях для применения при отдельных видах заболеваний располагают на этикетке, контрэтикетке, ярлыке, листе-вкладыше, прилагаемом к каждой единице упаковки, или маркировкой.

Перечень медицинских противопоказаний к применению отдельных видов пищевых продуктов и добавок определен Минздравом РФ. Любая информация о специальных питательных свойствах, лечебном или профилактическом назначении продукта, наличии в нем биологически активных веществ, отсутствии вредных веществ или других особых его характеристиках может быть нанесена на этикетку только с разрешения компетентных органов Минздрава РФ или при соответствии продукта нормативному документу Минздрава РФ, регулиющему решение данных вопросов.

Пищевую ценность указывают как массу углеводов, белков, жиров и других компонентов в 100 г или 100 мл съедобной части продукта. Энергетическую ценность продукта определяют в расчете на 100 г или 100 мл продукта и указывают в килоджоулях (килокалориях).

Условия хранения указывают для продуктов, имеющих ограниченные сроки годности (хранения, реализации) и (или) требующих специальных условий хранения (пониженной температуры, определенной влажности воздуха, светового режима и др.). Для продуктов (например, детского питания), качество которых изменяется после вскрытия герметичной упаковки, защищающей продукт от порчи, рекомендуется указывать условия хранения после вскрытия упаковки.

Срок годности пищевых продуктов исчисляется с даты изготовления. Срок годности может быть указан следующим образом: «Годен в течение ... (часов, дней, месяцев или лет)», «Годен до ... (дата)», «Использовать до ... (дата)». Дату окончания срока годности указывают так: час, день и месяц — для скоропортящихся продуктов; день и месяц — если срок годности продукта не превышает 3 мес; месяц и год — если срок годности продукта превышает 3 мес.

Правительством РФ утвержден перечень пищевых продуктов, на которые установлен срок годности. По истечении срока годности пищевой продукт считается непригодным для использования по назначению. Срок годности устанавливает изготовитель пищевых продуктов с указанием условий хранения. В течение срока годности изготовитель гарантирует соответствие продукта требованиям безопасности для жизни и здоровья потребителей.

Не являются обязательными требования об указании срока годности для свежих овощей и картофеля (за исключением мытых, герметично упакованных или полуфабрикатов из них), хлебобулочных изделий (кроме бараночных, сухарных изделий, хлебных палочек, пирогов, пирожков и пончиков), алкогольных напитков, кофе, пряностей, уксуса, живой и мороженой рыбы и нерыбных объектов промысла, а также мороженого.

Срок годности нарезанных и фасованных пищевых продуктов устанавливает упаковщик.

Срок хранения — это период, в течение которого пищевой продукт сохраняет свои свойства при условии правильного соблюдения режимов хранения. Срок хранения исчисляют от даты изготовления и указывают на упаковке или потребительской таре продукта питания следующим образом: «Срок хранения до ... (дата)», «Срок хранения в течение ... (дней, месяцев или лет)». По истечении срока хранения пищевой продукт пригоден для потребления, однако его потребительские свойства могут быть снижены.

Срок реализации определяется датой, до которой пищевой продукт может предлагаться потребителю для использования по назначению и до которой он не теряет своих потребительских свойств. Срок реализации устанавливают на пищевые продукты с учетом некоторого разумного периода хранения продуктов в домашних условиях. Срок реализации исчисляют от даты изготовления и указывают на упаковке следующим образом: «Реализовать до ... (дата)» или «Реализовать в течение ... (часов, дней, месяцев или лет)».

Если срок годности указывают словами «Годен в течение... (часов, дней, месяцев или лет)», срок хранения словами — «Срок хранения в течение ... (часов, дней, месяцев или лет)», срок реализации словами — «Реализовать в течение ... (часов, дней, месяцев или лет)», то на потребительскую тару обязательно наносят дату изготовления пищевого продукта. Дату изготовления наносят в виде двухзначных чисел, обозначающих число, месяц и год (например, 22.06.13), отметок против чисел на кромках этикетки или дают ссылку, где она указана.

Для отечественных пищевых продуктов обозначение нормативного или технического документа обязательно.

Информацию о сертификации серийно изготавливаемых пищевых продуктов наносит изготовитель в виде знака



соответствия по ГОСТ Р 50460 для пищевых продуктов, подлежащих обязательной сертификации, в виде знака соответствия для добровольно сертифицируемых пищевых продуктов, на основании лицензии, выданной органом по



сертификации в установленном порядке, в виде знака соответствия техническому регламенту



в настоящее время установлено обозначение - единым знаком обращения **Eurasian Conformity**, который свидетельствует, что продукция маркированная им прошла все установленные в технических регламентах Таможенного Союза процедуры оценки (подтверждения) соответствия, и также соответствуют требованиям всех распространяющихся на данную продукцию технических регламентов Таможенного Союза.

Отсутствие знака соответствия указывает на то, что серийно изготавливаемый продукт не сертифицирован у изготовителя. В этом случае информация о сертификации пищевых продуктов должна быть представлена с каждой партией продукта в виде сертификата, выданного в установленном порядке на конкретное наименование продукта.

Информация может содержать специфические сведения. Например, продукция винодельческой промышленности должна содержать информацию о дате розлива или оформления (для шампанского, полученного бутылочным способом), годе урожая (для марочных и коллекционных вин), среднем возрасте коньячных спиртов (для коньяков специальных наименований и марочных коньяков), содержании красителей, ароматизаторов, подсластителей.

Рыбные и морские продукты должны содержать сведения о принадлежности к району промысла, виде разделки (обезглавленные, потрошенные, пластом, ломтиками и др.), степени солености (малосоленые, слабосоленые, среднесоленые, крепосоленые).

Информация о пиве дополняется сведениями об экстрактивности начального сусла, минимальном значении объемной доли этилового спирта.

В информации о природных минеральных водах должны содержаться данные о типе и группе воды, номере скважины, названии источника, назначении воды (столовая, лечебная, лечебно-столовая), минерализации и др. Искусственно минерализованная вода должна иметь соответствующую запись на этикетке.

Водка, ликеро-водочные изделия и спирт дополнительно должны сопровождаться информацией о крепости (объемная доля этанола в процентах), массовой концентрации сахара (если сахар предусмотрен рецептурой), надписью «Выдержанный» (для выдержанных ликеров).

Информация о меде должна сопровождаться указанием подлинности (натуральный или искусственный), ботанического происхождения продукта (липовый, гречишный и др.), годом сбора.

Информация о табачных изделиях должна также содержать сведения о наличии фильтрующего мундштука (фильтра), надпись «с ментолом» (для изделия, обработанного ментолом), надпись, предупреждающую о вреде курения.

Если пищевые продукты прошли специальные способы обработки (например, ионизирующее облучение сырья, полуфабрикатов или самого продукта), то информация о такой обработке должна располагаться на этикетке в непосредственной близости от наименования продукта, а в случае использования облученного основного ингредиента — рядом с его наименованием в списке ингредиентов.

Информация о консервированной продукции наносится на этикетку и на крышки банок. На крышках банок информация располагается в два или три ряда. Для банок из алюминиевой фольги маркировка наносится только на дно, при этом в первом ряду располагают дату изготовления.

На этикетке указываются наименование и местонахождение изготовителя, упаковщика, экспортера, товарный знак изготовителя (при наличии), название страны и места происхождения, наименование консервов, их сорт и массу нетто, нормативный или технический документ, пищевую и энергетическую ценность консервов, сроки и условия хранения, рекомендации по приготовлению. Для продукции, изготовленной в России, указывают: номер смены (бригады) — одна-две цифры; ассортиментный номер — одна-три цифры; индекс отрасли, к которой относится предприятие-изготовитель, — одна-две буквы (А — мясная промышленность; КП — пищевая промышленность; К — плодоовощное хозяйство; ЦС — потребкооперация; МС — сельскохозяйственное производство; ЛХ — лесное хозяйство; М — молочная промышленность; Р — рыбная промышленность); номер предприятия-изготовителя.

На крышки банок наносят знаки условных обозначений в следующем порядке: число изготовления — первые две цифры; месяц изготовления — вторые две цифры; год изготовления — последние две цифры.

Число рядов и содержание отдельных цифровых комбинаций зависят от вида консервов и диаметра банки.

На дне и крышке консервов и пресервов из рыбы и морепродуктов должна указываться дата изготовления (для всех продуктов), а для продуктов, изготовленных в РФ, знаки условных обозначений наносят в три ряда на площади, ограниченной первым бомбажным кольцом:

в первом ряду — дата изготовления продукта (число, месяц, год) — число — две цифры (до цифры 9 включительно впереди ставят ноль), месяц — две цифры (до цифры 9 включительно впереди ставят ноль), год — две последние цифры;

во втором ряду — ассортиментный знак — от одного до трех знаков (цифры или буквы), кроме буквы «Р»; номер предприятия-изготовителя — от одного до трех знаков (цифры и буквы);

в третьем ряду — номер смены — одна цифра, индекс рыбной промышленности — буква «Р».

Например, рыбные консервы с ассортиментным знаком 137 выработаны предприятием-изготовителем номер 157 в первую смену 5 октября 2013 г.:

051013

137157

1Р.

На крышки литографированных банок наносят только реквизиты, отсутствующие на литографии, а дату изготовления указывают в первом ряду.

Задание № 2 Определите наличие информационных знаков на предложенных образцах товаров.

Задание № 3 Проведите информационную идентификацию предложенных образцов, результаты запишите в тетради.

#### **Практическая работа № 14. Тема: Распознавание литографических знаков на упаковке.**

Внимательно прочитать задание.

Цель работы: Закрепление теоретических знаний и приобретение практических навыков по распознаванию литографических знаков на упаковке. Развивать компетенции:

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

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

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

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

Формировать компетенции:

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

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

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

ПК 2.2. Осуществлять подготовку товаров к продаже, размещение и выкладку.

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

ПК 3.3. Проверять качество и количество продаваемых товаров, качество упаковки, наличие маркировки, правильность цен на товары и услуги.

**КМО:** Учебник: С.А.Каплина «Организация и технология розничной торговли» стр.199- 201; задания для практических работ. О защите прав потребителей: Федер. закон от 09.01.1996г. № 2-ФЗ с изменениями и дополнениями от 17.12.1999г. № 212-ФЗ, от 30.12.2001г. № 196-ФЗ, от 22.08.2004г. № 122-ФЗ, от 21.12.2004г. № 171-ФЗ., О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров: Федер. закон от 23 сентября 1992 года № 3520-ФЗ., Об информации, информатизации и защите информации: Федер. закон от 20 февраля 1995 года № 24-ФЗ., О техническом регулировании: Федер. закон от 27 декабря 2002 года № 184-ФЗ., Правила продажи отдельных видов товаров (Постановление Правительства РФ от 19.01.98 № 55 с изменениями и дополнениями)., СанПиН 2.3.2.1324-03 Гигиенические требования к срокам годности и условиям хранения пищевых продуктов., СанПиН 4.2727-99 Условия и сроки хранения особо скоропортящихся продуктов. Интернет-ресурсы.

#### Указания к работе.

Задание № 1 Изучите теоретический материал по характеристике символов, наносимых на маркировку и потребительскую тару.

#### Полезная информация

- Товарные знаки
- Знаки соответствия обязательным требованиям
- Стандарты качества и безопасности
- Состав продукта
- Сроки годности
- Правила пользования товаром
- Знаки на этикетках
- Манипуляционные знаки
- Предупредительные знаки
- Экологические знаки
- Производственная маркировка
- Штриховые коды товаров
- Торговая маркировка
- Символы, рассказывающие об услугах

#### Полезная информация

Самым доступным источником информации для потребителя является сам товар, а точнее его упаковка. Конечно, на упаковке, какой бы по размеру она ни была, всей информации не напишешь. На помощь приходят пиктограммы - различные информационные знаки и символы о товаре, его свойствах, способах ухода и другие, которые делятся на товарные знаки, знаки соответствия, манипуляционные знаки, экологические знаки, знаки безопасности и пр.

На продуктах питания, лекарствах и парфюмерно-косметических товарах обязательно должны быть указаны состав и противопоказания к применению, а также сроки годности.

#### Товарные знаки

Товарные знаки — это обозначения (словесные, изобразительные, объемные, а также их комбинации), позволяющие отличить товары одних изготовителей от однородных товаров других изготовителей.

Товарные знаки помогают различать товары и услуги разных производителей.

Право на товарный знак охраняется законом. Обладателем исключительного права на товарный знак (правообладателем) может быть юридическое лицо или физическое лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность. Правообладатель вправе использовать товарный знак и запрещать другим лицам использовать товарный знак. Товары,



этикетки, упаковки товаров, на которых незаконно нанесен товарный знак или сходное с ним до степени смешения обозначение, являются контрафактными.

Товарный знак регистрируется Агентством по патентам и товарным знакам, где осуществляется проверка их охраноспособности и новизны. На зарегистрированный товарный знак выдается документ — свидетельство. Регистрация товарного знака действует в течение 10 лет, считая со дня поступления заявки в Агентство. Срок действия регистрации может быть продлен на 10 лет. Право на использование товарного знака охраняется Законом РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения». В качестве товарных знаков могут быть зарегистрированы словесные, изобразительные, объемные и другие обозначения или их комбинации в любом цвете или цветовом сочетании.

Словесные товарные знаки являются самыми распространенными, к ним можно отнести буквы, слова, предложения и проч., например названия компаний Panasonic, Microsoft, Apple, Coca-Cola, Facebook. Обычно данный вид знаков называют логотипами. В качестве логотипов могут использоваться уже существующие слова («Любимый сад») или придуманные («Макфа»). К словесным знакам можно отнести лозунги компаний или их слоганы. Например, у компании Nokia вместе с названием размещен лозунг Connecting People и др.

Изобразительные товарные знаки представляют собой изображения различных геометрических фигур, линий, предметов, животных, людей, географических, природных объектов и др. Как правило, данный вид знаков называют эмблемами.



Объемные товарные знаки — оригинальные упаковки или сам товар, позволяющий определить его изготовителя. Такие товарные знаки обычно используют парфюмерно- косметические компании, а также производители алкогольной продукции.

Звуковые товарные знаки - фрагмент музыкального произведения или короткий оригинальный звук, звук природы, быта, промышленных предприятий и проч. Примерами звуковых товарных знаков являются мелодии мобильных телефонов, позывные радиостанций (например, «Европа плюс», «Русское радио»), радиопрограмм («Бригада У»), мелодии и заставки популярных телепередач (например, «Поле чудес», «Большая разница», «Спокойной ночи, малыши!»), аудиологотипы «Макдоналдс».

Фирменные товарные знаки предназначены для идентификации непосредственно предприятий-изготовителей. Они могут быть обыкновенными, которые разрабатываются дизайнерами по поручению изготовителей, и престижными, которые присваиваются предприятиям за участие в выставках, ярмарках и т.п.



- а. ОАО «Московский комбинат хлебопродуктов»
- б. ОАО «Московский межреспубликанский винодельческий завод»
- в. ОАО «Донской табак»

Торговая марка - знак или имя, присущие конкретному товару с определенными потребительскими свойствами, позволяющие отличить данный товар от других. Как правило, известная компания, имеющая свой логотип, производит несколько групп товаров с разными торговыми марками. Например, компания «Юнилевер» выпускает огромное количество разных товаров под известными торговыми марками.



При регистрации товарного знака в международном реестре рядом с ним ставятся знаки — буквы R, С, ТМ в кружке.

Знаки соответствия обязательным требованиям

Знаки соответствия бывают национальными, международными, отраслевыми, специальными.

Во многих странах требования безопасности совпадают. Россия не является исключением: наша страна приняла многие международные нормы безопасности на сложную бытовую технику.

На большинстве сложных бытовых приборов можно увидеть несколько символов, но чаще всего рядом со знаками, которые выдают зарубежные сертификационные организации, соседствуют и российские. Так производитель показывает,

что данный прибор прошел проверку на безопасность не только за рубежом, но и в России, т. е. он соответствует российским стандартам безопасности.

Использование знаков соответствия в России регулируется Федеральным агентством по техническому регулированию и метрологии. (ранее оно называлось Госстандарт).

Наносятся на товар и (или) упаковку для подтверждения соответствия качества товара требованиям нормативных или технических документов. Знаки соответствия классифицируются на международные, региональные и национальные. Примеры региональных знаков соответствия:



знак соответствия директиве Европейского сообщества, а также то, что продукт прошел процедуру оценки соответствия этим директивам. Указывает на то, что изделие не является вредным для здоровья его потребителей, а также для окружающей среды. Однако следует учитывать, что этот знак не является символом качества продукции. Независимо от страны происхождения все товары, продающиеся в странах Европейского сообщества, а также в Норвегии, Лихтенштейне и Исландии, и к которым относятся так называемые «Директивы нового подхода», обязательно должны быть маркированы этим знаком. Знак маркировки должен быть высотой не менее 5 мм. Производитель может выбрать цвет и метод нанесения знака маркировки (этикетка, гравировка и т. п.). Единственное обязательное требование — это чтобы знак был хорошо и отчетливо виден и нестираем;



знак соответствия государственным стандартам России. Означает, что данная продукция прошла испытания в России на соответствие требованиям безопасности. Обычно под этим знаком ставится буквенно-цифровое обозначение, указывающее, в каком сертификационном органе выдано заключение на товар. Данные организации наравне с производителями несут ответственность за подтверждение безопасности;



знак соответствия стандартам Японии;



знак соответствия стандартам Франции.

#### Стандарты качества и безопасности

Знаки безопасности, если они нанесены на товар, гарантируют от многих неприятностей, но никак не свидетельствуют о качестве товара. Маркировка – специальные значки, которые ставятся организацией, отвечающей за безопасность. Этот знак должен стоять на самом приборе, а не на его упаковке или его какой-либо части.

Во многих странах Европы и в Канаде требования безопасности совпадают с российскими. В России есть и свой знак безопасности.

Если на товаре стоит «МЕ10» (знак организации «ТЕСТ БЭТ», отвечающей за проверку отечественных товаров за безопасность), это означает, что данный прибор соответствует требованиям безопасности.

#### Состав продукта

Состав продукта указывается на этикетке. По закону вся информация о составе продукта должна быть предоставлена на русском языке. Составляющие вещества продукта указываются в порядке убывания в содержании.

Нередко в составе можно увидеть индексы E103, E210, E311 и т.д. Таким образом обозначают пищевые добавки. Существуют несколько тысяч пищевых добавок, но не все они применяются одинаково широко. В России сейчас разрешено использование около 250 видов пищевых добавок. Но есть и те, использовать которые запрещено в России:

- красители E128 – способствует развитие рака, E102, E110, E122, E124, E129 – вызывают психоактивность E121, E123;
- консерванты E211 – вызывает психоактивность, E216, E217 – способствуют развитию рака, E 240.

#### Сроки годности

По закону производитель обязан предоставлять потребителю информацию на русском языке. Тем не менее в продаже довольно часто встречаются товары, где вся информация написана на иностранном языке. Конечно, не зная языка, невозможно прочитать инструкцию, но нужно хотя бы запомнить, как выглядят на разных языках надписи, предупреждающие о сроках годности товара. Ведь от этой информации напрямую зависит ваше здоровье.



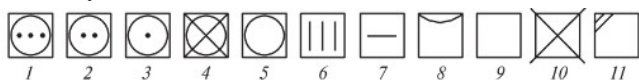
Обозначение «годен до», или «useby» (англ.), ставят на продуктах с коротким сроком хранения. Если на этикетке указано «желательно употребить до», или «bestbefore» (англ.), то продукты имеют длительный срок хранения. Многие из них можно употреблять в течение еще двух месяцев после указанной даты.

### Правила пользования товаром

Эта группа знаков встречается на непродовольственных товарах в основном на одежде. На каждой вещи, будь то блузка, пальто или шапка, всегда есть символы, содержащие информацию о правилах ухода, эксплуатации, которая позволяет сохранить их качество и обеспечить использование по назначению, подсказывают, можно ли стирать данную вещь, как правильно ее сушить или гладить. Как правило, эти знаки ставятся на бирки (ярлыки), контрольные ленты одежды. Эта информация чрезвычайно полезна, но запомнить, что обозначает каждый символ, довольно сложно.

### Знаки на этикетках

#### Знаки сушки



1. Сушить при высокой температуре.
2. Сушить при средней температуре (нормальная сушка).
3. Сушить при низкой температуре (щадящая сушка).
4. Нельзя выжимать и сушить в стиральной машине.
5. Можно отжимать и сушить в стиральной машине.
6. Сушить без отжима.
7. Сушить на горизонтальной поверхности.
8. Можно сушить вертикально в подвешенном состоянии.
9. Можно сушить.
10. Не сушить.
11. Сушить в тени.

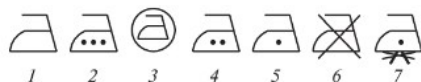
#### Знаки стирки



1. Можно стирать.
2. Стирка запрещена.
3. Пользоваться стиральной машиной нельзя.
4. Щадящая стирка.
5. Щадящая стирка при температуре 30 °C.
6. Деликатная стирка.
7. Ручная стирка.
8. Стирка с кипячением.
9. Стирка цветного белья (до 50 °C).

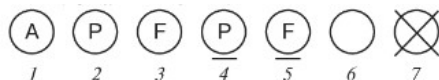
10. Стирка цветного белья (до 60 °C).
11. Стирка цветного белья (до 40 °C).
12. Стирка в теплой воде (до 30 °C).
13. Не отжимать, не выкручивать.

#### Знаки глажки



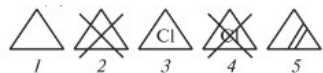
1. Утюжка разрешена.
2. Гладить горячим утюгом до 200 °C (хлопок, лен).
3. Гладить при температуре утюга не выше 140 °C.
4. Гладить при температуре утюга до 130 °C (шерсть, шелк, вискоза, полиэфир, полиэстер).
5. Гладить слегка нагретым утюгом при температуре до 120 °C (нейлон, капрон, вискоза, полиакрил, полиамид, ацетат).
6. Не утюжить.
7. Не отпаривать.

#### Знаки чистки



1. Химчистка всеми растворителями.
2. Химчистка с использованием углеводорода, хлорного этилена, монофторгри- хлорметана (чистка на основе перхлорэтилена).
3. Чистка с использованием углеводорода и трифтортрихлорметана (только фреонами или уайт-спиритом).
4. Щадящая чистка с использованием углеводорода, хлорного этилена, монофлотрихлорметана.
5. Щадящая чистка с использованием углеводорода и три-флотрихлорметана.
6. Сухая чистка.
7. Сухая чистка запрещена.

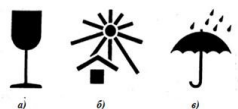
#### Знаки отбеливания



1. Можно отбеливать.
2. Нельзя отбеливать. При стирке не использовать средства, содержащие отбеливатели (хлор).
3. Можно отбеливать с применением хлора (использовать только холодную воду, следить за полным растворением порошка).
4. Можно отбеливать, но без хлора.
5. Отбеливать без хлора.

## Манипуляционные знаки

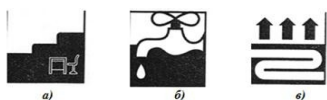
Наносят в основном на транспортную тару или упаковку. Эти знаки дают указания по выполнению погрузочно-разгрузочных работ.



- a. Хрупкое. Осторожно!
- b. Беречь от нагрева;
- c. Беречь от влаги

Некоторые особенности эксплуатации или потребления товаров также могут маркироваться с помощью соответствующих знаков. Такая маркировка может указывать на способы обращения с товаром и с упаковкой, на способы ухода за товарами, способы его хранения и использования.

## Символы назначения ковровых покрытий:



- a. для покрытия лестниц и служебных помещений;
- b. для влажных помещений (ванна);
- c. для подогреваемых полов.

## Предупредительные знаки

Наносятся на ярлыки, упаковку или транспортную тару тех товаров, которые способны причинить вред человеку. Они уведомляют потребителя об опасности при эксплуатации (потреблении), транспортировании и хранении товара. Наиболее распространены системы маркировки, используемые при транспортировке опасных веществ и материалов и основанные на рекомендациях ООН. Материалы, содержащие некоторые опасные вещества (свинец, кадмий, хлор и др.), должны маркироваться дополнительными данными. Например, для материалов, содержащих кадмий или его сплавы, надо дать следующее предостережение: "Осторожно! Содержит кадмий. При использовании образуются опасные пары. Использовать с соблюдением требований безопасности".

## Экологические знаки

Экологические знаки информируют потребителя о различных показателях экологических свойств реализуемых товаров, что нередко служит основным критерием их выбора.



Знак «Голубой ангел». Впервые появился в Германии в 1978 году. Сегодня таким знаком отмечено более 500 изделий, выпускаемых в Германии. Продукция с таким знаком соответствует установленным требованиям, выполнение которых гарантирует экологическую безопасность. Например, автомобиль, имеющий такой знак, оборудован надежной системой очистки выхлопных газов.



Товары со знаком «Зеленая точка» часто встречаются на российском рынке. Этот знак говорит о том, что производство данного продукта экологически чистое, а отходы подлежат вторичной обработке.



Знак «Ресайклинг» встречается на упаковке изделий, изготовленных в США, Великобритании и Скандинавских странах. Им обозначают предметы, поддающиеся переработке и те, которые изготовлены из вторичного сырья: тазы, банки, бутылки из полимеров.



Знак «Treibmittel» можно увидеть на экологически чистых приборах, которые не содержат фреона, разрушающего озоновый слой атмосферы. Надпись «ozonfriendly» можно увидеть на различных аэрозолях, которые также не содержат газа фреона и не разрушают озоновый слой атмосферы.



Знак кролика на продуктах потребления означает, что продукт не был опробован на животных.



Знак российского стандарта экологической безопасности и соответствия российским стандартам.



Экомаркировка Европейского Союза;



«Белый лебедь» (Скандинавские страны);



Экомаркировка Японии.

## Производственная маркировка

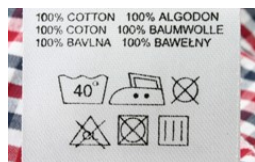
Производственная маркировка наносится предприятием — изготовителем товаров и регламентируется в первую очередь Законом РФ «О защите прав потребителей» и действующими техническими регламентами на продукцию. Носители производственной маркировки — этикетки, кольеретки, вкладыши, ярлыки, бирки, контрольные ленты, клейма, штампы.

Этикетка — основной носитель информации о торговле, на которой указываются все сведения, необходимые для субъектов рыночных отношений. Этикетки печатаются типографским способом и приклеиваются на товар или упаковку, наносятся литографическим способом на банки консервов, наносятся с помощью лазера на этикетку или сам товар (дата изготовления и срок годности товара).

Кольеретка — специальный вид этикетки, наносимый на горлышко бутылки алкогольной и безалкогольной продукции. Они не содержат большого объема информации, а иногда на них наносят лишь фирменный знак или наименование товара. Основная функция кольеретки — создание эстетического образа.

Вкладыши — разновидность этикетки, которая содержит основные сведения о товаре и вкладывается в упаковку товара, когда поместить всю необходимую информацию на коробке не представляется возможным. Иногда помимо информативной части содержит рекламу. Чаще всего вкладыши можно увидеть в упаковках парфюмерно-косметических товаров, кондитерских товаров и лекарственных средств.

Бирки — носители маркировки, которые могут пришиваться, приклеиваться, подвешиваться на товар. На бирках в основном указывают фирменное наименование или товарный знак.



Ярлыки точно так же, как и бирки, прикладываются, приклеиваются, пришиваются или подвешиваются на товар, но в отличие от бирок содержат больше информации, например сорт, марку, размер, дату выпуска и др.

Контрольные ленты имеют небольшой размер, содержат в основном символическую информацию, дополняющую информацию на этикетках, ярлыках и бирках, а также используются в случае потери основной информации. Чаще всего размещаются на одежде и обуви.

Клейма и штампы — обозначения установленной формы, наносимые на товары, а также на упаковку и этикетки. В зависимости от того, где они нанесены, их делят на производственные и торговые, а в зависимости от своего назначения — на ветеринарные, карантинные, товароведные.

Примерами клейм и штампов служат ветеринарное клеймение туш убойных животных, вдавливание даты изготовления в сыры, штампование фирменной упаковки для предотвращения фальсификации товаров.

Кроме маркировки, носителями товарной информации выступают технические документы, которые в зависимости от назначения подразделяют на товарно-сопроводительные (товарно-сопроводительные накладные, счет-фактуры, качественные удостоверения, сертификаты соответствия и др.) и эксплуатационные (паспорта, руководства по эксплуатации и др.) документы.

## Штриховые коды товаров



4 600376 211206  
— Контрольная цифра  
— Код товара  
— Код изготовителя  
— Код страны

При покупке разных товаров немаловажно знать, в какой стране произведен тот или иной товар. По российскому законодательству на упаковке должна быть указана страна-изготовитель. Но еще можно прочитать страну-изготовителя

в штриховом коде. Наличие штрихового кода является обязательным при проведении внешнеторговых операций, при сертификации импортных товаров. Штриховой код представляет собой комбинацию темных (штрихов) и светлых (пробелов) полос различной толщины, а также букв и/или цифр. Штриховое кодирование призвано обеспечить быстрый и максимально корректный ввод больших объемов информации.

Существует несколько систем штрихового кодирования. На сегодняшний день наибольшее распространение получили две из них – американская система (UPC) и европейская система кодирования – (EAN). Штрих-код по системе EAN – из 13. Товары небольших размеров могут иметь штрих-код из 8 цифр.

Для маркировки большинства потребительских товаров используются номера стандарта EAN-13, состоящего из 13 знаков (13 цифр под штрихами и пробелами) и имеющего следующую структуру:

- первые 2 (3) знака — код страны, где находится организация, зарегистрировавшая изготовителя, его товар и присвоившая им порядковые номера;
- следующие 5 (4) знаков — номер, присваиваемый изготовителю или иной организации, реализующей товар. Данные об этих номерах содержатся в базах данных национальных организаций товарной нумерации. При этом следует иметь в виду, что единой международной базы в настоящий момент не существует, а сведения некоторых национальных организаций можно запросить путем обращения в соответствующую организацию. В России код предприятия можно найти по Общероссийскому классификатору предприятий и организаций (ОКПО);
- далее 5 знаков — код товара, присваиваемый предприятием, с учетом его потребительских свойств товара, упаковки, массы и т. п. Предприятие может, по своему усмотрению, использовать номера товара для внутренней классификации продукции. Классификация не является обязательной, ее правила устанавливает само предприятие, без согласования с национальными организациями.
- 13-й знак (последний) — контрольное число. Служит для проверки правильности присвоения номера и считывания символа.

Короткий номер EAN-8 предназначен для нумерации малогабаритных товаров, на которых трудно или невозможно разместить стандартный номер EAN-13. EAN-8 имеет следующую структуру:

- первые 2 (3) знака — префикс, обозначающий код страны;
- следующие 5 (4) знаков — номер товара, присваиваемый непосредственно национальной организацией товарной нумерации, он не соотносится со стандартными номерами EAN-13, используемыми данным предприятием;
- 8-й знак (последний) — контрольное число.

Допустимы различные способы нанесения штриховых кодов, они могут наноситься на упаковку или этикетки изделия типографским способом в процессе их изготовления (например, сигаретные пачки, этикетки на бутылках), или могут быть напечатаны на этикетках с клеящейся основой. Расположение штрихового кода на изделии должно обеспечивать возможность его беспрепятственного считывания.

Код страны присваивается Международной ассоциацией EAN. Обращаем внимание потребителей на то, что код страны никогда не состоит из одной цифры. Иногда цифры штрихового кода могут соответствовать коду одной страны, а родиной происхождения товара будет совершенно другая. Причин такого несоответствия может быть несколько. Либо предприятие зарегистрировано и получило код не в своей стране, либо товар был изготовлен на дочернем предприятии, либо был сделан по лицензии предприятия другого государства.

#### Торговая маркировка

Торговая маркировка наносится поставщиком или продавцом товаров (услуг).

Носителями торговой маркировки также являются товарные и кассовые чеки, а также ценники. Торговая маркировка в отличие от производственной несет в большей степени информацию о продавце, а наносится, как правило, не на товар, а на носители. Информация, которая должна содержаться на этих носителях, регулируется Постановлением Правительства РФ «Правила продажи отдельных видов товаров».

Кассовый чек — документ, подтверждающий совершение договора купли-продажи. Это фискальный документ, имеющий отношение к уплате налогов, должен содержать следующие реквизиты: наименование предприятия-продавца; номер контрольно-кассовой машины; дату продажи; стоимость покупки.

Товарный чек выдается вместе с кассовым чеком при продаже непродовольственных товаров. При продаже продовольственных товаров может выдаваться вместе с кассовым чеком для детализации купленных товаров в отчетных

документах, а при отсутствии контрольно-кассовых машин — в качестве подтверждения совершения купли-продажи. Должен содержать следующие реквизиты: наименование предприятия-продавца; наименование товара; размерные характеристики; цену; дату реализации.

Ценник — документ, который служит для доведения краткой информации о товаре и его цене до потребителя и является основанием для совершения сделки купли-продажи, поэтому в магазинах размещается строго под продаваемым товаром. Должен содержать следующую информацию: наименование предприятия-продавца; наименование товара; наименование предприятия-изготовителя; сорт; марку; срок годности; цену за единицу.

На обороте ценника продавец ставит дату заполнения, подпись заполнившего лица, а также печать организации. К сожалению, большинство ценников в розничной торговой сети не соответствует предъявляемым к ним требованиям.

Символы, рассказывающие об услугах

Символы применяются не только для обозначения характеристик товара. Исполнители услуг тоже научились разговаривать с потребителями языком особых знаков.

На дверях магазинов и офисов наклеены изображения пластиковых карт, чтобы потребитель заранее знал, какой банковской картой он сможет здесь расплатиться. Не так давно рядом с пластиковыми картами появились значки с цифрой 18 и перечеркнутой сигаретой. Этот знак означает, что в данном магазине не продают табачные изделия лицам младше 18 лет. Такой запрет вообще-то установлен законодательством, но мы с вами знаем, что даже самая жесткая норма закона не будет выполняться, если она не находит поддержки в обществе. Желтый кружок с изображением инвалидной коляски или без него означает: в этом помещении созданы все условия для инвалидов. Символы дают нам также понять, где можно фотографировать, есть мороженое или ездить на роликах, а где нет.

Задание № 2 Определите по предложенным образцам правильность и достаточность нанесения символов.

Результаты запишите в тетрадь.

### **Практическая работа № 15.**

#### **Тема: Оформление доверенности на получение товара. Оформление сопроводительных документов (счёт-фактура, накладная)**

Внимательно прочитать задание.

Цель работы: Закрепление теоретических знаний и приобретение практических навыков по оформлению доверенности на получение товара, оформлению сопроводительных документов (счёт-фактуры, накладной). Развивать компетенции:

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

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

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

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

Формировать компетенции:

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

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

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

ПК 3.3. Проверять качество и количество продаваемых товаров, качество упаковки, наличие маркировки, правильность цен на товары и услуги.

ПК 3.4. Оформлять документы по кассовым операциям.

**КМО:** Учебник: Л.А. Брагина «Технология розничной торговли» стр.70- 73; задания для практических работ. Интернет-ресурсы. Бланки документов: доверенности, накладной, товарно-транспортной накладной, счет-фактуры.

#### **Указания к работе.**

Задание № 1 Изучите теоретический материал по оформлению доверенности на получение товара.

#### **ДОВЕРЕННОСТЬ НА ПОЛУЧЕНИЕ ТМЦ — НА ЧТО ОБРАТИТЬ ВНИМАНИЕ**

Форма доверенности на получение товара, в принципе, может быть и произвольной, особенно, в случае, когда свои полномочия передает физическое лицо. Этот документ необходим, дабы подтвердить полномочия работника компании, которому поручено осуществлять приемку товара от имени организации или предприятия. Заверяется такая доверенность лишь подписью доверителя, нотариального удостоверения не требуется.

Согласно статье 185 Гражданского кодекса Российской Федерации, данный документ выдается непосредственно лицу, которое будет осуществлять отгрузку или поставку материальных ценностей, либо представителю для предъявления по месту требования.

Если необходимо составить документ передачи полномочий от юридических лиц, то для этого обычно используется образец доверенности на получение товара, предусмотренного постановлением Госкомстата России № 71а от 30.10.1997. Оно предполагает применение унифицированных форм М-2 и М-2а, но и юридические лица могут оформлять доверенность в привычной для себя свободной форме. Но и тогда в ней обязательно должны быть указаны все необходимые реквизиты.

Подробнее об этом скажем ниже, здесь же обратим внимание на некоторые детали. В частности, обязательным является перечисление конкретных товаров или иных ценностей с указанием их количества. Иногда на ТМЦ, которые требуется получить третьему лицу по доверенности, составляются и иные документы. Например, для получения товара по месту доставки используется счет-фактура либо спецификация к договору, транспортно-товарная накладная или иной документ, содержащий полный перечень товаров. Тогда допустимо скачать бланк доверенности на получение материальных ценностей и не перечислять в ней все ТМЦ, которые подлежат получению. Но в нее обязательно нужно вписать реквизиты этого первичного подробного документа.

Иногда при составлении этого важного документа допускается серьезная оплошность: не указывается дата ее составления. А это обязательный элемент доверенности, неважно, в унифицированной или свободной форме она исполнена. При отсутствии даты доверенность считается ничтожной, то есть, не будет иметь правовой силы. Стороны в таком случае теряют права и обязанности, предусмотренные официальным документом.

## **СРОК ДЕЙСТВИЯ И ПРИЧИНЫ УТРАТЫ ЮРИДИЧЕСКОЙ СИЛЫ**

Здесь вы можете бесплатно скачать бланк на получение товара. Действует такая доверенность на получение ценностей, чаще всего, не более 15 дней. Конкретный срок зависит от ряда условий, в частности, от возможностей транспортной доставки товара. Эти детали прописываются в договоре или другом документе, на основании которого выписана доверенность. В случае получения товарно-материальных ценностей в формате плановых платежей, доверенность часто выдается сроком на календарный месяц. Если сотрудник не отчитался по доверенности, срок действия которой истек, ему запрещается выдача нового аналогичного документа.

Существенным моментом функционирования доверенности на получение товара являются причины утраты ею юридической силы, а это:

- отсутствие необходимых реквизитов;
- отсутствие даты заполнения или ее расхождение с реальной датой отгрузки материальных ценностей;
- заполнение бланка с нарушениями правил;
- наличие поправок и помарок;
- при отсутствии паспорта, указанного в доверенности;
- срок, на который выдан документ, истек.

В этих случаях предприятия торговли, снабженческие либо сбытовые организации не производят отпуск товарно-материальных ценностей по данным доверенностям, утратившим официальную силу.

## **ДОВЕРЕННОСТЬ НА ПОЛУЧЕНИЕ ТОВАРА ОТ ЮРИДИЧЕСКОГО ЛИЦА**

Бланк доверенности нужно заполнить: все необходимые реквизиты тут четко расписаны. В частности, данные об организации, поручившей доверенному лицу получение товара. Ряд предприятий разрабатывают свои формы таких бланков с использованием символики фирмы. Это служит, помимо утилитарных целей, еще и своеобразной рекламой, фактом корпоративной политики. В доверенности на фирменном бланке предприятия или организации (юридического

лица) вносятся сведения о компании: юридический адрес, ОГРН, ИНН, вписывается имя руководителя или другого лица, наделенного полномочиями по выдаче доверенностей. Записывается также наименование документа (договор, соглашение, Устав и др.), на основании которого функционирует доверенность.

Далее сообщается, кому выдана доверенность: ФИО, дата рождения, паспортные данные, адрес места жительства. Называется должность доверенного лица.

Перечисляется информация о товарах, что требуется получить, подтверждается документ личной подписью представителя. Также здесь необходимо обозначить наличие отдельных прав представителя, например, права подписи товарных накладных либо иных сопроводительных документов. Эти данные заверяются печатью предприятия и подписями руководителя и главбуха.

### **ДОВЕРЕННОСТЬ НА ПОЛУЧЕНИЕ ТМЦ ОТ ФИЗИЧЕСКОГО ЛИЦА**

Доверенность на получение ТМЦ от физических лиц мало чем отличается от вышеописанного алгоритма для лиц юридических. На практике часто используются те же самые форматы бланков, тем более что все основные требуемые данные о товаре и посреднике (доверенном лице) остаются прежними. Только данные о доверителе необходимы несколько иные, именно потому, что это физическое, «неофициальное» лицо. В этом и состоит единственное отличие. Да, разве что, то, что при неимении «под рукой» бланка в данном случае просто оформляется доверенность в свободной форме.

Какие нужны сведения о доверителе? Фамилия, имя и отчество, дата рождения, место жительства, данные о паспорте или ином документе, удостоверяющем личность (наименование и код выдавшего органа, номер и серия, дата выдачи).

Если лицо, выдающее доверенность, является индивидуальным предпринимателем, то необходимо будет указать также его ИНН; а если у ИП имеется печать, то ею он заверяет этот документ.

### **ФОРМА ДОВЕРЕННОСТИ НА ПОЛУЧЕНИЕ ТОВАРА: КАК ЗАПОЛНЯЕТСЯ**

Как заполнить доверенность на получение ТМЦ. Начнем с лицевой стороны.

Код ОКПО организации (в соответствии с уставными документами) вписываем в графу в верхнем правом углу формы.

Ниже ставим дату выдачи, номер документа и срок его действия. Законом разрешен трехлетний период действия доверенности. По факту чаще всего выписывается на месяц (если получать ТМЦ требуется регулярно). При однократном получении товара — на нужный небольшой срок.

Сведения о получателе товара и плательщике (если это разные лица) — наименования организаций, юридические адреса, ИНН. Если плательщик и потребитель — одно лицо, то в соответствующей строке плательщика пишем «он же». И далее указываем банковские реквизиты плательщика.

На «лице» же бланка фиксируются сведения о сотруднике, которому выдается доверенность: ФИО, должность, данные удостоверения личности.

Далее следует наименование организации-поставщика и реквизиты документов, на основании которых выдаются ТМЦ.

Заполняем обратную сторону бланка:

Сначала таблицу: данные о ТМЦ, которые следует получить. Названия, количество (прописью), единицы измерения. Графы, оставшиеся пустыми, заполняются прочерками — обязательно! Под таблицей следует образец подписи доверенного лица.



На корешке формы вносится номер и срок действия доверенности, подпись доверенного лица; значится также, по каким документам получался товар, дата и номер документа, служащего подтверждением получения ТМЦ. Этот корешок заполняет бухгалтер, хранится он в бухгалтерии.

Заверяют доверенность подписи главного бухгалтера и руководителя, а также печать организации.

Когда товар получен, доверенность сдают в бухгалтерию компании, выдавшей ее. Туда же идут и документы, на основании которых были отпущены ценности, полученные по этой доверенности.

Типовая межотраслевая форма № М-2  
Утверждена постановлением Госкомстата  
России  
от 30.10.97 № 71а

Номер доверенности	Срок действия	Срок выдачи	Должность и фамилия	Расписка в получении доверенности
1	3	4	5	6
11	по 22.12.2012	Водитель Сухарев А.И.	Сухарев	
Номер и дата наряда (заменяющего наряд документа) или извещения		Номер, дата документа, поручения подтверждающего выполнение		
7		8		
счет № 1112/12 от 11.12.2012 г.		Накладная №Н-17 от 17.12.2012		

Линия отреза

Организация ООО «Имидж» Форма по ОКУД по ОКПО

Коды
0315001
89586389

### Доверенность №

Дата выдачи " 12 " декабря 2012 г.

Доверенность действительна по " 22 " декабря 2012 г.

ООО «Имидж», ИНН 7325065812, КПП 732501001, г. Москва, пр. 40 лет Октября, 101

(наименование потребителя и его адрес)

он же

(наименование плательщика и его адрес)

Счет № 40606910100000604325 в ОАО «Альфа-Банк»  
(наименование банка)

Доверенность выдана водителем Сухарев Андрей Иванович  
(должность) (фамилия, имя, отчество)

Паспорт: серия 1256 № 254678

Кем выдан ОВД Тверского района, г. Москва

Дата выдачи " 12 " октября 2003 г.

На получение от ООО «Феерия»  
(наименование поставщика)

материальных ценностей по счету № 1112/12 от 11.12.2012 г.  
(наименование, номер и

дата документа)

Оборотная сторона формы № М-2

Перечень материальных ценностей, подлежащих получению

Номер по порядку	Материальные ценности	Единица измерения	Количество (прописью)
1	2	3	4
1	Бумага для факса	рулон	2 (два)
2	Ежедневники	штука	10 (десять)
3	Офисная бумага для печати	пачка	5 (пять)

Подпись лица, получившего доверенность удостоверяем.

Сахаров

(подпись)

А.В. Сахаров

(расшифровка подписи)

М.П.

Главный бухгалтер

Суетина

(подпись)

И.В. Суетина

(расшифровка подписи)

Задание № 2 Оформите доверенность на получение товара.

Номер доверенности	Дата выдачи	Срок действия	Должность и фамилия лица, которому выдана доверенность		Расписка в получении доверенности
1	2	3	4		5
Поставщик			Номер и дата наряда (заменяющего наряд документа) или извещения	Номер, дата документа, подтверждающего выполнение поручения	
6			7	8	

Линия отреза

Типовая межотраслевая форма № М-2

Утверждена постановлением  
Госкомстата России от 30.10.97 № 71а

Форма по ОКУД

по ОКПО

Коды

0315001

Организация

Доверенность №

Дата выдачи

Доверенность действительна по

наименование потребителя и его адрес

наименование плательщика и его адрес

Доверенность выдана:  
Паспорт: серия \_\_\_\_ № \_\_\_\_  
Кем выдан  
Дата выдачи  
На получение от ООО « \_\_\_\_\_ »  
материальных ценностей по счету № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

**ПЕРЕЧЕНЬ ТОВАРНО-МАТЕРИАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ, ПОДЛЕЖАЩИХ ПОЛУЧЕНИЮ**

№ п/п	Наименование	Ед. изм.	Количество (прописью)
1		Шт	
2		Шт	
3		Шт	

Подпись лица, получившего доверенность \_\_\_\_\_ удостоверяем.

Руководитель предприятия \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_)

М.П.

Главный бухгалтер \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_)

**Задание № 3** Изучите теоретический материал по оформлению сопроводительных документов (счёт-фактура, накладная).  
Студент самостоятельно:

- изучает методические рекомендации по проведению практической работы;
- выполняет практическое задание;
- отвечает на контрольные вопросы;
- оформляет отчет.

**Содержание отчета:**

1.Номер ПР 2.Название ПР 3.Цели работы 4. Оформленные бланки накладной и счет-фактуры

**Предварительная подготовка**

Ознакомиться с теоретическими сведениями.

Сопроводительные документы – документы, которыми оформляют движение товаров от поставщика к потребителю. Эти документы предусмотрены условиями поставки товаров и правилами перевозки грузов.

**Накладная** – документ, в соответствии с которым происходит передача товаров. Накладная в торговой организации может выступать как приходным, так и расходным документом. Выписывает накладную материально-ответственное лицо, когда отпускает товары со склада или принимает их.

**Товарная накладная (форма ТОРГ-12)** – документ, который выписывает организация при продаже товаров, даже если торговля не является основным видом ее деятельности. Согласно п.3 ст.38 НК РФ товар – это любое имущество, реализуемое или предназначенное для реализации. Товарная накладная составляется в двух экземплярах. 1-й остается у организации-продавца. Кладовщик отпускает товары со склада на основании накладной и доверенности, выписанной на имя получателя. Товарная накладная является для организации-продавца основанием для списания себестоимости проданных товаров. Второй экземпляр передается покупателю и является основанием для принятия к учету этих ценностей.

**Товарно-транспортная накладная (ТТН)** – основной документ, регламентирующий отношения грузоотправителя, перевозчика и грузополучателя. Она заменяет обычную расходную накладную. Выписывают при доставке товаров автомобильным транспортом. Товарно-транспортная накладная состоит из двух разделов: товарного и транспортного. В зависимости от особенностей перевозимых товаров к ним могут прилагаться другие документы, следующие с грузом. Товарно-транспортная накладная служит для расчетов с транспортной конторой за перевозку грузов. В товарном разделе указывают: - через кого отпущен товар; - номер и дату доверенности; - сведения о товаре и таре, подписи лиц, кто отпустил и получил груз. В транспортном разделе указывают: - сроки доставки груза; - наименование автопредприятия; - номер автомашины, ФИО водителя, ФИО заказчика; - вид перевозки; - пункт погрузки-выгрузки; - сведения о грузе, погрузочно-разгрузочных работах.

ТТН выписывают в 4-х экземплярах: 1-й – грузоотправителю, 2-й – грузополучателю, 3-й и 4-й – автопредприятию. Материально-ответственные лица несут, подписавшие накладную, несут ответственность за недооформление необходимых реквизитов.

**Счет-фактура** – является приходным товарным документом и служит основанием для оплаты поступившего товара. По счет-фактуре получают товары от поставщика. В ней содержатся подробные сведения о товаре, его количестве и стоимости. Счет-фактуру выписывают наряду с другими товарами, подтверждающими отгрузку товара ( накладная). Это важный документ, который используется при расчете налога на добавленную стоимость(НДС).Счет-фактуру оформляют в двух экземплярах: 1-й передают покупателю(заказчику), второй остается в бухгалтерии. Составить и передать счет-фактуру покупателю необходимо в течении 5 дней с даты отгрузки товара. Согласно пп.5 – 7 ст.169 НК РФ в счете-фактуре обязательно должны быть указаны: 1) порядковый номер и дата выписки счета-фактуры;  
2) наименование, адрес, ИНН налогоплательщика и покупателя;  
3) наименование и адрес грузоотправителя и грузополучателя;

- 4) номер платежного документа в случае получения авансовых или иных платежей;
- 5) наименование поставляемых товаров;
- 6) количество поставляемых товаров;
- 7) цена за единицу измерения;
- 8) стоимость товаров за все количество;
- 9) сумма акциза (при продаже подакцизных товаров);
- 10) налоговая ставка НДС;
- 11) сумма НДС, исходя из применяемых налоговых ставок;
- 12) стоимость всего количества поставляемых товаров, с учетом НДС;
- 13) страна происхождения товара;
- 14) номер грузовой таможенной декларации.

Счет-фактуру подписывает руководитель и главный бухгалтер организации либо иные лица, уполномоченные на то приказом по предприятию.

**Накладная и счёт-фактура.** Поставщик выдаёт клиенту при отгрузке товара. Товарная накладная ( ТОРГ-12)

Применяется для оформления продажи товаров. Как и договор, накладная оформляется в двух экземплярах: первый остаётся у поставщика и фиксирует отгрузку товаров на сторону, а второй передаётся покупателю и нужен ему для приёмки товаров.

**Задание 4.** Оформить бланки сопроводительных документов.

мер  
по  
по-  
ряд-  
ку  
Товар  
Ед.  
изм.  
Вид  
упа-  
ков-  
ки

**ТОВАРНАЯ  
НАКЛАДНАЯ**

Итого

Количество	Мас- са брут- то	Коли- чество (масса нетто)	Цена руб. коп.	Сумма без учета НДС руб. коп.	НДС
------------	---------------------------	-------------------------------------	-------------------	-------------------------------------	-----

Сумма с  
учетом НДС,  
руб. коп.

наименование, характеристика,  
сорт, артикул товара

код  
наименование  
код  
по  
ОКЕИ

в  
одном  
месте  
мест,  
штук

став-  
ка, %  
сумма руб.  
коп.

1  
2  
3  
4  
5  
6  
7  
8  
9  
10  
11  
12  
13  
14  
15

Итого

X

X

Всего по накладной

X

X

Товарная накладная имеет приложение на \_\_\_\_\_ листах и содержит \_\_\_\_\_  
порядковых номеров записей

Масса груза (нетто)

прописью

Всего мест

Масса груза (брутто)

прописью

прописью

Приложение (паспорта, сертификаты, и т. п.) на

листах

По доверенности №

от

"

"

г.

прописью



Всего отпущено на сумму:

Выданной

кем, кому (организация, должность, фамилия, и. о.)

Отпуск разрешил

Груз принял

должность  
подпись  
расшифровка подписи

Главный (старший) бухгалтер

должность  
подпись

расшифровка подписи

Груз получил грузополучатель

Отпуск груза произвел

должность  
подпись  
расшифровка подписи

М. П.                               "       " \_\_\_\_\_ 20\_\_ года

М. П.                               "       " \_\_\_\_\_ 20\_\_ года

	<div>СЧЕТ-ФАКТУРА № от ИСПРАВЛЕНИЕ № от</div>	<div>Приложение № 1 к постановлению Правительства Российской Федерации от 26.12.2011 №1137</div>
--	---	--

Продавец:

Адрес:  
ИНН/КПП продавца:  
Грузоотправитель и его адрес:  
Грузополучатель и его адрес:  
К платежно-расчетному документу: № от  
Покупатель:  
Адрес:  
ИНН/КПП покупателя:

Валюта: наименование, код: Российский рубль, 643

Наименование товара (описание выполнен- ных работ, оказанных услуг), имущественного права	Единица измерения	Количество (объем)	Цена (тариф) за единицу измерения	Стоимость товаров (работ, услуг), имуществен- ных прав без налога - всего	В том числе сумма акциза	Налого- вая ставка	Сумма налога, предъяв- ляемая покупател- ю	Стоимость товаров (работ, услуг), имуществен- ных прав с на- логом - всего	Страна происхож- дения товара	Номер таможенной декларации		
	код	условное обозначение(национальное) 2а								циф- ровой код	краткое наименование	
1	2	2а	3	4	5	6	7	8	9	10	10а	11

Всего к  
оплате X

Руководит  
ель  
организац  
ии  
или иное  
уполномо  
ченное  
лицо

Главный  
бухгалтер  
или  
иное  
уполномо  
ченное  
лицо

подпись

ф.и.о.

подпись

ф.и.о.

Индивиду  
альный  
предприн  
иматель

подпись

ф.и.о.

(реквизит  
ы  
свидетель  
ства о  
государст  
венной  
регистрац  
ии  
индивиду  
ального  
предприн  
имателя)

### **Практическая работа № 16.**

**Тема: Документальное оформление товарных потерь. Составление актов: «О бое, ломе, порчи», «Завес тары».**

Внимательно прочитайте задание.

Цель работы: Закрепление теоретических знаний и приобретение практических навыков по документальному оформлению товарных потерь, составлению актов: «О бое, ломе, порчи», «Завес тары». Развивать компетенции:

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

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

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

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

Формировать компетенции:

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

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

ПК 2.2. Осуществлять подготовку товаров к продаже, размещение и выкладку.

ПК 3.3. Проверять качество и количество продаваемых товаров, качество упаковки, наличие маркировки, правильность цен на товары и услуги.

**КМО:** Задания для практических работ. Интернет-ресурсы. Бланки документов: акт «О бое, ломе, порчи».

**Указания к работе.**

Задание № 1 Изучите теоретический материал по оформлению товарных потерь, составлению актов: «О бое, ломе, порчи», «Завес тары».

### **Учет и документальное оформление потерь и уценки товаров**

Товарные потери, возникающие от естественной убыли, боя исчисляются по нормам (размерам) в порядке, установленном действующими инструкциями.

Товарные потери при транспортировании списываются в пределах установленных норм по каждому товарно - транспортному документу в том случае, если при приемке фактическое наличие товаров будет меньше, чем указано в документах поставщика.

Каждый случай брака, порчи, боя, понижения качества товаров, выявленных при транспортировании, оформляется актом (код по ОКУД 0903003).

Сверхнормативные товарные потери при транспортировании могут относиться за счет поставщика или организации транспорта. Нормы естественной убыли и боя в организациях розничной торговли при хранении и реализации применяются к товарам, реализованным за межинвентаризационный период. Они являются предельными и применяются только в тех случаях, когда при инвентаризации товаров установлена недостача.

Списание недостачи за счет естественной убыли и боя товаров производится после инвентаризации на основе соответствующего расчета, составленного и утвержденного в установленном порядке.

Недостача товаров сверх установленных норм убыли и потери от порчи при наличии акта о бое могут быть списаны организациями за счет дохода, когда конкретные виновники недостачи и порчи не установлены.

К товарным потерям относится также завес тары (разница между фактическим весом тары из-под товара и ее массой по трафарету). Все товары, по которым может быть завес тары, регистрируются в "Книге регистрации товаров, материалов, требующих завеса тары" (код по ОКУД 0903006). Записи в книгу производятся на основании приемных товарных документов. Завес тары регистрируется в этой книге на основании "Акта о завесе тары" (код по ОКУД 0903005). Акт на завес тары составляется в двух экземплярах и передается с товарным отчетом в бухгалтерию. Первый прилагается к товарному отчету, второй экземпляр вместе с рекламацией направляется поставщику для возмещения потерь товаров.

Акт на завес тары составляется в срок, предусмотренный договором с поставщиком, но не позднее 10 дней после ее освобождения, а по таре из-под влажных товаров (повидло, варенье и т.д.) немедленно после ее освобождения. На таре делается отметка несмываемой краской об активировании завеса с указанием даты и номера акта.

Выявленная при инвентаризации недостача товаров в следствие завеса тары списывается с материально ответственных лиц при условии, что недостающая сумма превышает нормы естественной убыли.

Акты на завес рыбы и рыбопродуктов (кроме икры) не составляются. Завес тары по этим товарам списывается за счет дополнительной скидки, предоставленной поставщиком.

Завес тары списывают в зависимости от условий договора с поставщиком. При списании за счет поставщика ему направляют претензионное письмо вместе с экземпляром акта о завесе тары.

Если предъявить претензию поставщику невозможно, потери товаров от завеса тары относят на виновных лиц. Лишь в исключительных случаях (если выявить виновных невозможно) потери от завеса тары могут быть списаны за счет торговой организации. По некоторым товарам поставщики могут предоставлять магазинам специальную скидку на завес тары. При поступлении товаров эту скидку записывают на кредит счета 42 "Торговая наценка" (на аналитический счет "Скидка на завес тары"). По таким товарам акты на завес тары не составляют и претензии поставщикам не предъявляют, фактический завес тары списывают за счет предоставленной скидки.

Завес тары за счет скидки списывают только в том случае, если при инвентаризации будет выявлена недостача товаров сверх норм естественной убыли. Первоначально списывают сумму полученной скидки на завес тары (за вычетом скидки, относящейся к остатку затаренных товаров), а затем в соответствующей сумме естественную убыль.

После решения руководителя организации о порядке списания завеса тары на стоимость товаров по покупным ценам кредитуются счет 84 "Недостачи и потери от порчи ценностей" и дебетуются счета: 63 "Расчеты по претензиям" - при списании за счет поставщика; 42 "Торговая наценка" (аналитический счет "Скидка на завес тары") - при списании за счет специальной скидки; 81 "Использование прибыли" - при списании за счет торговой организации (отнесение потерь от завеса тары на издержки обращения действующими нормативными документами не предусмотрено).

Порчу, бой и лом товаров оформляют актом, в котором указывают наименование, артикул, сорт, цену, количество и стоимость товаров, причину и виновников потерь, возможности дальнейшего использования товаров (продажа по сниженным ценам, сдача в утиль или переработку, откормочным организациям) или уничтожении. Сдачу товаров в утиль, переработку или откормочным организациям оформляют товарно - транспортной накладной. Уничтожают испорченные товары в присутствии комиссии, составившей акт, во избежание повторного представления товаров для активирования и списания.

Акт о порче, бое, ломе (код по ОКУД 0903008) товаров передают в бухгалтерию, где проверяют правильность его составления, после чего передают на утверждение руководителю организации, который решает, за чей счет списать потери товаров.

Поскольку порча, бой, лом товаров являются следствием бесхозяйственности, потери следует взыскать с виновных лиц. Лишь в исключительных случаях (когда конкретных виновников установить невозможно) потери списываются за счет организации.

Потери от порчи, боя, лома товаров отражают в учете в общеустановленном порядке.

Величину потерь вследствие естественной убыли (Е) определяют по формуле:

$$E = T \times H : 100, \text{ где } T - \text{стоимость (масса) проданного товара; } H - \text{норма естественной убыли, \%}.$$

Для магазинов с устойчивой структурой товарооборота можно устанавливать среднюю норму естественной убыли в целом для всех товаров. В этом случае сумму естественной убыли определяют путем нахождения средней нормы убыли от общего товарооборота магазина за период между инвентаризациями.

Потери при продаже товаров методом самообслуживания и с открытой выкладкой списываются как и потери вследствие естественной убыли, за счет начисляемого резерва. Сумма ежемесячных отчислений в резерв (Р) определяется по формуле:

$$P = T_{\text{ф}} \times У_{\text{п}} : 100, \text{ где } T_{\text{ф}} - \text{фактический товарооборот по самообслуживанию и с открытой выкладкой; } У_{\text{п}} - \text{плановый уровень товарных потерь, \% к товарообороту}.$$

Начисляемые резервы для потери при продаже товаров методом самообслуживания и с открытой выкладкой могут включаться в состав издержек обращения, но не должны включаться в состав себестоимости товаров, предусмотренных Министерством финансов Российской Федерации.

Переоценка товаров и других товарно - материальных ценностей производится по распоряжению руководителя организации.

Переоценка товаров оформляется актом (код по ОКУД 0903007).

Если в организации товары учитываются по покупным ценам, то результаты переоценки в бухгалтерском учете не отражаются, за исключением случая, предусмотренного п. 53 Положения о бухгалтерском учете и отчетности в РФ.

**Задание 2.** Оформить бланк акта о порче, бое, ломе.

Унифицированная форма № ТОРГ-15

Организация \_\_\_\_\_

Структурное подразделение \_\_\_\_\_

Поставщик \_\_\_\_\_

наименование, адрес, номер телефона, факса

наименование, адрес, номер телефона, факса, банковские реквизиты

Вид деятельности по ОКДП  
Вид операции

Номер документа	Дата составления

УТВЕРЖДАЮ  
Руководитель

должность

АКТ

**О ПОРЧЕ, БОЕ, ЛОМЕ ТОВАРНО-МАТЕРИАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ**  
комиссия произвела осмотр товарно-материальных ценностей, подлежащих уценке (списанию) вследствие и установила:

подпись \_\_\_\_\_ расшифровка подписи \_\_\_\_\_  
" " \_\_\_\_\_ года

Товарно-материальные ценности		Единица измерения		Артикул товара	Сорт (категория)	Количество (масса)	Учетная цена, руб. коп	Сумма, руб. коп	Подлежит уценке				Пр-цен-т ски-дки	Характеристика дефекта
									количество (масса)	новая цена, руб. коп	стоимость по новой цене, руб. коп	сумма уценки, руб. коп		
наименование, характеристика	код	наименование	код по ОКЕИ	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Итого							X			X				

Причины порчи, боя, лома \_\_\_\_\_ Код \_\_\_\_\_

Виновными в \_\_\_\_\_ порче, бое, ломе \_\_\_\_\_ являются \_\_\_\_\_  
ненужное зачеркнуть \_\_\_\_\_ должность, фамилия, и., о.



Оприходовать утиль (лом):

Утиль (лом)		Единица измерения		Количество (масса)	Цена, руб. коп.	Сумма, руб. коп	Приходный ордер	
наименование	код (номенклатур- ный номер)	наиме- нование	код по ОКЕИ				номер	Дата
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Итого					X			

Все члены комиссии предупреждены об ответственности за подписание акта, содержащего данные, не соответствующие действительности.

**Председатель комиссии** \_\_\_\_\_**Члены комиссии:**

должность

подпись

расшифровка подписи

должность

подпись

расшифровка подписи

должность

подпись

расшифровка подписи

должность

подпись

расшифровка подписи

Распоряжение руководителя организации:

Указанные выше товарно-материальные ценности \_\_\_\_\_ **уценить, списать**

ненужное зачеркнуть

Стоимость порчи, боя, лома отнести на счет \_\_\_\_\_

ненужное зачеркнуть

указать источник (себестоимость, прибыль, материально ответственное лицо)

в сумме \_\_\_\_\_ руб. \_\_\_\_\_ коп

прописью

Утиль (лом) оприходовать в сумме \_\_\_\_\_ руб. \_\_\_\_\_ коп

прописью

Все негодные товарно-материальные ценности в сумме \_\_\_\_\_ руб. \_\_\_\_\_ коп

прописью

уничтожены в присутствии комиссии \_\_\_\_\_ или вывезены на свалку по накладной № \_\_\_\_\_ от “ ” \_\_\_\_\_ года

**Расчет произвел** \_\_\_\_\_

должность

подпись

расшифровка подписи

В тетради оформить отчет.

**Содержание отчета:**

1. Номер ПР
2. Название ПР
3. Цели работы
4. Оформленный бланк акт о порче, бое, ломе товарно-материальных ценностей.

**Практическая работа № 17.****Тема: Составление акта на расхождение по количеству и качеству.**

Внимательно прочитать задание.

Цель работы: Закрепление теоретических знаний и приобретение практических навыков по составлению акта на расхождение по количеству и качеству. Развивать компетенции:

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

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

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

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

Формировать компетенции:

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

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

ПК 3.3. Проверять качество и количество продаваемых товаров, качество упаковки, наличие маркировки, правильность цен на товары и услуги.



ОБ УСТАНОВЛЕННОМ РАСХОЖДЕНИИ ПО  
КОЛИЧЕСТВУ И КАЧЕСТВУ ПРИ ПРИЕМКЕ  
ТОВАРНО - МАТЕРИАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ

"\_\_" \_\_\_\_\_ г.

Место приемки товара \_\_\_\_\_  
Настоящий акт составлен комиссией, которая установила: "\_\_"  
\_\_\_\_\_ г. по сопроводительным документам \_\_\_\_\_  
наименование, номер, дата

\_\_\_\_\_ грузоотправителя,  
доставлен товар. Документ о вызове представителя -----  
ненужное

поставщика, производителя: телеграмма, факс, телефонограмма,  
-----  
зачеркнуть ненужное зачеркнуть

радиограмма  
----- N \_\_\_\_\_ от "\_\_" \_\_\_\_\_ г.

Грузоотправитель \_\_\_\_\_  
наименование, адрес, номер телефона

Производитель \_\_\_\_\_  
наименование, адрес, номер телефона

Поставщик \_\_\_\_\_  
наименование, адрес, номер телефона

Страховая компания \_\_\_\_\_  
наименование, адрес, номер телефона

Договор (контракт) на поставку товара N \_\_\_\_\_ от "\_\_" \_\_\_\_\_ г.

Счет - фактура N \_\_\_\_\_ от "\_\_" \_\_\_\_\_ г.

Коммерческий акт N \_\_\_\_\_ от "\_\_" \_\_\_\_\_ г.

Ветеринарное свидетельство (свидетельство) N \_\_\_\_\_ "\_\_\_\_" \_\_\_\_\_  
г.

Железнодорожная накладная N \_\_\_\_\_ от "\_\_" \_\_\_\_\_ г.

Способ доставки \_\_\_\_\_ N \_\_\_\_\_  
вид транспортного средства

Дата отправления товара "\_\_" \_\_\_\_\_ г.  
со станции (пристани, порта) отправления \_\_\_\_\_  
наименование

или со склада отправителя товара \_\_\_\_\_  
наименование

Дата, время, ч. мин								
прибытия товара на станцию (пристань, порт) назначения	вскрытия вагона, автофургона, контейнера и других транспортных средств	выдачи товара организацией транспорта	доставки товара на склад организации - получателя	начала разгрузки	приемки товара			
					начало	приостановление	возобновление	окончание

Сведения о состоянии вагонов, автофургонов и т.д. Наличие, описание упаковочных ярлыков, пломб транспорта на отдельных местах (сертификатов, спецификаций в вагоне, контейнере) и отправительская маркировка \_\_\_\_\_

По сопроводительным транспортным документам значится:

Отметка об опломбировании товара (груза), состояние пломб и содержание оттиска	Количество мест	Вид упаковки	Наименование товара (груза) или номера вагонов (контейнеров, автофургонов и т.д.)	Единица измерения	Масса брутто товара (груза) по документам		Особые отметки отправителя по накладной
					отправителя	транспортной организации (станции пристани, порта)	
1	2	3	4	5	6	7	8

Сведения о состоянии вагонов, автофургонов и т.д. Наличие, описание установленных ярлыков, пломб транспорта на отдельных местах (сертификатов, спецификации в вагоне, контейнере) фактически \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Расхождения по количеству мест и массе в актируемой партии товара, обнаруженные на складе товарополучателя	Количество мест	Масса, кг			Степень заполнения тарного места, вагона, контейнера и т.п.
		брутто	тарного	нетто	
По документам грузоотправителя					
Фактически поступило					
Расхождение (+, -)					

Товар (наименование)	Номер места	Единица измерения		По документам поставщика значится				
		наименование	код по ОКЕИ	артикул товара	сорт	количество (масса)	цена, руб. коп.	сумма, руб. коп.
1	2	3	4	5	6	7	8	9
			и т.д.					

3-я страница формы N ТОРГ-2

Условия хранения товара (продукции) до его вскрытия на складе получателя:

\_\_\_\_\_

Сведения о температуре при разгрузке в вагоне (рефрижераторе и т.д.) в товаре, град. С \_\_\_\_\_

Состояние тары и упаковки, маркировка мест, товара и тары в момент внешнего осмотра товара (продукции) \_\_\_\_\_

Содержание наружной маркировки тары и другие данные, на основании которых можно сделать выводы о том, в чьей упаковке предъявлен товар (производителя или отправителя) \_\_\_\_\_

Дата вскрытия тары "\_\_\_" \_\_\_\_\_ г.

Организация, которая взвесила и опломбировала отгруженный товар, исправность пломб и содержание оттисков, соответствие пломб товаросопроводительным документам \_\_\_\_\_

Порядок отбора товара (продукции) для выборочной проверки с указанием ГОСТ, особых условий поставки по договору (контракту), основание выборочной проверки: \_\_\_\_\_

Фактически оказалось					Брак		Бой		Отклонения				Номер паспорта
					количес тво (масса)	сумма, руб. коп.	количес тво (масса)	сумма, руб. коп.	недостача		излишки		
артикул товара	сорт	количес тво (масса)	цена, руб. коп.	сумм а, руб. коп.					количеств о (масса)	сумма, руб. коп.	количеств о (масса)	сумма, руб. коп.	
10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23

4-я страница формы N ТОРГ-2

Определение количества товара (продукции) проводилось \_\_\_\_\_

взвешиванием, счетом мест, обмером и т.п., место определения

количества товара (продукции)

Взвешивание товаров (продукции) проводилось на исправных весах, проверенных в установленном порядке. Сведения об исправности весоизмерительных приборов (тип весов, год клеймения) \_\_\_\_\_

Другие данные \_\_\_\_\_

По остальным товарно – материальным ценностям, перечисленным в сопроводительных документах поставщика, расхождений в количестве и качестве нет.

Подробное описание дефектов (характер недостачи, излишков, ненадлежащего качества, брака, боя) и мнение комиссии о причинах их образования \_\_\_\_\_

Заключение комиссии \_\_\_\_\_

Члены комиссии предупреждены об ответственности за подписание акта, содержащего данные, не соответствующие действительности.

Председатель комиссии _____	_____	_____	_____
	место работы, должность	подпись	расшифровка подписи

Члены комиссии:

_____	_____	_____	_____
	место работы, должность	подпись	расшифровка подписи
_____	_____	_____	_____
	место работы, должность	подпись	расшифровка подписи
_____	_____	_____	_____
	место работы, должность	подпись	расшифровка подписи

Представитель грузоотправителя (поставщика, производителя)

_____	_____	_____
место работы, должность	подпись	расшифровка подписи

Документ, удостоверяющий полномочия \_\_\_\_\_  
N \_\_\_\_\_ выдан "\_\_\_" \_\_\_\_\_ г.

Акт с приложением на \_\_\_ листах получил

Главный (старший) бухгалтер _____	_____	_____
	подпись	расшифровка подписи

Решение руководителя \_\_\_\_\_

В тетради оформить отчет.

**Содержание отчета:**

- 1.Номер ПР
- 2.Название ПР
- 3.Цели работы
4. Оформленный бланк акта на расхождение по количеству и качеству.

Внимательно прочитайте задание.

Цель работы: Развивать компетенции:

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

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

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

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

Формировать компетенции:

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

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

ПК 2.2. Осуществлять подготовку товаров к продаже, размещение и выкладку.

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

ПК 2.7. Изучать спрос покупателей.

ПК 3.3. Проверять качество и количество продаваемых товаров, качество упаковки, наличие маркировки, правильность цен на товары и услуги.

**КМО:** Задания для практических работ. Интернет-ресурсы.

### Указания к работе

**Задание 1.** Изучите размещение товаров в магазине и выполните схему размещения товаров по аналогии с рис.1.

- Классифицируйте товары по частоте спроса и обоснуйте их месторасположение.
- Покажите «золотой треугольник» и сделайте выводы по правильности (неправильности) месторасположения товаров в «золотом треугольнике».
- Укажите преимущества и недостатки расположения товаров.
- Предложите более рациональную схему размещения товаров, рисунок приложите.

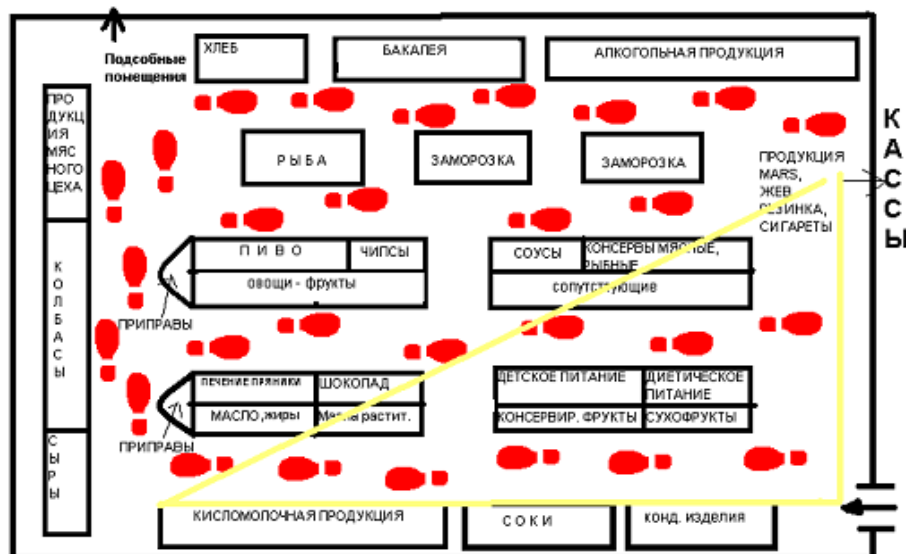


Рис.1- Размещение товаров в магазине

**Задание 2.** Проанализируйте размещение товаров на соответствие требованиям мерчандайзинга. Результаты оформите в таблице:

Размещение товаров в торговом зале

Требования к размещению товаров	Фактически в магазине
Направленность тропы покупателей (по часовой стрелке или против)	
Покупателей «встречают» следующие товары	

Принципы размещения товаров повседневного, периодического и импульсного спроса	
В «золотом треугольнике» размещены товары	
Дублирование продаж (если есть, привести примеры)	
Принципы расположения товаров по ценам	

### Задание 3. Ответьте письменно на вопросы:

- Легко ли вам ориентироваться в торговом зале и найти нужный товар?
- Есть ли у вас желание купить товары, которые вы первоначально не планировали покупать, и почему?
- Какие товары на полках вы сразу увидели и захотели купить (какая это полка: нижняя, на уровне глаз, верхняя и др., сколько товара выложено, обеспечена ли выкладка рекламной продукцией)?

В тетради оформить отчет.

### Содержание отчета:

- 1.Номер ПР
- 2.Название ПР
- 3.Цели работы
4. Оформленные задания письменно.

### Практическая работа № 19.

#### Тема: Упаковка товара различными способами.

Внимательно прочитать задание.

Цель работы: Развивать компетенции:

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

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

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

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

Формировать компетенции:

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

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

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

ПК 2.2. Осуществлять подготовку товаров к продаже, размещение и выкладку.

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

ПК 3.3. Проверять качество и количество продаваемых товаров, качество упаковки, наличие маркировки, правильность цен на товары и услуги.

**КМО:** Задания для практических работ. Интернет-ресурсы.

### Указания к работе

**Задание 1.** Изучите различные способы упаковки товаров. Изучить теоретические сведения.

Факторами, способствующими сохранению качества товаров, являются упаковка, условия хранения, транспортирования, эксплуатации, маркировка товаров.

Упаковка представляет собой средство или комплекс средств, предназначенных для защиты продукции от повреждений и потерь в процессе обращения, а окружающей среды - от загрязнений. Основным элементом упаковки является тара - изделие для размещения продукции. Тара не только защищает продукцию, но служит средством рекламы и информации, повышает культуру обслуживания, обеспечивает потребителю дополнительные удобства в использовании. Аэрозольная упаковка красок, ядохимикатов и др. По назначению тару подразделяют на потребительскую и транспортную, по используемым материалам ее делят на типы: деревянная, металлическая, стеклянная и др., а по форме - на виды ящики, бочки, коробки, пакеты и т.п.

Потребительская тара поступает к покупателю вместе с продукцией. Виды и материалы потребительской тары чрезвычайно разнообразны и зависят от свойств товара. Основными видами потребительской тары являются бутылки, флаконы, банки, тубы, пакеты, коробки.



Транспортная тара предохраняет товар при перевозке и хранении, облегчает механизацию погрузочно-разгрузочных операций. В зависимости от природы и механических свойств товара используют тару жесткую (дощатые и фанерные ящики, фляги, бочки), полужесткую (картонные ящики, ящики из многослойной – бумаги), мягкую упаковочная ткань, полимерная пленка). По характеру использования различают универсальную тару (ящики, коробки) и специализированную (мешки для цемента).

Для завертывания изделий, заполнения промежутков между ними применяют упаковочные материалы - бумагу различных марок, тонковолокнистую древесную стружку, пено- и поропласты, полимерные пленки с воздушными включениями.

Современные упаковки:

Вакуум-упаковка - герметичная потребительская упаковка, в которой за счет отсоса воздуха создано давление ниже атмосферного.

Пюр Пак, Тетра Пак, Тетра Брик и др. - потребительская тара из коробочного картона с полиэтиленовым покрытием со сварным продольным швом и прямоугольным дном. После заполнения продуктом верх сваривается в виде лепестковой складки по ширине коробки. Рекомендуются для молочной продукции, соков и т.д.

Бутылки ПЭТФ из полиэтилентерефталата различной вместимости, формы и окраски. Рекомендуются для жидких пищевых продуктов.

Ламистер - алюминиевая фольга, склеенная с полипропиленом, используется для кулинарной продукции, изготавливаются банки для пресервов и консервов.

Алюминиевая фольга с лаковым покрытием - упаковывают плавленые сыры, животные жиры и др.

Алюминиевая фольга в комбинации с бумагой - обладает большой механической прочностью и низкой ароматопроницаемостью, благодаря чему используется для упаковки чая и других ароматических продуктов.



Включает комбинацию полимерных материалов с бумагой, картоном, фольгой. Эта упаковка обеспечивает высокую сохраняемость и отличные потребительские свойства упакованной продукции. К этому виду упаковок относится упаковка типа "флю" (нанесение расплава полимера непосредственно на упаковываемые изделия); упаковка типа "скин" с использованием термоусадочных пленок (вторая кожа) – помещение обтянутого усадочной пленкой изделия на картонную подложку. Упаковку подвергают нагреванию, пленка усаживается и плотно облегает изделие. Отдельные виды продуктов упаковываются без подложки, например, мясо, овощи, фрукты, рыба, батарейки, галантерейные изделия. Дополнительно может быть применено вакуумирование.

#### Упаковка типа "стретч"

Изделие закрывают с двух сторон растягивающейся или термоусадочной пленкой на основе ПВХ, ПВДХ, СЭВ, а концы ее закрепляют скобами, клеем или сваркой между листами картона. Для плотного прилегания пленки полость с изделием нагревают и вакуумируют. Эту упаковку применяют различных галантерейных и хозяйственных товаров, для парфюмерных и косметических средств в пеналах, флаконах, тубах.

#### Упаковка типа "вителло"

Представляет собой термоформованный стакан, который вставлен в клееный картонный цилиндр. Стакан изготавливается из листового УПС, ПВХ-Ж толщиной 0,5-1,2 мм. Крышка упаковки изготавливается из ПП, ПЭНП, ПЭВП методом литья под давлением. Такую упаковку используют для молочных продуктов, горчицы, пищевых приправ, товаров бытовой химии. Ее можно оформлять печатью в несколько красок.

## Упаковка типа "блистер"

Состоит из жесткой картонной подложки и футляра из прозрачного листового материала. Футляр может иметь форму правильного полушария (упаковка типа "блистер-бабл-пак") или повторять по контуру упаковываемое изделие (упаковка типа "блистер-контур-пак"). Футляр изготавливают методами термоформования и прикрепляют к картонной подложке сваркой, скобами или с помощью клеев-расплавов.

Для упаковки типа "блистер" применяют листовые и пленочные материалы на основе ПС, ПВХ-Ж, ацетатов, бутиратов и пропиатов целлюлозы, иономеров. Упаковку типа "блистер" применяют для лекарственных препаратов, хозяйственных товаров, канцелярских принадлежностей, галантерейных, парфюмерных и косметических товаров, сувениров, игрушек, инструмента и так далее.

Контрольные вопросы:

1. Перечислите факторы, сохраняющие качество товаров.
2. Какие факторы, сохраняющие качество, характерны для непродовольственных товаров?
3. Какие факторы, сохраняющие качество, характерны для продовольственных товаров?
4. Как влияет на сохранение непродовольственных и продовольственных товаров упаковка и хранение?

В тетради оформить отчет.

**Содержание отчета:**

1. Номер ПР
2. Название ПР
3. Цели работы
4. Оформленные задания письменно.

## Практическая работа № 20. Тема: Оформление товарного чека.

Внимательно прочитать задание.

Цель работы: Закрепление теоретических знаний и приобретение практических навыков по оформлению товарного чека, ценника. Развивать компетенции:

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

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

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

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

Формировать компетенции:

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

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

ПК 3.2. Проверять платежеспособность государственных денежных знаков.

ПК 3.3. Проверять качество и количество продаваемых товаров, качество упаковки, наличие маркировки, правильность цен на товары и услуги.

ПК 3.4. Оформлять документы по кассовым операциям.

**КМО:** Задания для практических работ. Интернет-ресурсы.

**Указания к работе.**

Задание № 1 Изучите теоретический материал по оформлению товарного чека, ценника.

Товарный чек

Форма: \_\_\_\_\_ Дата: \_\_\_\_\_. 20\_\_ г.

**ТОВАРНЫЙ ЧЕК**

Наименование товара	Количество	Цена	Сумма

ВСЕГО: \_\_\_\_\_

Подпись продавца: \_\_\_\_\_

Товарный чек выдается вместе с кассовым чеком при продаже непродовольственных товаров. При продаже продовольственных товаров может выдаваться вместе с кассовым чеком для детализации купленных товаров в отчетных документах, а при отсутствии контрольно-кассовых машин — в качестве подтверждения совершения купли-продажи. Должен содержать следующие реквизиты:

наименование предприятия-продавца;

наименование товара;

размерные характеристики;

## Ценник

Ценник — документ, который служит для доведения краткой информации о товаре и его цене до потребителя и является основанием для совершения сделки купли-продажи, поэтому в магазинах размещается строго под продаваемым товаром. Должен содержать следующую информацию:

наименование предприятия-продавца;  
наименование товара;  
наименование предприятия-изготовителя;  
сорт;  
марку;  
срок годности;  
цену за единицу.

На обороте ценника продавец ставит дату заполнения, подпись заполнившего лица, а также печать организации. К сожалению, большинство ценников в розничной торговой сети не соответствует предъявляемым к ним требованиям.

### Задание № 2 Оформите товарный чек, ценник.

**Порядок выполнения:**

1. Внимательно прочтите цели работы.
2. Запишите дату, тему и цели работы.
3. Прочтите задание.
4. Запишите краткое условие и, согласно указаниям, проведите необходимую работу.

**Практическая работа № 21. Тема: Применение статей административного права за нарушение правил торговли (решение ситуаций).**

Внимательно прочитать задание.

Цель работы: Закрепление теоретических знаний и приобретение практических навыков по применению статей административного права за нарушение правил торговли. Развивать компетенции:

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

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

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.  
Формировать компетенции:

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

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

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

ПК 3.3. Проверять качество и количество продаваемых товаров, качество упаковки, наличие маркировки, правильность цен на товары и услуги.

ПК 3.4. Оформлять документы по кассовым операциям.

**КМО:** Задания для практических работ. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 09.01.1996 N 2-ФЗ, от 17.12.1999 N 212-ФЗ, от 30.12.2001 N 196-ФЗ. Постановление Правительства РФ от 19 января 1998 г. N 55 "Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации" С изменениями и дополнениями от: 20 октября 1998 г., 2 октября 1999 г., 6 февраля 2002 г., 12 июля 2003 г., 1 февраля 2005 г., 8 февраля, 23 мая, 15 декабря 2006 г., 27 марта 2007 г., 27 января 2009 г., 21 августа, 4 октября 2012 г. Интернет-ресурсы.

#### **Указания к работе.**

Задание № 1 Изучите теоретический материал по применению статей административного права за нарушение правил торговли.

Вопросы:

1. Нормативные акты, регламентирующие вопросы защиты прав потребителей.
2. Основные понятия, применяемые в Законе РФ «О защите прав потребителей».
3. Объяснить понятия «потребитель», «покупатель», предусмотренные в преамбуле Закона РФ «О защите прав потребителей».
4. Объяснить понятия «изготовитель», «исполнитель».
5. Отличие понятий «недостаток товара» и «существенный недостаток товара»
6. Понятия «безопасность товара», «импортёр» их содержание.

Задание № 2 Решите предложенные ситуации с применением статей административного права за нарушение правил торговли.

Решение предложенных ситуаций с применением статей №№ 7, 10, 14, 20-25

#### Ситуация для совместного решения.

Покупатель приобрёл жене плащ, дома она померила – оказался мал. Может ли он его поменять в магазине?

Ответ

В соответствии со статьёй 25 Закона РФ «О защите прав потребителей» покупатель вправе обменять непродовольственный товар надлежащего качества на аналогичный в торговом предприятии, где он был приобретён, если товар не подошёл по форме, габариту, фасону, расцветке или по иным причинам не может быть использован по назначению.

Потребитель имеет право на обмен товара надлежащего качества в течение 14 дней, не считая дня покупки.

Преподаватель:

P. S. Закон о защите прав потребителей был принят в Германии в 1900 году, а в России – в 1992 году.

В Великобритании принимают продовольственный товар обратно в магазин, если даже он надкусан, платья, которые даже надевались. Этим пользуются недобросовестные покупатели.

В Германии этого нет.

Недавно принята поправка к Закону РФ «О защите прав потребителей»: за волокиту при принятии забракованного товара продавец выплачивает покупателю 60% от стоимости забракованного товара.

#### **Руководство по выполнению практической работы.**

1. Ознакомиться с содержанием ситуации.
2. Определить главу, статью и пункт, которым следует пользоваться при решении ситуации.
3. В тетради указать подробно эти данные в процессе решения ситуации.
4. Решить указанные ниже ситуации.

Ситуации для самостоятельного решения

Ситуация №1

Покупательница приобрела в магазине крем для лица. Вечером нанесла его на кожу, а утром обнаружила, что лицо отекает и покрылось красными пятнами. Покупательница попыталась вернуть некачественный товар в магазин, но там его не взяли, мотивируя это тем, что проданный товар обмену и возврату не подлежит, о чём имелась табличка. Правы ли в этом случае продавцы?

Ситуация №2

На упаковке печенья, которое приобрёл покупатель, было написано «Акционерное общество открытого типа «Большевик», ГОСТ 24901 – 89, масса нетто 200 г, калорийность 425 ккал. В 100 г продукта: белка 7,5 г., жира 12, 1 г., углеводов 71,2 г., дата изготовления. А какая вообще информация должна быть на упаковке?

Ситуация № 3

Когда покупательница приобретала губную помаду, продавец ей сказала, что она изготовлена на основе натуральных веществ. Позднее у неё возникли сомнения в достоверности сказанного, и она отдала купленную помаду на экспертизу. Экспертиза установила, что в химический состав помады натуральные компоненты не входят. Может ли покупательница потребовать вернуть зря потраченные деньги?

#### Ситуация № 4

Покупатель отдал для производства гарантийного ремонта свой телевизор в мастерскую при магазине, где он был куплен. Определите, в какой срок должен быть произведён гарантийный ремонт и правда ли, что покупателю на время ремонта должны предоставить другой телевизор?

#### Ситуация № 5

В электронном магазине покупатель приобрёл беспроводную мышь с клавиатурой с гарантией сервисного обслуживания на 6 месяцев. Клавиатура вышла из строя. Покупатель принял товар на сервис на 2-3 недели. Имеет ли покупатель право на данный период требовать для использования другую временную рабочую клавиатуру и мышь?

#### Ситуация № 6

Покупатель приобрёл три метра ткани на костюм, но жена посчитала мой выбор неудачным и с отрезом отправилась, чтобы заменить другой тканью, для меня подходящей. Чек был сохранён. Но в магазине, несмотря на то, что с момента покупки прошло несколько часов, покупку обменять отказались.

Кто прав в этой ситуации покупатель или магазин?

#### Ситуация № 7

Клиент заказал изготовить и установить у себя в квартире металлические двери. Работы были выполнены в срок. Но очень скоро клиент обнаружил, что замок в двери некачественный. Потребовал его заменить, но фирма ему отказала. Кто прав в этой ситуации?

#### Ситуация № 8

Родители купили детскую коляску за 17 тысяч рублей. Через неделю она расползлась по швам. В магазине коляску принять обратно отказались, ссылаясь на то, что коляска вся грязная испачканная гадостями ребёнка. Покупатели призвали на помощь СМИ и вместе с ними потребовали провести экспертизу, которую провели за счёт магазина. Товар приняли, а деньги вернули. Какой статьёй Закона РФ «О защите прав потребителей» пользовались покупатели в этой ситуации?

#### Ситуация № 9

В ювелирном магазине девушка купила золотой браслет. Когда дома она стала его примерять, браслет разломился, а внутри оказался какой-то другой металл. В магазине товар обратно не приняли, ссылаясь на то, что бирка на товаре нарушена. Покупатель в соответствующих органах за свой счёт провела экспертизу, которая установила, что браслет изготовлен из сплава меди и золота. Продавец заставила менеджера позвонить поставщику и при этом предъявила акт экспертизы. Факт подделки был доказан, а покупателю вернули деньги. Каким нормативным актом пользовалась покупательница, чтобы доказать свою правоту?

#### Ситуация № 10

Покупатель приобрёл в магазине автоматическую зубную щётку. Дома он обнаружил, что щётка не работает. В магазине товар не приняли, ссылаясь на то, что медицинские товары возврату и обмену не подлежат. Правы ли работники магазина?

#### Ситуация № 11

Покупатель заказал по интернету телевизор. Через 4 дня телевизор сгорел.

Когда покупатель обратился на страничку, где заказывал товар, она была пуста. Кто виноват в данной ситуации?

### Для преподавателя

#### Ситуации для самостоятельного решения

##### Ситуация № 1

Покупательница приобрела в магазине крем для лица. Вечером нанесла его на кожу, а утром обнаружила, что лицо отекает и покрылось красными пятнами. Покупательница попыталась вернуть некачественный товар в магазин, но там его не взяли, мотивируя это тем, что проданный товар обмену и возврату не подлежит, о чём имелась табличка. Правы ли в этом случае продавцы?

#### Ответ

В этой ситуации имеется прямое нарушение прав потребителя на безопасность товаров, предусмотренное статьёй №7 Закона РФ «О защите прав потребителей». На основании этой статьи покупательница вправе вернуть крем его изготовителю, либо продавцу, захватив с собой доказательства, подтверждающие, что вред причинён здоровью именно этим кремом (например, справку от врача) и что товар был приобретён именно у данного продавца. Табличка типа «Проданный товар обмену и возврату не подлежит» не имеет юридической силы, так как пункт 1 статьи 14 Закона гласит: «Условия договора, ущемляющие права потребителей по сравнению с правилами, установленными законодательством, признаются недействительными».

А обеспечение безопасности достигается с помощью стандартизации, сертификации и установления сроков службы, годности. Их реализация при отсутствии такового запрещена. В частности, обязательной сертификации подлежат товары для детей, продукты питания, парфюмерия и косметика, товары народного потребления и т. д. Это касается и импортных товаров.

##### Ситуация № 2

На упаковке печенья, которое приобрёл покупатель, было написано «Акционерное общество открытого типа «Большевик», ГОСТ 24901 – 89, масса нетто 200 г, калорийность 425 ккал. В 100 г продукта: белка 7,5г., жира 12, 1 г., углеводов 71,2 г., дата изготовления. А какая вообще информация должна быть на упаковке?

Ответ

Помимо того, что уже указано, должно быть: адрес изготовителя, перечень использованных в процессе изготовления печенья продуктов питания и пищевых добавок. Кроме того, указанная на упаковке дата даёт покупателю неполную информацию о сроке годности печенья, так как она может означать или дату изготовления или срок, до которого продукт пригоден для употребления. Поэтому на упаковке должно быть написано либо «срок годности три месяца», либо «употреблять до , например, 10 мая».

Ситуация № 3

Когда покупательница приобретала губную помаду, продавец ей сказала, что она изготовлена на основе натуральных веществ. Позднее у неё возникли сомнения в достоверности сказанного, и она отдала купленную помаду на экспертизу. Экспертиза установила, что в химический состав помады натуральные компоненты не входят. Может ли покупательница потребовать вернуть зря потраченные деньги?

Ответ

Если потребитель приобрёл товар, не обладающий необходимыми ему свойствами в результате предоставления ему недостоверной информации, он вправе в соответствии со статьями 12 пункт 2, 18 пункты 1 – 4 Закона РФ «О защите прав потребителей» расторгнуть договор и потребовать возмещения причинённых ему убытков (например, расходы на экспертизу).

Ситуация № 4

Покупатель отдал для производства гарантийного ремонта свой телевизор в мастерскую при магазине, где он был куплен. Определите, в какой срок должен быть произведён гарантийный ремонт и правда ли, что покупателю на время ремонта должны предоставить другой телевизор?

Ответ

Статья № 20 Закона РФ «О защите прав потребителей» устанавливает, что недостатки, обнаруженные в товаре, должны быть устранены продавцом товара (предприятием, выполняющим его функции) в течение 45 дней с момента предъявления соответствующего требования потребителем. В этой же статье в пункте 2 указано, что по предъявлению соответствующего требования потребителю обязаны немедленно предоставить на время ремонта аналогичный товар за свой счёт с доставкой. Статья 23 пункт 1 этого Закона устанавливает, что за каждый день просрочки выполнения требований потребителя об устранении недостатков товара (как и его замене), а также о предоставлении на время ремонта аналогичного товара продавец (предприятие, выполняющее его функции) выплачивает потребителю неустойку в размере одного процента стоимости товара

Ситуация № 5

В электронном магазине покупатель приобрёл беспроводную мышь с клавиатурой с гарантией сервисного обслуживания на 6 месяцев. Клавиатура вышла из строя. Покупатель принял товар на сервис на 2-3 недели. Имеет ли покупатель право на данный период требовать для использования другую временную рабочую клавиатуру и мышь?

Ответ

Согласно пункту 2 статьи 20 Закона РФ «О защите прав потребителей» покупатель имеет право потребовать от продавца на время ремонта другую клавиатуру.

Закон обязывает продавца предоставить временную клавиатуру по первому требованию в течение трёх дней. То есть недостаточно просто сдать клавиатуру в ремонт – нужно чтобы вы именно потребовали в устной или письменной форме безвозмездно предоставить покупателю такую же или похожую клавиатуру.

Что же касается мышки, то если она не вышла из строя, но по каким-то причинам покупатель и её сдал в ремонт вместе с клавиатурой – стоит потребовать мышь обратно. Если же и мышь тоже сломалась или продавец отказался её возвращать без клавиатуры, то на неё полностью распространяются правила пункта 2 статьи 20 Закона РФ «О защите прав потребителей» как и на клавиатуру.

Ситуация № 6

Покупатель приобрёл три метра ткани на костюм, но жена посчитала мой выбор неудачным и с отрезом отправилась, чтобы заменить другой тканью, для меня подходящей. Чек был сохранён. Но в магазине, несмотря на то, что с момента покупки прошло несколько часов, покупку обменять отказались.

Кто прав в этой ситуации покупатель или магазин?

Ответ

В данной ситуации прав покупатель. В соответствии со статьёй 25 Закона РФ «О защите прав потребителей» покупатель имеет право на обмен доброкачественного товара в течение 14 дней, не считая дня покупки. Отсутствие кассового или товарного чека либо иного подтверждающего оплату товара документа не лишает его возможности ссылаться на свидетельские показания.

Ситуация №7

Клиент заказал изготовить и установить у себя в квартире металлические двери. Работы были выполнены в срок. Но очень скоро клиент обнаружил, что замок в двери некачественный. Потребовал его заменить, но фирма ему отказала. Кто прав в этой ситуации?

Ответ

В соответствии со статьёй 30 Закона РФ «О защите прав потребителей» клиент имеет право потребовать исправления недостатков, но сроки при этом установить не может. В соответствии с пунктом 2 статьи 31 устранение недостатков должно быть произведено в срок, установленный договором, либо в течение 20 дней. Если недостатки работы были обнаружены в ходе её выполнения (а не после), клиент имеет право в соответствии с пунктом 1 статьи 31 самостоятельно назначить срок устранения недостатков.

Ситуация №8

Родители купили детскую коляску за 17 тысяч рублей. Через неделю она расползлась по швам. В магазине коляску принять обратно отказались, ссылаясь на то, что коляска вся грязная испачканная гадостями ребёнка. Покупатели призвали на помощь СМИ и вместе с ними потребовали провести экспертизу, которую провели за счёт магазина. Товар приняли, а деньги вернули. Какой статьёй Закона РФ «О защите прав потребителей» пользовались покупатели?

Ответ

В соответствии с главой 2 статьёй 18 пунктом 1. потребитель в случае обнаружения в товаре недостатков вправе потребовать полного возмещения убытков, причинённых ему вследствие продажи товара ненадлежащего качества. В пункте 5.этой статьи указано:– отсутствие у потребителя кассового чека или товарного чека либо иного документа, удостоверяющего факт покупки товара, не является основанием для отказа в удовлетворении его требований. В случае спора о причинах возникновения недостатков товара продавец (изготовитель), уполномоченная организация или другое виновное лицо обязаны провести экспертизу за свой счёт. Потребитель вправе присутствовать при проведении экспертизы.

Ситуация №9

В ювелирном магазине девушка купила золотой браслет. Когда дома она стала его примерять, браслет разломился, а внутри оказался какой-то другой металл. В магазине товар обратно не приняли, ссылаясь на то, что бирка на товаре нарушена. Покупатель в соответствующих органах за свой счёт провела экспертизу, которая установила, что браслет изготовлен из сплава меди и золота. Продавец заставила менеджера позвонить поставщику и при этом предъявила акт экспертизы. Факт подделки был доказан, а покупателю вернули деньги.

Ответ

При ответе на эту ситуацию следует пользоваться теми же статьями, что и при решении ситуации № 8

Ситуация №10

Покупатель приобрёл в магазине автоматическую зубную щётку. Дома он обнаружил, что щётка не работает. В магазине товар не приняли, ссылаясь на то, что медицинские товары возврату и обмену не подлежат. Правы ли работники магазина?

Ответ

В соответствии со статьёй 18 пункта 1 потребитель в случае обнаружения в товаре недостатков вправе потребовать замены на товар этой же марки. В соответствии со статьёй 21 пункта 1 покупателю обязаны заменить товар в течение 7 дней со дня предъявления указанного требования потребителем. Поскольку зубная щётка не работала, то товар признаётся ненадлежащего качества, и ссылка на то, что товар медицинский здесь не правомерна. Магазин должен заменить неисправную щётку на такую же только исправную, или вернуть деньги покупателю.

Ситуация №11

Покупатель заказал по интернету телевизор. Через 4 дня телевизор сгорел.

Когда покупатель обратился на страничку, где заказывал товар, она была пуста. Кто виноват в данной ситуации?

Ответ

В соответствии со статьёй 26 пунктом 1 договор розничной купли-продажи должен быть заключён на основании ознакомления потребителя с предложенным продавцом описанием товара посредством каталогов, проспектов, буклетов, фотоснимков, средств связи (телевизионной, почтовой, радиосвязи, интернета и других) или иными исключаящими возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора (дистанционный способ продажи товара) способами.

В этой же статье пункте 2 указано, что продавцом до заключения договора должна быть представлена потребителю об основных потребительских свойствах товара, об адресе (месте нахождения) продавца, о месте изготовления товара, о полном фирменном наименовании продавца (изготовителя), о цене и об условиях приобретения товара, о его доставке, сроке службы, сроке годности и гарантийном сроке, о порядке оплаты товара, а также о сроке, в течение которого действует предложение о заключении договора. В этой ситуации покупатель таких сведений не потребовал у продавцов. Поэтому ему не с кого спросить за некачественный товар и убытки он понесёт сам.

В тетради оформить отчет.

**Содержание отчета:**

1.Номер ПР 2.Название ПР 3.Цели работы 4. Оформленные задания письменно.

## **Практическая работа № 22. Тема: Применение статей административного права за нарушение правил торговли (решение ситуаций).**

Внимательно прочитать задание.

Цель работы: Закрепление теоретических знаний и приобретение практических навыков по применению статей административного права за нарушение правил торговли. Привить студентам умения и навыки по составлению исковых заявлений при нарушении прав потребителей в случае, если продавец (изготовитель) не выполняют условия договора. Развивать компетенции:

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

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

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

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

Формировать компетенции:

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

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

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

ПК 3.3. Проверять качество и количество продаваемых товаров, качество упаковки, наличие маркировки, правильность цен на товары и услуги.

ПК 3.4. Оформлять документы по кассовым операциям.

**КМО:** Задания для практических работ. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 09.01.1996 N 2-ФЗ, от 17.12.1999 N 212-ФЗ, от 30.12.2001 N 196-ФЗ. Постановление Правительства РФ от 19 января 1998 г. N 55 "Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации" С изменениями и дополнениями от: 20 октября 1998 г., 2 октября 1999 г., 6 февраля 2002 г., 12 июля 2003 г., 1 февраля 2005 г., 8 февраля, 23 мая, 15 декабря 2006 г., 27 марта 2007 г., 27 января 2009 г., 21 августа, 4 октября 2012 г. Интернет-ресурсы.

**Указания к работе.**

Задание № 1 Решите предложенные ситуации с применением статей административного права за нарушение правил торговли.

Вариант 1

1. Понятия, содержащиеся в Законе РФ «О защите прав потребителей»

2. Ситуация: Покупательница приобрела в магазине крем для лица. Вечером нанесла его на кожу, а утром обнаружила, что лицо отекло и покрылось красными пятнами. Покупательница попыталась вернуть некачественный товар в магазин, но там его не взяли, мотивируя тем, что проданный товар обмену и возврату не подлежит, о чём имелась табличка. Правы ли в этом случае продавцы?

Вариант 2

1. В соответствии с Законом указать, чем отличается изготовитель от исполнителя.

2. Ситуация: На упаковке печенья, которое приобрёл покупатель, было написано «Акционерное общество открытого типа «Большевик», ГОСТ 24901-89, масса нетто 200 г, калорийность 425 ккал. В 100 г продукта: белка 7,5г, жира 12,1, углеводов 71,2, дата изготовления. А какая вообще информация должна быть на упаковке?

Вариант 3

1. Основываясь на Законе РФ «О защите прав потребителей», указать, чем отличаются понятия «недостаток товара» и «существенный недостаток».

2. Ситуация: Покупатель купил три метра ткани на костюм, но жена посчитала его выбор неудачным и с отрезом в магазине, чтобы заменить на другую, ткань для него подходящую. Чек был сохранён. Но в магазине, несмотря на то, что с момента покупки прошло несколько часов, покупку обменять отказались.

Кто прав в этой ситуации?

Вариант 4:

1. Как трактуется понятие «продавец» в Законе РФ «О защите прав потребителей».

2. Ситуация: Когда покупательница покупала губную помаду, продавец ей сказала, что она изготовлена на основе натуральных веществ. Позднее у неё возникли сомнения в достоверности сказанного, и она отдала купленную помаду на экспертизу. Экспертиза установила, что в химический состав помады натуральные компоненты не входят. Может ли покупательница потребовать зря потраченные деньги?

Задание № 2 Решите предложенные ситуации с применением статей административного права за нарушение правил торговли.

1. Пользуясь статьями 30 и 31 решить ситуацию, изложенную в руководстве к практической работе.

2. На примере искового заявления, изложенного в руководстве к практической работе составить исковое заявление по данным ситуации № 2

3. Определить сумму иска в претензии.

**Руководство к практической работе**

1. Решить ситуацию: Клиент заказал изготовить и установить у себя в квартире окна пластиковые. Работы были выполнены в срок. Но очень скоро клиент обнаружил, что замки у окон некачественные. Потребовал их заменить, но фирма отказала. Кто прав в данной ситуации?

2. Образец искового заявления:

**Исковое заявление о возмещении вреда, причинённого здоровью, и морального вреда**

В-----суд

----- (адрес суда) -----

Истец: Федотова Мария Леонидовна,

зарегистрированная по адресу:-----



-----  
Ответчик: ЗАО «Комфорт»  
Юридический адрес-----  
-----

Цена иска-----руб.

#### **Исковое заявление**

27 июня 2008 года я обратилась в ЗАО «Комфорт» с целью починки и окраски летних кожаных босоножек.

Стоимость услуг по починке (замене набоек и подклейке подошвы) составила-----руб., которые я при сдаче обуви уплатила в кассу.

Забирая обувь из мастерской после окончания ремонта, недостатков в работе по ремонту я не заметила, однако через два дня носки подошва босоножек стала отклеиваться.

После того, как я в этих босоножках попала под дождь, краска на них существенно полиняла. Частично краска с босоножек попала на ноги, после чего у меня началось сильное раздражение кожи обеих стоп. Для лечения раздражения я вынуждена была обратиться в поликлинику № 145 за медицинской помощью.

В соответствии с заключением от 5 июля 2008 года №12 врача-дерматолога повреждение кожи стоп произошло вследствие ожога, возникшего в результате попадания на кожу ядовитых химических веществ.

Отремонтированную ответчиком пару обуви я сдала в экспертное учреждение-ООО «Бюро экспертиз №23», имеющее соответствующую лицензию. По заключению эксперта, окрашивание моих босоножек было произведено красителем, не предназначенным к использованию для окрашивания одежды и обуви по причине повышенного содержания в нём токсичных и ядовитых веществ. Кроме того, экспертиза указала на несоответствие качества клея, которым были приклеены подошвы.

#### **Ситуация 2**

Изучите ситуацию и прокомментируйте ее согласно Закону «О защите прав потребителей», используя статьи 18-24. Купила в магазине электрический чайник. Включила и пошла в ванну. Когда пришла, то увидела, что чайник не отключился и паром повредил полировку мебели. Могу ли я предъявить претензию к продавцу, у которого я купила чайник?

Да. В соответствии со ст. 18 Закона "О защите прав потребителей", можно расторгнуть договор купли-продажи чайника и вернуть уплаченную за него сумму. Кроме того, вы можете сделать экспертизу вашего имущества. Если экспертиза подтвердит факт причинения вреда вашему имуществу чайником, то вы имеете право и на возмещение вреда, причиненного некачественным товаром.

#### **Ситуация 3**

Подлежит ли обмену или возврату компьютерный диск с играми, если он в рабочем состоянии, но с большими системными требованиями, а мой компьютер слабоват для него. Продавец не предупредил и не спрашивал о системных требованиях моего компьютера.

#### **Ситуация 4**

Купил цифровой фотоаппарат "Пентакс", который постоянно «зависал» и выдавал ошибки. Отдал его в ремонт. Прошло уже 2,5 месяца, а его все ремонтируют. Говорят, что ждут поставку запчастей, хотя, по моим сведениям, за это время было уже 3-4 завоза запчастей. Что мне делать и могу ли я расторгнуть с ними

#### **Ситуация 5**

Купила в дорогом магазине футболку. Постирала ее в соответствии с указаниями на ярлыке, а она полиняла так, что одеть теперь ее невозможно. В магазине мне сказали, что они не знают, как я ее стирала и что с ней делала, поэтому возвращать деньги мне не будут. Как мне поступить в такой ситуации?

В тетради оформить отчет.

#### **Содержание отчета:**

1.Номер ПР 2.Название ПР 3.Цели работы 4. Оформленные задания письменно.

### **Контрольные работы**

**Время на выполнение: 20 - 40 мин.**

#### **Критерий оценивания:**

За правильное и своевременное выполнение практической работы выставляется положительная оценка – 15 баллов.

За невыполнение 50% практической работы - минус 5 баллов;

За незначительные ошибки или погрешности, если они исправлены самостоятельно - минус 1 - 3 балла.

#### **Оценки:**

«5» - 14-15 баллов

«4» - 12-13 баллов

«3» - 9-11 баллов

«2» - менее 9 баллов

## **2.4. КОМПЛЕКТ КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ**

### **Контрольная работа № 1**

На каждый вопрос может быть выбран один или несколько правильных ответов. Для некоторых тестов следует самостоятельно подобрать недостающее слово.

## **Раздел 1. Организация розничной торговой сети.**

### **Тема 1.1. Розничная торговая сеть.**

1. .... – отрасль народного хозяйства обеспечивающая обращение товаров, их движение из сферы производства в сферу потребления.  
а) Рынок      б) Торговля в) Выставка      г) Ярмарка
2. Главная задача торговли:  
а) получение прибыли      б) реклама продукции предприятий      в) реализация товаров
3. Вид торговли с последующей перепродажей называется .....  
а) Оптовая      б) Розничная      в) Индивидуальная
4. К какой типизации торговых предприятий относится следующая характеристика:  
«..... - существуют при предприятиях для реализации свежей продукции этих предприятий».  
а) универсам      б) торговый дом      в) гастроном      г) фирменный магазин
5. По ассортименту реализуемых товаров торговые предприятия делятся:  
а) продовольственные      б) непродовольственные      в) оптовые рынки  
г) смешанные      д) супермаркеты      к) специализированные
6. Какие требования не предъявляются к размещению предприятий торговой сети:  
а) магазины максимально приближены к населению;  
б) возможность приобретения товаров сложного ассортимента жителями ближайшего микрорайона;  
в) равномерно по всей территории с учетом плотности населения;  
г) равномерно, пропорционально численности населения, размещены однотипные магазины.
7. Как называется помещение со специально оборудованной основной частью территории магазина, предназначенное для обслуживания покупателей.  
а) подсобное помещение      б) торговым залом      в) кассовая зона
8. Специально оборудованная часть площади торгового зала, предназначенная для расчетов с покупателями за товары в зонах самообслуживания магазинов, в пределах которой сосредоточенно более одной контрольно-кассовой машины называется .....  
а) контрольно-кассовый узел      б) торговым залом      в) отделом заказов
9. К какому виду помещения магазина относятся: разгрузочная, приемочная, кладовая, фасовочная, комплектующая отдела заказов и др.  
а) торговые помещения      б) подсобные помещения  
в) технические помещения      г) административные помещения  
д) помещения для приемки, хранения и подготовки товаров к продаже
10. Какие из требований не относятся к планировке торгового зала?  
а) благоприятная атмосфера в торговом зале  
б) удобное для покупателей расположение входов, выходов, отделов  
в) эффективное использование площади торгового зала  
г) обеспечение свободного движения потоков покупателей
11. Кто из перечисленного персонала относится к техническим исполнителям?  
а) гл. бухгалтер      б) товаровед      в) секретарь      г) кладовщик  
д) подсобный рабочий      к) старший кассир
12. Как называется набор товаров, объединенных по какому-либо одному или совокупности признаков?  
а) перечень      б) ассортиментом      в) список      г) каталог
13. Процесс формирования ассортимента товаров в магазинах заключается в определении ..... ассортимента реализуемых в нем товаров и ..... ассортимента. Какие слова необходимо вставить?  
а) широты      б) глубины      в) объёма      г) вида
14. Какую работу выполняют торговые работники, посещая оптовые склады, оптовые ярмарки, оптовые рынки и предприятия поставщиков?  
а) заключают договор      б) знакомятся с ассортиментом      в) закупают товар
15. В зависимости от количества признаков, по которым классифицируются товары, ассортимент может быть:  
а) модным      б) специальным      в) простым      г) сложным
16. К какому виду товарного спроса относятся товары производимые в определенный период года?  
а) товары повседневного спроса      б) товары периодического спроса

- в) товары редкого спроса      г) сезонные товары      д) сопутствующие товары
17. Маршруты поставки товаров с эффективно использованной грузоподъемностью автомобилей и оптимально низкой затратой времени на дорогу бывают:
- а) линейные маршруты      б) кольцевые маршруты      в) ежедневные маршруты
18. Основная функция упаковки -- это обеспечение сохранности товаров, возможности многократного использования тары, невысокая стоимость и .....
- а) экономичность      б) эстетичность      в) экологичность
19. По конструктивным особенностям тара бывает
- а) тара-оборудование      б) разборная      в) неразборная
- г) многоразовая      д) складная
20. .... тару в специально отведенных помещениях или под навесом, защищающим ее от воздействия прямых солнечных лучей и атмосферных осадков.
- а) Хранят      б) Демонтируют      в) Принимают      г) Ремонтируют

### **Контрольная работа № 2**

**Время на выполнение: 20 мин.**

**Критерий оценивания:**

За правильные ответы на вопросы выставляется положительная оценка – по 1 баллу.

За неправильный ответ на вопрос выставляется отрицательная оценка – 0 баллов.

**Оценки:**

«5» - 20 баллов

«4» - 16-19 баллов

«3» - 10-15 баллов

«2» - менее 10 баллов

## **Раздел 2. Основы маркетинговой деятельности и менеджмента в торговле.**

### **Тема 2.1. Технология товародвижения**

1. Какие документы относятся к сопроводительным?
 

а) накладная      б) заявка      в) счет-фактура      г) акт
2. Документ на основании которого производится оплата поставки товара.
 

а) акт      б) договор      в) счет
3. При приемке товара на упаковке или сопроводительном документе должен быть обязательно указана информация .....
 

а) о сроках годности      б) о количестве      в) о производителе      г) о сертификации
4. В случае обнаружения недостачи или выявления несоответствия составляется
 

а) уведомление      б) жалоба      в) претензия      г) акт
5. С приемкой товара по качеству также производится проверка
 

а) комплектности      б) тары      в) упаковки      г) фасовки      д) маркировки
6. При отсутствии соответствующих механизмов высота укладки товаров в штабеля не должна превышать .....
 

а) 1 м      б) 1,5 м      в) 2 м      г) 2,5 м      д) 3 м
7. Период, в течение которого свойства товара, указанные в документации, не изменяются.
 

а) срок хранения      б) срок годности      в) срок реализации
8. При хранении товаров нужно строго соблюдать
 

а) технику безопасности      в) температурный режим      г) влажность воздуха
9. Естественная убыль продовольственных товаров возникает в следствие:
 

а) усушки и выветривания      б) распыла и раскрошки      в) утечки и разлива

г) расхода веществ на дыхание      д) фасовки и упаковки
10. Распределение товаров на площади торгового зала в соответствии с планом помещения называется .....
 

а) размещением      б) выкладкой      в) оформлением
11. При размещении товаров в торговом зале их стремятся подбирать по .....
 

а) назначению      б) взаимозаменяемости      в) дизайну

г) комплексного потребления      д) товарному соседству
12. Товары, пользующиеся редким спросом, а также более дорогие товары выкладываются
 

а) на верхних полках      б) на нижних полках      в) на отдельных витринах
13. Внимание покупателей привлекает обычно товар, расположенный на полках высотой
 

а) 20-80 см      б) 80-160 см      в) 160-200 см
14. Пополнение оборудования товарами продавец должен производить
 

а) до открытия магазина      б) в течение рабочего дня      в) перед закрытием магазина

15. При каком методе продаж объем продажи товаров за счет высокой пропускной способности магазина очень высок?

- а) самообслуживание      б) через прилавок      в) по образцам
- г) по предварительному заказу      д) через интернет

16. При продаже плодоовощных товаров продавец обязан проводить отсортировку брака некачественной продукции?

- а) да      б) нет      в) при необходимости

17. При продаже технически сложных товаров, какие документы подлежат обязательному заполнению?

- а) кассовый чек      б) товарный чек      в) технический паспорт
- г) сопроводительный документ

18. Чек ККМ на приобретение товара действителен .....

- а) в день продажи      б) в течение суток      в) в течение 3 суток      г) в течение 7 суток

19. К передвижным средствам торговли относятся специально оборудованные приспособления для торговли в развоз и в разнос, называется .....

- а) киоски      б) ларьки      в) лотки      г) автомагазины      д) торговые автоматы

20. При какой форме продаж покупатель получает через курьера или по почте, при этом оплата осуществляется наличными (курьеру), перечислением на счет продавца, наложенным платежом или посредством кредитной карты?

- а) сетевой маркетинг      б) посылочная торговля      в) электронная торговля

### **Контрольная работа № 3**

**Время на выполнение: 20 мин.**

**Критерий оценивания:**

За правильные ответы на вопросы выставляется положительная оценка – по 1 баллу.

За неправильный ответ на вопрос выставляется отрицательная оценка – 0 баллов.

**Оценки:**

«5» - 20 баллов

«4» - 16-19 баллов

«3» - 10-15 баллов

«2» - менее 10 баллов

### **Тема 2.2. Реклама. Правила особых видов торговли.**

1. Одним из эффективных маркетинговых мероприятий, позволяющих стимулировать покупки, тем самым и стимулировать уровень продаж является .....

- а) организация распродаж      б) световая реклама
- в) процентные скидки      г) благоприятная атмосфера в торговом зале

2. Посредством чего покупатели приобретают сведения об основных правилах обращения с товарами, способах их применения и хранения?

- а) консультирования покупателей      б) торговой рекламы      в) дизайна магазина

3. Один из самых дешевых видов рекламы с предоставлением краткой информации о товаре, услуге или акции.

- а) реклама в прессе      б) рекламные печатные издания      в) наружная реклама
- г) световая реклама      д) реклама на транспорте      к) телевизионная реклама

4. .... - это архитектурный облик здания, и витрины окна, и вывески магазина.

- а) Интерьер      б) Фасад      в) Дизайн      г) Реклама

5. К средствам внутримагазинной рекламы относят:

- а) плакаты      б) буклеты      в) указатели      г) витрины      д) дегустации товаров

6. Организация или индивидуальный предприниматель осуществляющие ..... товара с последующей реализацией из другой страны на территорию РФ.

- а) импорт      б) экспорт

7. Период по истечении которого товар считается непригодным для использования по назначению, называется .....

- а) срок службы      б) срок годности      в) гарантийный срок

8. На вывеске торговой организации должны быть указаны:

- а) наименование организации      б) наименование товара      в) режим работы
- г) место нахождения      д) предоставляемые услуги

9. При оформлении ценника на товар указывается наименование товара, цена за ....., подпись материально ответственного лица или печать и дата оформления.

- а) за кг      б) за единицу      в) за вес      г) за литр      д) за шт.

10. Покупатель имеет право обменять товар надлежащего качества на аналогичный, но другого размера, формы, цвета, габарита, фасона, комплектности с доплатой или без в течение .....

- а) суток б) 3 дней в) 7 дней г) 10 дней д) 14 дней к) месяца

**Время на выполнение: 10 мин.**

**Критерий оценивания:**

За правильные ответы на вопросы выставляется положительная оценка – по 1 баллу.

За неправильный ответ на вопрос выставляется отрицательная оценка – 0 баллов.

**Оценки:**

«5» - 10 баллов

«4» - 8-9 баллов

«3» - 5-7 баллов

«2» - менее 5 баллов

## 3. КОНТРОЛЬНО-ИЗМЕРИТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

### 3.1. Задания для проведения дифференцированного зачета.

#### ЗАДАНИЕ № 1

**Текст задания:** \_\_\_\_\_

**Условия выполнения задания.**

1. Место выполнения задания: кабинет «Организации и технологии розничной торговли».

2. Максимальное время выполнения задания: 35 мин.

3. Вы можете воспользоваться предложенной литературой, ресурсами сети Интернет.

**Условия выполнения задания:** дайте правильные ответы на вопросы.

**Время на выполнение работы по вариантам: 35 мин.**

#### 1 ВАРИАНТ

<b>Вопросы:</b>	
1. Торговля товарами с последующей перепродажей или профессиональным использованием называется, .....	
2. .... ассортимент товаров, классифицируемый более чем по трем признакам.	
3. .... - средство или комплекс средств, обеспечивающих защиту продукции от повреждений или потерь, окружающей среды от загрязнений, а также процесс обращения продукции.	
4. Товарная накладная является одним из основных товаросопроводительных документов являющимся основанием для ..... товара.	
5. .... обслуживание – деятельность продавца при непосредственном воздействии с покупателями, направленное на удовлетворение потребностей покупателя, в процессе приобретения товара или услуги.	
6. Стимулирование продажи товаров представляет собой комплекс мероприятий, направленных на привлечения большего числа покупателей с целью ..... сбыта товаров.	
7. Учащиеся профессиональных училищ перед прохождением производственной практики в продовольственных магазинах должны пройти.	
8. К стационарной торговой сети относятся:	а) все торговые организации (точки) б) универмаги, павильоны, киоски в) палатки, автомагазины
9. Представляет собой создание специализированных магазинов, вызвано сложностью ассортимента отдельных товарных групп, а также необходимостью особых помещений и оборудования.	а) специализация б) типизация в) стандартизация
10. Магазины, осуществляющие торговлю товарами нескольких родственных групп товаров, связанных между собой общностью спроса.	а) универсальные б) специализированные в) комбинированные
11. Оснащенное торговым оборудованием строение (здание), не имеющее торгового зала и помещения	а) магазин б) павильон

для хранения товаров, рассчитанное на одно продавца.	в) ларек г) минимаркет
12. Планировка, представляющая собой разбивку всей площади торгового зала на изолированные друг от друга отделы.	а) линейная б) боксовая в) выставочная г) смешанная
13. Товары, приобретаемые регулярно, но через более длительный промежуток времени, называются товары .....	а) повседневного спроса б) периодического спроса в) редкого спроса г) сезонные д) сопутствующие
14. Какой метод доставки товаров более экономичен?	а) Транзитный б) Складской
15. Метод доставки товара силами и средствами поставщика.	а) централизованная б) децентрализованная
16. Какой документ является основанием для завоза товаров в магазин?	а) договор б) накладная в) заявка
17. Сплошной подсчет всех товаров в магазине (по количеству и объему).	а) расчетный метод б) оперативный учет в) инвентаризация г) балансовый метод
18. На какие виды не подразделяется тара, в зависимости от материала изготовления?	а) полимерная и комбинированная б) деревянная, картонная, бумажная и текстильная в) химическая и натуральная г) металлическая, стеклянная и керамическая
19. В каких случаях тара подлежит возврату?	а) если это указано в накладной б) если это указано в договоре между организациями в) если это указано в акте при приемке товара
20. Как называется тара, предназначенная для хранения и транспортирования товаров и продажи товаров?	а) потребительская тара б) транспортная в) тара-оборудование
21. Обязательный документ при оформлении получения (отгрузки) товаров.	а) счет-фактура б) акт приемки в) товарная накладная г) сертификат
22. Установленный период, по истечении которого товар считается непригодным для употребления.	а) срок годности б) срок хранения в) срок реализации
23. Продовольственные товары, расфасованные и упакованные изготовителем, подлежат дополнительному взвешиванию?	а) да, в любом случае б) нет, это не обязательно в) да, если масса указана на упаковке
24. Упаковка должна обладать низким коэффициентом собственной массы, это относится к ..... требованиям.	а) дизайнерские б) технические в) экономические г) эстетические
25. Проведение рекламных презентаций товаров (показ или дегустация) относится к услугам .....	а) по оказанию помощи в совершении покупки б) информационно-консультационной в) по созданию удобств покупателям
26. Покупатель самостоятельно осматривает, отбирает и доставляет товар к расчетному узлу.	а) самообслуживание б) продажа с открытой выкладкой в) продажа через прилавки
27. Изготовитель или продавец издает каталог, в котором описывает товар, указывает цену и распространяет его среди своих будущих покупателей.	а) личные продажи б) продажа через автоматы в) почтовая торговля г) интернет-торговля д) выставки-продажи
28. Реклама, обладающая неограниченными	а) световая

возможностями и воздействующая с помощью изображения, цвета, звука и убеждения аргументами.	б) телевизионная в) радиореклама г) реклама на транспорте
29. Акция продажи товаров, приуроченная к праздничной дате или проведения фирмой рекламной компании.	а) предоставление образцов товаров б) проведение в магазине лотереи в) продажа по сниженным ценам г) продажа со скидкой
30. Приставки к метрическим единицам Дека, Гекто, Кило.	а) уменьшающие б) увеличивающие
31. Цена, которая устанавливается продавцом товара с учетом конъюнктуры рынка, спроса и предложения.	а) оптовая цена б) розничная цена в) свободная цена г) договорная цена
32. Разница между фактической массой тары и массой, указанной на маркировке, называется	а) масса брутто б) масса нетто в) завес тары

## 2 ВАРИАНТ

<b>Вопросы</b>	
1. Торговля товарами и оказание услуг покупателям для личного, семейного, домашнего использования называется, .....	
2. .... ассортимент товаров, классифицируемый не более чем по трем признакам.	
3. Основной элемент упаковки, представляющий изделие для размещения и перемещения продукции.	
4. .... документы – это документы, которыми оформляется движение товара от поставщика к потребителю.	
5. .... – это процесс расположения, укладки и показа товаров на торговом оборудовании.	
6. Стимулирование продажи товаров представляет собой комплекс мероприятий, направленных на привлечения большего числа покупателей с целью ..... сбыта товаров.	
7. Обучающиеся техникума перед прохождением производственной практики в продовольственных магазинах должны пройти	
8. К нестационарной торговой сети относятся:	а) все торговые организации (точки) б) универмаги, павильоны, киоски в) палатки, автомагазины
9. Представляет собой систему мероприятий, направленных на отбор рациональных типов магазинов, которые являются экономически эффективными и обеспечивают высокое качество обслуживания.	а) специализация б) типизация в) стандартизация
10. Оборудованное строение, имеющее торговый зал, рассчитанное на одно или несколько продавцов и помещение для хранения товаров.	а) универмаг б) павильон в) киоск г) минимаркет
11. .... – это комната персонала, помещения для приема пищи, главная касса, медпункт и т.д.	а) торговые помещения б) подсобные помещения в) административно-бытовые помещения г) технические помещения
12. Планировка, применяемая в магазинах для демонстрации товаров на стендах, манекенах, стеллажах, расположенных на специально отведенной для показа площади.	а) линейная б) боксовая в) выставочная г) смешанная
13. Товары, приобретаемые один раз в несколько лет, называются товарами .....	а) повседневного спроса б) периодического спроса в) редкого спроса

	г) сезонные д) сопутствующие
14. К важнейшим элементам закупочной работы относится установление хозяйственных связей с .....	а) администрацией б) покупателями в) налоговым органом г) поставщиками
15. Коммерческий документ, представляющий договор поставки товаров, оформленный поставщиком и покупателем	а) оферта б) договор купли-продажи в) типовой контракт
16. Какой документ обязан предъявить экспедитор при доставке товара?	а) договор б) накладную в) заявку
17. Что не является необходимостью образования товарных запасов?	а) сезонные колебания в производстве и потреблении товаров б) особенности в территориальном размещении производства в) удовлетворение потребностей оптовых и розничных покупателей г) условия транспортировки товаров
18. Как называется тара, имеющая низкую массу, высокую механическую прочность, низкую влагопроницаемость?	а) деревянную б) бумажную в) металлическую г) полимерная
19. Какие требования не предъявляются к таре и упаковке?	а) обеспечение сохранности товаров б) дизайнерское оформление в) многократность использования тары г) невысокая стоимость и экологичность
20. Период времени, в течение которого свойства товаров не изменяются, но при истечении которого, потребительские свойства товаров снижаются.	а) срок годности б) срок хранения в) срок реализации
21. Облагораживание товара перед продажей это:	а) отчистка от пыли б) расфасовка в) устранение неисправностей г) упаковка
22. Товарные потери не относящиеся к естественной убыли:	а) бой б) усушка в) порча г) утечка
23. Покупатель знакомится с ассортиментом самостоятельно, а консультирует, упаковывает и отпускает товар продавец.	а) самообслуживание б) продажа с открытой выкладкой в) продажа через прилавки г) индивидуальное обслуживание
24. Покупка и получение товара посредством механического устройства.	а) продажа через автоматы б) посылочная торговля в) интернет-торговля г) выставки-продажи
25. Кто сдает товар на комиссию с целью продажи его комиссионером за вознаграждение?	а) покупатель б) комитент в) комиссионер
26. Реклама, рассчитанная на проходящих или проезжающих мимо людей с целью донести информацию за короткое время.	а) световая реклама б) телевизионная реклама в) наружная реклама г) реклама на транспорте
27. Организация независимо от ее организационно-правовых форм, а также ИП, производящие товары для реализации потребителям.	а) потребитель б) изготовитель в) исполнитель



	г) импортер
28. Определение качества товаров с помощью органов чувств.	а) органолептический метод б) измерительный метод
29. Организация независимо от ее организационно-правовых форм, а также ИП, осуществляет поставку товара для его последующей реализации на территории РФ.	а) потребитель б) изготовитель в) исполнитель г) импортер
30. Приставки к метрическим единицам Деци, Санти, Милли.	а) уменьшающие б) увеличивающие
31. Цена, которая устанавливается по договоренности между производителем (продавцом) и потребителем (покупателем) товаров и услуг.	а) оптовая цена б) розничная цена в) свободная цена г) договорная цена
32. Разница между фактическим весом тары и ее весом по документам называется	а) масса брутто б) масса нетто в) завес тары

#### **Критерии оценивания результатов тестирования:**

**Вопросы: первого уровня** (с 8 по 32 вопрос) – по 1 баллу;

**второго уровня** (с 1 по 7 вопрос) – по 2 балла.

**Оценка:**

**38 – 39 баллов** – 5 «отлично».

**35 - 37 баллов** – 4 «хорошо».

**29 - 34 баллов** – 3 «удовлетворительно».

**Менее 29 баллов** – 2 «неудовлетворительно».

#### **4. СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:**

##### **Основные источники:**

1. Памбухчиянц О.П. Технология розничной торговли: Учебное пособие для НПО – М: Издательско-торговая корпорация “Дашков и К”, 2015 г.
2. Козюлина Н.С. Продавец, контролер-кассир: Учебник -- М.: Издательско-торговая корпорация “Дашков и К”, 2015 г.
3. Под редакцией Брагина Л.А. Технология розничной торговли: Учеб.пособие для НПО – М.: Изд. центр “Академия”, 2015 г.
4. Голубкин Т.С. Розничная торговля продовольственными товарами: учебник для НПО - М.: Изд. центр “Академия”, 2015 г.
5. Рубцова Л.И. Продавец: учебное пособие для НПО - Ростов н/Д.: Издательство "Феникс", 2015 г.
6. Памбухчиянц О.П. Пособие для продавца продовольственных товаров: Учебное пособие для НПО – М: Издательско-торговая корпорация “Дашков и К”, 2015 г.

##### **Дополнительные источники:**

1. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 09.01.1996 N 2-ФЗ, от 17.12.1999 N 212-ФЗ, от 30.12.2001 N 196-ФЗ.
2. Постановление Правительства РФ от 19 января 1998 г. N 55 "Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации" С изменениями и

дополнениями от: 20 октября 1998 г., 2 октября 1999 г., 6 февраля 2002 г., 12 июля 2003 г., 1 февраля 2005 г., 8 февраля, 23 мая, 15 декабря 2006 г., 27 марта 2007 г., 27 января 2009 г., 21 августа, 4 октября 2012 г.

#### 2.4. Пакет экзаменатора<sup>1</sup>

ПАКЕТ ЭКЗАМЕНАТОРА		
<b>Задание</b> <hr/> <i>указывается тип задания (теоретическое, практическое), номер задания и его краткое содержание</i>		
<b>Результаты освоения</b> (объекты оценки)	<b>Критерии оценки результата</b> (в соответствии с разделом 1 «Паспорт комплекта контрольно- оценочных средств»)	<b>Отметка о выполнении</b>
<b>Условия выполнения заданий (если предусмотрено)</b>  Время выполнения задания мин./час. <i>(если оно нормируется)</i> _____ Требования охраны труда: _____ <i>инструктаж по технике безопасности, спецодежда, наличие инструктора и др.</i> Оборудование: _____ Литература _____ для _____ экзаменуемых _____ (справочная, методическая и др.) _____ Дополнительная литература для экзаменатора (учебная, нормативная и т.п.) _____		

<sup>1</sup>Пакет экзаменатора может быть сформирован как по всем заданиям (если оценивание проводится одновременно и / или объем заданий невелик), так и по каждому заданию (если оценивание рассредоточено во времени и проводится по накопительной системе и / или объем заданий велик). Приведен макет для одного задания.