Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 17.11.2026 14:10:38
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e449cd8bfce392f7224a676a271b2

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

КАФЕДРА ТОВАРОВЕДЕНИЯ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ И КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой товароведения
непродовольственных товаров
и креативной индустрии
_____ Н.А. Ольмезова
(подпись)
18 февраля 2026 год

КАФЕДРА ТОВАРОВЕДЕНИЯ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ И КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по дисциплине

«ТОВАРОВЕДНЫЕ АСПЕКТЫ МАРКЕТНГА»

38.03.07 Товароведение
(код и наименование направления подготовки (специальности))

Товароведение непродовольственных товаров и коммерческая деятельность
(наименование профиля подготовки (специальности, магистерской программы)

Разработчик:

к.э.н., доцент _____ А. А. Ткаченко
(должность) (подпись)

ОМ рассмотрены и утверждены на заседании кафедры
от «18» февраля 2026г., протокол № 24

Донецк 2026 г.

Паспорт

оценочных материалов по дисциплине

Товароведные аспекты маркетинга

Перечень компетенций (элементов компетенций), формируемых в результате освоения дисциплины (модуля)

«Товароведные аспекты маркетинга»

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Контролируемые разделы (темы) дисциплины (модуля), практики*	Этапы формирования (семестр изучения)
1	ПК-1. Способен оценивать и анализировать факторы и критерии формирования товарного ассортимента	ИДК-1$_{ПК-1}$. Идентифицирует и устанавливает ассортиментную принадлежность товаров, в том числе основываясь на цифровую маркировку ИДК-2$_{ПК-1}$. Анализирует и формирует оптимальную структуру товарного ассортимента с учетом требований безопасности, спроса ИДК-3$_{ПК-1}$. Умеет выявлять и анализировать текущие тренды в креативной индустрии, а также устанавливать потребительские предпочтения	Тема 1. Развитие рынка и обеспечения потребностей населения в непродовольственных товарах. Тема 2. Системный анализ развития товарного рынка. Тема 3. Внедрение на товарном рынке новых товаров. Тема 4. Системный анализ комплексной оценки качества и конкурентоспособности товаров. Тема 5. Товароведная оценка видового ассортимента товаров.	3

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания

Таблица 1 – Показатели оценивания компетенций

№ п/п	Код контролируемой компетенции	Показатель оценивания (знания, умения, навыки)	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Наименование оценочного материала
1	ПК-1. Способен оценивать и анализировать факторы и критерии формирования товарного ассортимента	ИДК-1$_{ПК-1}$. Идентифицирует и устанавливает ассортиментную принадлежность товаров, в том числе основываясь на цифровую маркировку ИДК-2$_{ПК-1}$. Анализирует и формирует оптимальную структуру товарного ассортимента с учетом требований безопасности, спроса ИДК-3$_{ПК-1}$. Умеет выявлять и анализировать текущие тренды в креативной индустрии, а также устанавливать потребительские предпочтения	Тема 1. Развитие рынка и обеспечения потребностей населения в непродовольственных товарах. Тема 2. Системный анализ развития товарного рынка. Тема 3. Внедрение на товарном рынке новых товаров. Тема 4. Системный анализ комплексной оценки качества и конкурентоспособности товаров. Тема 5. Товароведная оценка видового ассортимента товаров.	Реферат Устный опрос Тесты Реферат Тесты

Таблица 2 – Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Реферат»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
8-10	Реферат представлен на высоком уровне (автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее, владеет профильным понятийным (категориальным) аппаратом и т.п.)
5-7	Реферат представлен на среднем уровне (обучающийся кратко изложил в письменном виде результаты теоретического анализа учебно-исследовательской темы, привел аргументы в пользу своих суждений, допустив некоторые неточности и т.п.)
1-4	Реферат представлен на низком уровне (обучающийся допустил существенные неточности, изложил материал с ошибками, не владеет в достаточной степени профильным категориальным аппаратом и т.п.)
0	Реферат представлен на неудовлетворительном уровне или не представлен (обучающийся не готов, не выполнил задание и т.п.)

Таблица 2 – Критерии и шкала оценивания по оценочному материалу «Устный опрос»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
8-10	Обучающийся свободно владеет и оперирует знаниями при устном опросе
5-7	Обучающийся владеет и оперирует знаниями при устном опросе с определенными затруднениями при защите
1-4	Обучающийся владеет и оперирует знаниями при устном опросе с большими затруднениями
0	Ответы на вопросы не даны

Таблица 3 – Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «Тест»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерии оценивания
8-10	Ответы на тестовые задания показали высокий уровень знаний (правильные ответы даны на 90-100% вопросов)
5-7	Ответы на тестовые задания показали средний уровень знаний (правильные ответы даны на 75-89%вопросов)
1-4	Ответы на тестовые задания показали низкий уровень знаний (правильные ответы даны на 60-74%вопросов)
0	Ответы на тестовые задания показали неудовлетворительный уровень знаний (правильные ответы даны менее чем на 60% вопросов)

Таблица 4 – Перечень оценочных материалов

№ п/п	Наименование оценочного материала	Краткая характеристика оценочного материала	Представление оценочного материала в перечне
1	Реферат	Продукт самостоятельной работы обучающегося, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов
2	Устный опрос	Средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой учебной дисциплиной, и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по учебной дисциплине или определенному разделу, теме, проблеме и т.п.	Вопросы по темам/разделам учебной дисциплины

3	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий

Темы рефератов:

1. Оценка показателей ассортимента товаров по компьютерной программе.
2. Составление рекламных текстов на отдельные виды товаров.
3. Оценка видового ассортимента непродовольственных товаров.
4. Определение конкурентоспособности отдельных видов товаров.
5. Определение степени новизны товаров-новинок.
6. Провести анализ маркировки различных непродовольственных товаров.
7. Товароведный анализ престижа производителей товаров и продавцов торговой марки "Бренд".
9. Методы оценки конкурентоспособности исследуемого товара по сравнению с товаром - конкурентом.
10. Тенденции развития науки и техники - показатели формирования конкурентоспособности товаров.
11. Информативность товара (элементы и требования к товарной информации).
12. Параметры, характеризующие товары при оценке конкурентоспособности.
13. Стандартизированные и регламентированы показатели качества товаров - составляющие конкурентоспособности товаров.
14. Цена потребления товара (составляющие, одноразовые и текущие расходы потребителя).
15. Выбор товаров - аналогов и критериев отбора товаров - образцов как первый этап оценки конкурентоспособности.
16. Формы опроса потребителей товаров.
17. Имидж товара.
18. Освоение рынка новыми товарами.
19. Функционирование товарного рынка.
20. Принципы оценки конкурентоспособности товаров.
21. Товароведная оценка видового ассортимента товаров.
22. Суть и значение изучения потребительских оценок товаров.
23. Виды кодовых систем товаров.
24. Показатели конкурентоспособности товаров.
25. Товароведные аспекты классификации товаров.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков

Для успешного освоения дисциплины важно соблюдать следующие рекомендации: перед непосредственным изучением курса ознакомиться (изучить) все составляющие программы, учитывая, что она изучается не отдельно, а в составе всей программы обучения по направлению подготовки. Самостоятельная работа обучающегося в рамках данного курса в основном состоит в подготовке к лекциям и в работе с литературой.

Кроме того, в процессе подготовки к зачету настоятельно рекомендуется обращаться к программе курса и прорабатывать каждый вопрос в каждой теме с использованием всех имеющихся в распоряжении обучающегося ресурсов – материалов лекций, практических занятий, основной и дополнительной литературы, учебных пособий, методических рекомендаций. Рекомендуется обсуждать любые возникшие в ходе подготовки вопросы, проблемы и неясности с преподавателем, не откладывая это обсуждение до зачетной

сессии. Проконсультироваться с преподавателем можно во время и после лекционных и практических занятий, в часы консультаций и, по предварительной договоренности, в другое время, а также по электронной почте. Эти виды работы предстоит осуществлять как в пассивной, так и в активной формах, что обеспечит диалектику обучения и самообучения, подготовки и самоподготовки, что будет стимулировать самостоятельность будущего специалиста. К числу пассивных методов относятся посещение лекций, практических занятий, консультаций, ведение конспектов.

Элементом как активной, так и пассивной работы по освоению темы является самостоятельная работа. Она является необходимой на всей стадиях и при всех формах изучения предмета. Важно помнить: без самостоятельной работы невозможно серьезное освоение любого курса. Надо быть готовым к тому, что по времени, затраченном на дисциплину, она будет превалировать над иными видами работы. Освоению учебного материала большую помощь окажет личный творческий подход, связанный с дополнительным просмотром материала по отдельным темам в библиотеках и системе «Moodle».

В процессе освоения курса важной стороной является работа на самой лекции. В зависимости от уровня индивидуальной подготовки рекомендуется сокращенное или полное конспектирование лекции. «Бумажный» вариант конспекта должен иметь рабочее поле, на котором выносятся отдельные вопросы, которые возникают в ходе прослушивания лекции или работы с ее конспектом, разного рода дополнения по курсу. Рекомендуется выработать свой стиль опорного конспекта и сокращения живого текста. В конечном счете, это освободит обучающегося от «лишней» информации, даст возможность экономить сил и внимание.

Одной из форм самостоятельной работы является написание рефератов. Примерный перечень тем рефератов приводится выше. Рекомендации по написанию рефератов: на основе ознакомления с программой курса, в соответствии с желанием публичного выступления на семинаре или защиты материала на консультации осуществляется выбор темы. Желательный порядок работы над ней: изучение учебника по теме, в пределах которой выполняется реферат, прослушивание соответствующей лекции, подбор литературы, указанной в данной программе, привлечение дополнительной литературы или источников. При составлении плана реферата важно учесть правильную структуру: Введение. Основная часть. Заключение. Изучение их в соответствии с рекомендуемыми вопросами, расположение выписок по плану, смысловое соединение их, формирование текста в соответствии с объемом в пределах 10 – 15 листов формата А4 (1,5 интервала, шрифт Times New Roman. Размер шрифта 14, параметры страницы: левое, верхнее, нижнее поля – 25 мм, левое поле – 10 мм, отступы в начале абзаца 1,25 см; таблицы или рисунки – внутри текста, список использованной литературы – после текста).

Для оценки знаний обучающихся используют тестовые задания в закрытой форме. Тесты выполняются по всем трем модулям учебной дисциплины «Товароведные аспекты маркетинга». Решение тестового задания предполагает выбор под условие теста (в котором закодирован ответ) одного из вариантов предлагаемых решений, – наиболее адекватного, валидного в качестве решения. Правильное решение теста предполагает начисление баллов. Тесты выполняются в режиме/лимите времени – по 30 мин. Выполнение модульных тестовых контролей – однократно, повторное не предполагается. К выполнению тестовых заданий рекомендуется приступать после обстоятельного изучения тем (вопросов) модулей учебной дисциплины.

Устный опрос позволяет оценить знания и кругозор обучающегося, умение логически построить ответ, владение монологической речью и иные коммуникативные навыки. Опрос как важнейшее средство развития мышления и речи обладает большими возможностями воспитательного воздействия преподавателя. Обучающая функция состоит в выявлении деталей, которые по каким-то причинам оказались недостаточно

осмысленными в ходе учебных занятий и при подготовке к зачету. Опрос проводится на практических занятиях по изучаемой теме.

По дисциплине «Товароведные аспекты маркетинга», согласно рабочей программе, предусмотрен зачет, который проводится в устной форме.

Зачет проводится в том случае, если обучающийся в течение семестра не смог набрать необходимое количество баллов, которое соответствует его уровню знаний и желает улучшить свой результат. В процессе на зачете собеседования выявляется и оценивается уровень знаний обучающихся.

Система оценивания всех видов работ по дисциплине приведена в таблице 6.

Таблица 6 - Система начисления баллов по текущему контролю знаний

Максимально возможный балл по виду учебной работы					
Название смысловых модулей	Текущая аттестации				
	Собеседование (устный или письменный опрос)	Тест	Разноуровневые задачи и задания	Контрольная работа	Итого
Смысловой модуль 1.		25			
Смысловой модуль 2.	25				
Смысловой модуль 3.			50		
Итого					100

Таблица 7 - Распределение баллов, которые получают обучающиеся

Максимальное количество баллов за текущий контроль и самостоятельную работу								Максимальная сумма баллов
Смысловой модуль № 1		Смысловой модуль № 2			Смысловой модуль № 3			
Т1	Т2	Т3	Т4	Т5	Т6	Т7	Т8	100
15	15	15	10	10	10	10	15	

Перечень вопросов для подготовки к зачету:

1. Конкурентоспособность товара: источники преимуществ и проблем.
2. Способы продления жизненного цикла товара.
3. Инструментальное обеспечение процесса побуждения потребителя к покупке.
4. Влияние рекламы на человека как потребителя.
5. Консюмеризм – рыночная сила воли потребителей.
6. Товарные аспекты оценки деятельности предприятия.
7. Товар: функции удовлетворения и формирования потребителя.
8. Причины искажения информации о потребностях потребителей.
9. Методы прогнозирования: эвристические и экономико-математические.
10. Средства товарной информации.
11. Характеристика свойств безопасности потребления.
12. Характеристика экологических свойств товаров.
13. Исследование потребителей как основа формирования торгового ассортимента товаров.
14. Возврат покупателям недоброкачественных товаров: условия, сроки, необходимые документы.
15. Сертификация товаров как процесс защиты и безопасности потребителя.

16. Проблемы идентификации и фальсификации потребительских товаров.
17. Методы и формы воздействия на покупателя.
18. Характеристика свойств надежности товаров народного потребления.
19. Определение ценности товара для потребителя и его удовлетворение.
20. Привлечение и удержание потребителей.
21. Проблемы, связанные с разработкой нового товара.
22. Процесс принятия товара потребителями.
23. Классификация потребительских товаров.
24. Классификация товаров промышленного назначения.
25. Реакция на изменение цен конкурентов и потребителей.
26. Стандартизация товара – условие эффективности маркетинговой деятельности компании.
27. Гарантийное обслуживание – условие маркетинговых характеристик товара.