

**Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Саратовский социально-экономический институт (филиал)**

ОДОБРЕНО
решением Учебно-методического
совета протокол № 2
от 29 сентября 2017 года
председатель Учебно-методического
совета Саратовского социально-
экономического института (филиала)
РЭУ им. Г.В. Плеханова



О.Б. Мизякина

УТВЕРЖДЕНО
протоколом заседания
Ученого совета
протокол № 8
от 29 сентября 2017 года

Кафедра торгового дела сервиса и гостинично-туристического бизнеса

ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Б2.В.05 (Пд) Преддипломная практика

**Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело
Направленность (профиль) программы «Коммерция»**

Уровень высшего образования Бакалавриат

Программа подготовки академический бакалавриат

Саратов – 2017 г.

Рецензенты:

1. Гордашникова Ольга Юрьевна, д.э.н., профессор, заведующая кафедрой «Экономическая безопасность и управление инновациями» Саратовского государственного технического университета имени Гагарина Ю.А.
2. Симонов А.В. – генеральный директор ООО «Сибсар»
3. Санинский Сергей Александрович, д.э.н., доцент, заведующий кафедрой маркетинга, экономики предприятий и организаций Саратовского социально-экономического института (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова

Целью производственной практики «Преддипломная практика» по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело направленность (профиль) программы «Коммерция» является систематизация, обобщение материала и выполнение выпускной квалификационной работы, в том числе приобретение навыков самостоятельного принятия решений в сфере организации стратегического и тактического (оперативного) управления деятельностью предприятия; разработка направлений оптимизации и совершенствования деятельности предприятия.

Задачами производственной практики «Преддипломная практика» по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело направленность (профиль) программы «Коммерция» являются:

торгово-технологическая деятельность:

- управление товародвижением, его учет и оптимизация, минимизация потерь товаров, затрат материальных и трудовых ресурсов;
- участие в организации и осуществлении торгово-технологических процессов на предприятиях в сфере товарного обращения;
- участие в формировании ассортимента и оценке качества товаров;
- организация процесса обслуживания покупателей на предприятиях торговли;
- разработка и внедрение комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций по товародвижению и по движению товаров, в том числе с использованием рекламы.

организационно-управленческая деятельность:

- управление персоналом предприятия, организационно-управленческая работа с малыми коллективами;
- организация и планирование материально-технического обеспечения предприятия, закупки и продажи товаров;
- управление ассортиментом и контроль качеством товаров и услуг;
- обеспечение необходимого уровня качества торгового обслуживания потребителей;
- анализ и оценка профессиональной деятельности для разработки стратегии предприятия.

научно-исследовательская деятельность:

- организация, проведение маркетинговых исследований и оценка их эффективности;
- проведение научных исследований по отдельным разделам тем (этапам, заданиям);
- разработка инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности способность применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования.

проектная деятельность:

- прогнозирование бизнес-процессов предприятия и оценка их эффективности;
- разработка проектов профессиональной деятельности, разработка проектов торгово-технологических и логистических процессов и систем в области коммерции, маркетинга, рекламы, логистики и товароведения с использованием информационных технологий;
- анализ, оценка и разработка стратегии организации.

логистическая деятельность:

- выбор и формирование логистических цепей, разработка логистических цепей и схем в торговых организациях, управление логистическими процессами и определение оптимальных логистических систем.

Программа практики составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.11.2015 № 1334.

Составитель: Герчикова Е.З. к.э.н., доцент, заведующий кафедрой торгового дела, сервиса и гостинично-туристического бизнеса

(подпись составителя)

Программа практики рассмотрена на заседании кафедры торгового дела, сервиса и гостинично-туристического бизнеса, протокол № 1 от «28» августа 2017 г.

Заведующий кафедрой

(подпись)

Герчикова Е.З.

Одобрено советом факультета международного бизнеса и торговли, протокол № 1 от «29» августа 2017 г.

Председатель

(подпись)

Герчикова Е.З.

Рабочая программа практики согласована с представителями работодателей бизнес-сообществ или государственных органов управления:



(подпись)

Симонов А.В. – генеральный директор ООО «Сибсар»

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу практики, рассмотрены на заседании кафедры торгового дела, сервиса и гостинично-туристического бизнеса, протокол № 13 от «23» августа 2018 г.

Заведующий кафедрой _____ Герчикова Е.З.
(подпись) (Ф.И.О.)

Одобрено советом факультета международного бизнеса и торговли, протокол № 13 от «24» августа 2018 г.

Председатель _____ Герчикова Е.З.
(подпись) (Ф.И.О.)

Дополнения и изменения, внесенные в программу практики, рассмотрены на заседании кафедры торгового дела, сервиса и гостинично-туристического бизнеса,

протокол № ____ от « ____ » _____ 201 ____ г.

Заведующий кафедрой _____ Герчикова Е.З.
(подпись) (Ф.И.О.)

Одобрено советом факультета международного бизнеса и торговли, протокол № ____ от « ____ » _____ 201 ____ г.

Председатель _____ Герчикова Е.З.
(подпись) (Ф.И.О.)

Дополнения и изменения, внесенные в программу практики, рассмотрены на заседании кафедры торгового дела, сервиса и гостинично-туристического бизнеса,

протокол № ____ от « ____ » _____ 201 ____ г.

Заведующий кафедрой _____ Герчикова Е.З.
(подпись) (Ф.И.О.)

Одобрено советом факультета международного бизнеса и торговли, протокол № ____ от « ____ » _____ 201 ____ г.

Председатель _____ Герчикова Е.З.
(подпись) (Ф.И.О.)

Содержание

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ	5
1.1. Цель и задачи практики	5
1.2. Вид практики, способ и форма (формы) проведения практики	5
1.3. Место практики в структуре образовательной программы	6
1.4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы	8
1.5. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях или в академических часах	17
1.6. Формы контроля	17
II. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ	17
2.1. Структура и содержание преддипломной практики	17
2.2. Формы отчетности по практике	18
III. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ	20
3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	20
3.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	40
3.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы	69
3.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	70
IV. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ	73
4.1. Перечень учебной литературы, необходимой для проведения практики	73
4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для проведения практики	74
4.3. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)	75
4.4. Перечень материально-технической базы, необходимой для проведения практики	76
V. ПРИЛОЖЕНИЯ	78

І. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1. Цель и задачи практики

Целью производственной практики «Преддипломная практика» по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело направленность (профиль) программы «Коммерция» является систематизация, обобщение материала и выполнение выпускной квалификационной работы, в том числе приобретение навыков самостоятельного принятия решений в сфере организации стратегического и тактического (оперативного) управления деятельностью предприятия; разработка направлений оптимизации и совершенствования деятельности предприятия.

Задачами производственной практики «Преддипломная практика» по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело направленность (профиль) программы «Коммерция» являются:

торгово-технологическая деятельность:

- управление товародвижением, его учет и оптимизация, минимизация потерь товаров, затрат материальных и трудовых ресурсов;
- участие в организации и осуществлении торгово-технологических процессов на предприятиях в сфере товарного обращения;
- участие в формировании ассортимента и оценке качества товаров;
- организация процесса обслуживания покупателей на предприятиях торговли;
- разработка и внедрение комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций по товародвижению и по движению товаров, в том числе с использованием рекламы.

организационно-управленческая деятельность:

- управление персоналом предприятия, организационно-управленческая работа с малыми коллективами;
- организация и планирование материально-технического обеспечения предприятия, закупки и продажи товаров;
- управление ассортиментом и контроль качеством товаров и услуг;
- обеспечение необходимого уровня качества торгового обслуживания потребителей;
- анализ и оценка профессиональной деятельности для разработки стратегии предприятия.

научно-исследовательская деятельность:

- организация, проведение маркетинговых исследований и оценка их эффективности;
- проведение научных исследований по отдельным разделам тем (этапам, заданиям);
- разработка инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности способность применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования.

проектная деятельность:

- прогнозирование бизнес-процессов предприятия и оценка их эффективности;
- разработка проектов профессиональной деятельности, разработка проектов торгово-технологических и логистических процессов и систем в области коммерции, мар-

кетинга, рекламы, логистики и товароведения с использованием информационных технологий;

- анализ, оценка и разработка стратегии организации.

логистическая деятельность:

- выбор и формирование логистических цепей, разработка логистических цепей и схем в торговых организациях, управление логистическими процессами и определение оптимальных логистических систем.

1.2. Вид практики, способ и форма (формы) проведения практики

Вид практики для студентов направления 38.03.06 Торговое дело, (уровень бакалавриата) направленность образовательной программы (профиль) «Коммерция» - производственная практика.

Согласно Федеральному государственному образовательному стандарту высшего образования (далее - ФГОС ВО) по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Минобрнауки России от 12.11.1015 года № 1327, Блок 2 «Практики» в полном объеме относится к вариативной части образовательной программы. После выбора обучающимся направленности (профиля) программы набор практик становится обязательным для освоения обучающимся (п. 6.6 ФГОС ВО). В ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата) предусмотрена преддипломная практика.

Тип производственной практики - преддипломная практика.

Способом проведения производственной практики «Преддипломная практика», входящей в Блок 2 «Практики» учебного плана основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело направленность (профиль) программы «Коммерция» является стационарной и выездной.

Преддипломная практика проводится в государственных, производственно-предпринимательских и коммерческих структурах. В качестве базы производственной практики могут выступать предприятия сфер деятельности, связанных со снабжением, сбытом, логистикой, мерчендайзингом, маркетингом, а также специализированные отделы на предприятиях различных отраслей промышленности (в службах продаж и дистрибуции, планово-экономических службах, службах логистики, маркетинга, службах закупки); консалтинговых организациях сферы продаж, оптовых или розничных сетях, магазинах различных форм и др.

Местом прохождения производственной практики могут быть предприятия (организации) и учреждения различных форм собственности и правового статуса, осуществляющие коммерческую деятельность.

Место и время проведения преддипломной практики утверждается приказом директора института по представлению кафедры.

Время проведения практики определяется календарным учебным графиком по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело направленность (профиль) программы «Коммерция».

Преддипломная практика на предприятиях проводится в соответствии с заключенными договорами между вузом и предприятиями, выбранными в качестве места прохождения практики.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор места прохождения производственной практики должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности.

Формой проведения практики - дискретно (путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения данного вида практики), работа обучающегося на предприятии, выбранном как место прохождения практики.

Руководство практикой осуществляется руководителем выпускной квалификационной работы от кафедры Института из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу (далее - руководитель практики от кафедры Института) и руководителем (руководителями) практики из числа работников профильной организации (далее - руководитель практики от организации).

Для руководства практикой, проводимой в Институте, назначается руководитель (руководители) практики от Института из числа лиц, относящихся к профессорско-преподавательскому составу данной образовательной организации.

1.3. Место практики в структуре образовательной программы

Производственная практика «Преддипломная практика» входит в Блок 2 «Практики» учебного плана основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело направленность (профиль) программы «Коммерция». Студенты очной формы обучения проходят преддипломную практику на 4 курсе в 8 семестре. Студенты заочной формы обучения проходят производственную практику согласно календарному учебному графику по соответствующим учебным планам в зависимости от сроков обучения.

Преддипломная практика является важной составной частью процесса подготовки студентов по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело направленность (профиль) программы «Коммерция».

Программа преддипломной практики базируется на отдельных компонентах компетенций, сформированных у обучающихся в ходе изучения дисциплин Блока 1 «Дисциплины (модули)», учебной практики «Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности», производственной практики «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности», производственной практики «Научно-исследовательская работа», производственной практики «Технологическая практика» учебного плана основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело направленность (профиль) программы «Коммерция».

Для успешного прохождения преддипломной практики студент должен:

1. **Знать** (ПК-2, ПК-4, ПК-6, ПК-8, ПК-11, ПК-13):

- возможности использования инновационных технологий при управлении торгово-технологическими процессами в современных торговых организациях.
- номенклатуру потребительских свойств и показатели качества и безопасности однородных групп продовольственных и непродовольственных товаров;
- основные методы идентификации товаров и способы обнаружения и защиты товаров от фальсификации;
- технику ведения и тактические приемы проведения переговоров;
- способы заключения контрактов после проведения переговоров;
- методы анализа и подбора ресурсов и средств при организации процесса торгового обслуживания.
- сущность и основные этапы инновационного процесса;
- роль и методы государственного регулирования инновационной деятельности;
- основные формы организации инновационной деятельности и организационные структуры инновационного управления;
- структуру и элементы системы управления инновациями на предприятиях;

2. Уметь (ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-6, ПК-8, ПК-13):

- регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов в торговой организации, а также учитывать и списывать потери товарно-материальных ценностей.
- использовать современные технологии продаж;
- проводить аудит товаров на основании действующих нормативных документов;
- распознавать разные виды фальсификации и контрафакта товаров.
- разрабатывать коммерческие условия контрактов и оформлять коммерческие сделки.
- управлять торгово-технологическими процессами на предприятии, планировать и организовывать продажи;
- рационально распределять ресурсы и технические средства для реализации технологий торгового обслуживания;
- реализовать полученные знания при осуществлении научно-исследовательской и предпринимательской деятельности, управления организациями различных форм собственности, размеров и масштабов бизнеса;
- моделировать торгово-технологические процессы;

3. Владеть (ОК-2, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-8, ПК-9, ПК-11):

- инструментами оптимизации производственных и непроизводственных затрат на обеспечение деятельности торговых предприятий.
- навыками регулирования процессов хранения, проведения инвентаризаций, определения и минимизирования затрат материальных и трудовых ресурсов, а также учета и списывания потерь товарно-материальных ценностей.
- инструментами формирования системы интегрированных маркетинговых коммуникаций;

- основными методами и приемами проведения оценки качества и безопасности потребительских товаров;
- навыками планирования, организации и контроля процесса торгового обслуживания;
- методикой оценки процесса торгового обслуживания на предприятии;
- способностью разрабатывать и воплощать в практику комплексные планы коммерческой деятельности, проводить оценку их результативности.
- методами разработки инновационных методов, средств и технологий в профессиональной деятельности;

1.4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате прохождения производственной практики «Преддипломной практики» у обучающихся должны быть сформированы компетенции:

Планируемые результаты освоения образовательной программы (код и название компетенции)	Планируемые результаты обучения	Этапы формирования компетенции в процессе освоения образовательной программы
ОК-9 – владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.	<p>В результате освоения компетенции ОК-9 обучающийся должен:</p> <p>Знать: особенности поиска, анализа, систематизации и обобщения научной информации.</p> <p>Уметь: проводить анализ и критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска, брать на себя всю полноту ответственности; проводить анализ и обрабатывать полученные результаты научно-исследовательских работ.</p> <p>Владеть: - навыками обработки информации, самостоятельно решать вопросы профессиональной деятельности.</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками интеграции и представления результатов научно-исследовательских работ. - навыками философского мышления для выработки системного, целостного взгляда на проблемы общества, навыками публичной и научной речи, аргументации, ведения дискуссии. 	<p>6 этап из 6 (8 семестр)</p> <p>Завершающий этап (навыки)</p>
ОПК-2 – способность применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального	<p>В результате освоения компетенции ОПК-2 обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современные методы математического анализа и моделирования, принципы теоретического и экспериментального исследования, применяемые в торговой сфере. 	<p>7 этап из 7 (8 семестр)</p> <p>Завершающий этап (навыки)</p>

<p>исследования; владение математическим аппаратом при решении профессиональных проблем.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - основные принципы системного анализа социально-экономических систем; - содержание и характерные черты всех этапов экономико-математического моделирования; - необходимые сведения по разделам математики, которые используются при решении конкретных задач бизнеса; - особенности моделирования задач бизнеса. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять математический аппарат для решения конкретных профессиональных проблем; - анализировать современные методы математического анализа и моделирования в торговой сфере. - использовать математические методы для нахождения решения поставленных задач и состав типовых программных продуктов реализации изучаемых методов; - применять статистические методы оценки и прогнозирования в сфере торгового дела. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - математическим аппаратом при решении профессиональных проблем в сфере торгового дела, - методами математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования. 	
<p>ПК-1 - способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству.</p>	<p>В результате освоения компетенции ПК-1 обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы формирования товарной политики предприятия; - особенности управления ассортиментной политикой предприятия; - методы анализа товарного портфеля предприятия; - подходы к оптимизации товарного ассортимента предприятия; - факторы, формирующие и сохраняющие качество товаров; - нормативную и техническую документацию по приёмке товаров; - инструменты диагностирования дефектов продукции и их устранения; - методы идентификации, оценки качества и безопасности товаров. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обеспечивать качество продукции и товарного ассортимента требованиям рынка; - осуществлять коммерческие связи с поставщиками и потребителями продукции; - управлять товарными запасами и потоками; - определять показатели ассортимента и качества товаров; - проводить приемку товаров по количеству, качеству и комплектности; - использовать методы идентификации, оценки качества и 	<p>6 этап из 6 (8 семестр)</p> <p>Завершающий этап (навыки)</p>

	<p>безопасности товаров для диагностики дефектов, выявления опасной, некачественной, фальсифицированной и контрафактной продукции.</p> <ul style="list-style-type: none"> - формировать оптимальный товарный ассортимент; - разрабатывать маркетинговые товарные стратегии предприятия; - планировать ассортиментную политику предприятия; - формировать гармоничный товарный портфель предприятия; - проводить экономическую оценку эффективности ассортимента; - применять методы и приемы позиционирования товаров; - принимать решения в сфере разработки и управления марочной политикой предприятия; - определять конкурентные преимущества продукции и направления их повышения. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами классификации и кодирования товаров; - методами и средствами определения показателей ассортимента и качества товаров; - способами сохранения качества товаров; - навыками приемки товаров по количеству, качеству и комплектности; - методами идентификации, оценки качества и безопасности товаров и использовать их для диагностики и выявления дефектов; - техникой учета товаров по количеству и качеству. - навыками принятия решения в области разработки и выбора тактических маркетинговых решений в области товарной политики; - навыками принятия стратегических решений в управлении товарной политикой предприятия; - навыками оценки конкурентоспособности товара; - навыками разработки и управления рыночной атрибутики товара. 	
<p>ПК-3 - готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способность изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного</p>	<p>В результате освоения компетенции ПК-3 обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности формирования коммуникационной политики предприятия; - способы проведения маркетинговых исследований в профессиональной деятельности; - методы анализа конъюнктуры отраслевого рынка; - методы и подходы к разработке комплекса продвижения товаров и услуг предприятия; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучать и прогнозировать спрос потребителей; - оценивать рыночную конъюнктуру; - формировать коммуникационную политику предприятия; - изучать требования потребителей товаров и услуг и 	<p>6 этап из 6 (8 семестр)</p> <p>Завершающий этап (навыки)</p>

рынка.	<p>разрабатывать программы лояльности;</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать рекламные кампании и программы продвижения товаров; - использовать современные технологии продаж; - выявлять и удовлетворять требования потребителей товара; - применять методы и приемы позиционирования товаров для успешного их продвижения на рынке; - определять приоритеты марочной стратегии компании и использовать технологии бренд-менеджмента в управлении марочными продуктами; - анализировать факторы внешнего и внутреннего влияния на поведение различных групп потребителей. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - маркетинговой информацией о конъюнктуре товарного рынка; - навыками управления закупками, продажами и продвижением товаров до потребителей на торговых предприятиях разных типов и форматов; - методами оценки потребности рынка в инновациях; - инструментами формирования системы интегрированных маркетинговых коммуникаций; - навыками поиска новых форм непосредственного включения потребителя в цепочку создания ценности и различных инструментов контроля его лояльности; - методикой планирования и выведения новых товаров на рынки сбыта с использованием технологий оценки их перспективности; - способностью разрабатывать и воплощать в практику комплексные планы маркетинговой деятельности, проводить оценку их результативности; - методиками влияния на процесс принятия решений потребителем; - навыками прогнозирования и управления процессом потребительского поведения с учетом тенденций спроса; - навыками эффективного решения конфликтных ситуаций. 	
ПК-5 - способность управлять персоналом организации (предприятия), готовность к организационно-управленческой работе с малыми коллективами.	<p>В результате освоения компетенции ПК-5 обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - специфику организации труда и управление персоналом на предприятиях, принципы, нормы и методы проектирования торговых предприятий, охрану труда персонала; - основные концепции взаимодействия работников организаций в сфере торговли; - теоретические основы системы коммуникаций, лидерства и управления конфликтами в сфере торговли; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять технологи управления персоналом организации; - анализировать и оценивать кадровую работу на 	<p>3 этап из 3 (8 семестр)</p> <p>Завершающий этап (навыки)</p>

	<p>предприятия при формировании стратегии организации;</p> <p>-анализировать состояние и тенденции развития рынка труда с точки зрения обеспечения потребности организации в человеческих ресурсах.</p> <p>Владеть:</p> <p>-современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в торговой организации;</p> <p>- современным инструментарием управления человеческими ресурсами.</p>	
ПК-7 - способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	<p>В результате освоения компетенции ПК-7 обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <p>- механизмы организации материально-технического обеспечения деятельности предприятий сферы торговли;</p> <p>- основные методы и способы организации закупочно-сбытовой деятельности предприятий;</p> <p>- методику планирования материально-технического обеспечения и закупочно-сбытовой деятельности организаций;</p> <p>Уметь:</p> <p>- планировать процессы материально-технического обеспечения торговых предприятий;</p> <p>- обеспечивать оптимальный размер закупок с учетом объема продаж товаров и спроса покупателей.</p> <p>Владеть:</p> <p>- методическими подходами к организации и планированию процесса закупки и продажи товаров;</p> <p>- навыками организации и планирования материально-технического обеспечения торговых предприятий.</p>	<p>5 этап из 5 (8 семестр)</p> <p>Завершающий этап (навыки)</p>
ПК-9 - готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	<p>В результате освоения компетенции ПК-9 обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <p>- предпосылки развития стратегического управления организацией, понятие стратегии развития организации, задачи, решаемые в процессе ее осуществления, методы реализации и контроля стратегии;</p> <p>- стратегические и тактические решения в области управления коммерческой деятельностью современных предприятий;</p> <p>- стратегические подходы к управлению ассортиментной, ценовой, сбытовой, коммуникационной, кадровой политикой предприятий.</p> <p>Уметь:</p> <p>-анализировать внешнее окружение организации, отрасли, конкурентной ситуации, анализировать внутреннюю среду организации, применять оптимальные конкурентные стратегии и стратегии управления портфелем диверсифицированной компании;</p> <p>- участвовать в разработке комплексной стратегии организации, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию;</p>	<p>8 этап из 8 (8 семестр)</p> <p>Завершающий этап (навыки)</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - оценивать условия и последствия принимаемых управленческих решений; - подготовить экономическое обоснование по внедрению технологий и продуктовых инноваций; - принимать стратегические и тактические решения в области перспективной деятельности предприятия на рынке; - использовать основные принципы и методы формирования конкурентных стратегий; - осуществлять контроль и аудит деятельности организации. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - различными аналитическими подходами и инструментами для выработки оптимальной стратегии организации с целью формирования долгосрочных конкурентных преимуществ; - навыками разработки бизнес-плана организации и инструментальных стратегий; - навыками формирования торгового портфеля предприятия и управления его продуктовым ассортиментом; - навыками оперативного управления и контроля внутренних ресурсов предприятия; - способностью разрабатывать и воплощать в практику комплексные планы коммерческой деятельности, проводить оценку их результативности. 	
<p>ПК-11 - способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной).</p>	<p>В результате освоения компетенции ПК-11 обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные положения законодательных и нормативных актов в области инноваций; - классификацию инноваций и нововведений; - стратегии инновационного развития, показатели и методы оценки эффективности инновационных методов, средств и технологий в профессиональной деятельности; - сущность и основные этапы инновационного процесса; - роль и методы государственного регулирования инновационной деятельности; - основные формы организации инновационной деятельности и организационные структуры инновационного управления; - основы планирования инновационных преобразований в организации; - сущность стратегического управления инновационной деятельностью и виды инновационных стратегий; - понятие, критерии и оценку эффективности инновационного проекта. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать инновационные технологии, рассчитывать их стоимость; - оценивать риски и эффективность инновационных методов, средств и технологий; 	<p>3 этап из 3 (8 семестр)</p> <p>Завершающий этап (навыки)</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - внедрять разработанные проекты в практическую деятельность торгового предприятия; - формировать портфель инновационных стратегий; - проводить эффективный маркетинг инноваций. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками формирования и использования банков данных по инновациям; - методами разработки инновационных методов, средств и технологий в профессиональной деятельности; - навыками управления инновационными ресурсами на предприятиях сферы торговли; - навыками использования современных инновационных методов, средств и технологий в коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной деятельности; - навыками планирования и организации инновационной деятельности; - навыками отбора и оценки инновационных проектов; - навыками формирования стратегии инновационного развития. 	
<p>ПК 12 - способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий</p>	<p>В результате освоения компетенции ПК-12 обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы проектирования и разработки торгово-технологических, маркетинговых, рекламных, логистических проектов на базе информационных технологий; - системное представление об основах проектирования розничных и оптовых торговых предприятий применительно к особенностям их функционирования в современных условиях потребительского рынка. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - генерировать идеи, проектировать и разрабатывать новые формы и методы торговой деятельности с использованием информационных технологий; - принимать решения по проектированию эффективных товаропроводящих цепей. - проводить анализ полной стоимости при принятии решений по разработке проектов профессиональной деятельности. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками прогнозирования, проектирования и информационного сопровождения коммерческого, маркетингового и рекламного видов профессиональной деятельности. - методами проектирования процессов продвижения и сбыта продукции и услуг на товарных рынках; - основами проектирования торговых систем с использованием современных научных разработок. 	<p>6 этап из 6 (8 семестр)</p> <p>Завершающий этап (навыки)</p>

<p>ПК-14 - способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность</p>	<p>В результате освоения компетенции ПК-14 обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности процесса бизнес-проектирования; - методы анализа и оценки бизнес-среды организации; - специфику инжиниринга и реинжиниринга бизнес-процессов; - средства и методы реализации проектов по реинжинирингу бизнес-процессов; - методы управления торгово-технологическими процессами на предприятиях, принципы, нормы и методы проектирования торговых предприятий. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять бизнес-проектирование, разрабатывать самостоятельно и в составе команды бизнес-проекты; - контролировать выполнение бизнес-проектов и оценивать эффективность путем аудита профессиональной деятельности; - реализовывать проекты по реинжинирингу бизнес-процессов; - исследовать, моделировать и проводить оценку конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов; - выбирать поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их соблюдение, осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аналитическими методами для оценки эффективности профессиональной деятельности организации; - навыками исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности. 	<p>6 этап из 6 (8 семестр)</p> <p>Завершающий этап (навыки)</p>
<p>ПК-15 - готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способность управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы</p>	<p>В результате освоения компетенции ПК-15 обучающийся должен:</p> <p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятие, основные виды, функции, концепции и принципы логистики; - особенности управления логистическими потоками; - основные виды логистических каналов и логистических цепей; - содержание и специфику закупочной, распределительной, производственной, транспортной, складской и информационной логистики. <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять потребности производства в материалах; - рассчитывать оптимальные сроки и объем поставок; - организовывать материальные и сопутствующие потоки; - управлять складскими процессами; 	<p>6 этап из 6 (8 семестр)</p> <p>Завершающий этап (навыки)</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - организовывать систему логистического сервиса; - планировать, организовывать и анализировать логистическую деятельность в сфере торговли. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами расчета поставок в закупочной логистике; - алгоритмами выбора оптимального поставщика; - механизмом управления материальными потоками в производстве; - методами оценки работы складов; - навыками организации внутренних перевозок; - методами анализа товарных запасов; - методами оптимизации затрат; - основами оперативного планирования и управления логистическими потоками. 	
--	---	--

1.5. Объем практики в зачетных единицах и ее продолжительность в неделях или в академических часах

Студенты проходят производственную практику «Преддипломная практика» на 4 курсе в 8 семестре - по очной форме обучения, в соответствии с календарным учебным графиком – по заочной форме обучения.

Общая трудоемкость производственной практики «Преддипломная практика» составляет 3 зачетных единицы (108 часов), 2 недели.

1.6. Формы контроля

Промежуточная аттестация по результатам прохождения производственной практики «Преддипломная практика» включает **зачет с оценкой**.

II. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

2.1. Структура и содержание производственной практики

Содержанием производственной практики «Преддипломная практика» является выполнение индивидуального задания по практике, которое выдается научным руководителем ВКР в соответствии с темой выпускной квалификационной работы. Конкретное содержание практики планируется руководством подразделения принимающей организации в рамках индивидуального задания.

В процессе производственной практики «Преддипломная практика», в соответствии с индивидуальным заданием, происходит сбор, анализ всех материалов, необходимых для выполнения выпускной квалификационной работы.

Выбор индивидуальных заданий по производственной практике «Преддипломная практика» согласовывается с темой выпускной квалификационной работы. Индивидуальное задание по производственной практике «Преддипломная практика» должно соответствовать теме выпускной квалификационной работы, поэтому оно отражается в структуре всего отчета по практике.

Разделы (этапы) практики	Содержание выполняемых работ (виды работ на практике, включая самостоятельную работу студента)	Формируемая компетенция	Форма текущего контроля
1 этап Подготовительный	Уточнение и согласование индивидуального задания на практику в соответствии с программой практики и темой выпускной квалификационной работы. Составление плана практики.	ОК-9; ОПК-2 (формируется частично)	Наблюдение; проверка индивидуального задания
2 этап Аналитический	В соответствии с темой ВКР: - анализ производственно-хозяйственной деятельности предприятия; - изучение организации коммерческой деятельности на предприятии; - оценка конкурентоспособности предприятия; - анализ эффективности коммерческой деятельности предприятия. Разработка направлений совершенствования коммерческой деятельности предприятия.	ПК-1; ПК-3; ПК-5; ПК-7; ПК-9; ПК-11; ПК-12; ПК-14; ПК-15 (формируется частично)	Наблюдение; проверка разделов отчета (индивидуального задания).
3 этап Отчетный	Обобщение материала, собранного в период прохождения практики, определение его достаточности и достоверности для использования при написании практической части выпускной квалификационной работы. Подготовка отчета по практике, отражающего выполнение индивидуального задания. Защита отчета по практике.	ПК-11; ПК-12; ПК-14; (формируется частично)	Наблюдение; проверка индивидуального задания

Примечание: на всех этапах практики студент должен заполнять дневник практики, где фиксируются все виды проведенных работ и полученные консультации от преподавателей и работников предприятия.

2.2. Формы отчетности по практике

По итогам преддипломной практики составляется отчет. Отчет о прохождении практики состоит из введения и разделов, соответствующих содержанию программы практики. Во введении к отчету рассматриваются условия, в которых проходила практика, имевшие место недостатки, а также предложения по повышению эффективности прохождения практики. Каждый раздел отчета по практике должен содержать сведения о конкретно выполненной работе в период практики, выводы и предложения. Отчет должен быть оформлен в соответствии с общепринятыми формами, аналогичными и для оформления выпускной квалификационной работы. Объем отчета - 40-50 страниц.

Отчет по практике сдается на кафедру одновременно с дневниками по практике, подписанным руководителем практики от предприятия. После проверки отчета руководителем практики от кафедры института заведующий кафедрой назначает комиссию из числа преподавателей кафедры по защите результатов практики. Защита результатов практики проводится в виде устного выступления в сопровождении мультимедийной презентации.

Члены комиссии оценивают представленную работу по следующим критериям:

1. Степень выполнения запланированных работ (степень готовности ВКР).
2. Степень овладения направлениями коммерческой деятельности на предприятии и методами реализации оперативного и стратегического планирования и проектирования деятельности предприятий сферы торговли.
3. Выполнение индивидуального задания в соответствии с индивидуальной программой (актуальность, обзор источников, корректность методик, эффективность, договоренность результатов) в соответствии с темой выпускной квалификационной работы.
4. Оформление отчета (грамотность, соответствие требованиям оформления, качество иллюстративного материала, логичность и полнота материалов отчета, творческий подход к разработке темы, правильность и научная обоснованность выводов, стиль изложения, использование специальной научной литературы, нормативных актов).
5. Научный уровень доклада, степень освещенности в нем вопросов темы исследования, значение сделанных выводов и предложений для организации;
6. Качество презентации (информативность, логика построения материала, грамотность).
7. Чёткость и аргументированность ответов студента на вопросы.
8. Характеристика работы в отзыве научного руководителя.
9. Оценка рецензента.

На основании данных критериев комиссия экспертным путем дает оценку уровня сформированности необходимых компетенций.

Результаты защиты отчета по производственной практике «Преддипломная практика» определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». При выставлении оценки результатов прохождения преддипломной практики учитываются сроки сдачи отчета и требования по его оформлению. При защите студент должен правильно ответить на все поставленные вопросы и продемонстрировать навыки оформления и представления результатов научной работы в устной и письменной форме.

Оценка **«отлично»** выставляется при условии:

- сроки сдачи отчета соблюдены;
- программа практики выполнена полностью;
- в отчете присутствуют содержательное изложение основных вопросов по теме ВКР, наличие аргументированных выводов, наличие предложений, отражающих позицию автора по рассматриваемому кругу проблем, отмечена самостоятельность в изложении материала;

- высокое качество презентации;
- ответы на вопросы членов комиссии даны в полном объеме.

Оценки «хорошо» заслуживает отчет, в котором теоретические вопросы в основном раскрыты, но выводы недостаточно обоснованы, не на все вопросы студент при защите дал убедительные ответы и продемонстрировал навыки оформления и представления результатов научной работы в устной и /или письменной форме.

Оценка «удовлетворительно» выставляется в случае, если материал изложен поверхностно, анализ основных вопросов темы недостаточно глубокий, не на все вопросы студент при защите дал правильные ответы и представил результатов научной работы в устной и письменной форме.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если нарушены требования к оформлению отчета, при защите студент не дал правильных ответов на большинство заданных вопросов.

Сроки защиты отчета по преддипломной практике определяет кафедра торгового дела, сервиса и гостинично-туристического бизнеса в соответствии с графиком проведения. Оценка по защите отчета о практике проставляется руководителем преддипломной практики от института в экзаменационную ведомость и зачетную книжку обучающегося. Эта оценка приравнивается к оценкам по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости обучающихся. Студенты, не выполнившие программу практики по уважительной причине, могут быть направлены на практику повторно. Студенты, не выполнившие программу практики без уважительной причины или получившие неудовлетворительную оценку, не могут быть допущены к государственной итоговой аттестации и могут быть отчислены из вуза, как имеющие академическую задолженность в порядке, предусмотренном Положением института.

III. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ

Оценочные средства по производственной практике «Преддипломной практике» разработаны в соответствии с Положением о фонде оценочных средств в ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова».

(Фонд оценочных средств хранится на кафедре торгового дела, сервиса и гостинично-туристического бизнеса и размещен в локальной сети Института)

3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы	Планируемые результаты обучения	Этапы формирования компетенции в процессе
---	---------------------------------	---

(код и название компетенции)		освоения образовательной программы
ОК-9 – владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.	<p>В результате освоения компетенции ОК-9, обучающийся должен:</p> <p>Знать: особенности поиска, анализа, систематизации и обобщения научной информации.</p> <p>Уметь: проводить анализ и критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска, брать на себя всю полноту ответственности; проводить анализ и обрабатывать полученные результаты научно-исследовательских работ.</p> <p>Владеть: - навыками обработки информации, самостоятельно решать вопросы профессиональной деятельности.</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками интеграции и представления результатов научно-исследовательских работ. - навыками философского мышления для выработки системного, целостного взгляда на проблемы общества, навыками публичной и научной речи, аргументации, ведения дискуссии. 	<p>6 этап из 6 (8 семестр)</p> <p>Завершающий этап (навыки)</p>
ОПК-2 – способность применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владение математическим аппаратом при решении профессиональных проблем.	<p>В результате освоения компетенции ОПК-2, обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современные методы математического анализа и моделирования, принципы теоретического и экспериментального исследования, применяемые в торговой сфере. - основные принципы системного анализа социально-экономических систем; <ul style="list-style-type: none"> - содержание и характерные черты всех этапов экономико-математического моделирования; - необходимые сведения по разделам математики, которые используются при решении конкретных задач бизнеса; - особенности моделирования задач бизнеса. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять математический аппарат для решения конкретных профессиональных проблем; - анализировать современные методы математического анализа и моделирования в торговой сфере. - использовать математические методы для нахождения решения поставленных задач и состав типовых программных продуктов реализации изучаемых методов; - применять статистические методы оценки и прогнозирования в сфере торгового дела. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - математическим аппаратом при решении профессиональных проблем в сфере торгового дела, - методами математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования. 	<p>7 этап из 7 (8 семестр)</p> <p>Завершающий этап (навыки)</p>

<p>ПК-1 - способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству.</p>	<p>В результате освоения компетенции ПК-1, обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - принципы формирования товарной политики предприятия; - особенности управления ассортиментной политикой предприятия; - методы анализа товарного портфеля предприятия; - подходы к оптимизации товарного ассортимента предприятия; - факторы, формирующие и сохраняющие качество товаров; - нормативную и техническую документацию по приёмке товаров; - инструменты диагностирования дефектов продукции и их устранения; - методы идентификации, оценки качества и безопасности товаров. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обеспечивать качество продукции и товарного ассортимента требованиям рынка; - осуществлять коммерческие связи с поставщиками и потребителями продукции; - управлять товарными запасами и потоками; - определять показатели ассортимента и качества товаров; - проводить приемку товаров по количеству, качеству и комплектности; - использовать методы идентификации, оценки качества и безопасности товаров для диагностики дефектов, выявления опасной, некачественной, фальсифицированной и контрафактной продукции. - формировать оптимальный товарный ассортимент; - разрабатывать маркетинговые товарные стратегии предприятия; - планировать ассортиментную политику предприятия; - формировать гармоничный товарный портфель предприятия; - проводить экономическую оценку эффективности ассортимента; - применять методы и приемы позиционирования товаров; - принимать решения в сфере разработки и управления марочной политикой предприятия; - определять конкурентные преимущества продукции и направления их повышения. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами классификации и кодирования товаров; - методами и средствами определения показателей ассортимента и качества товаров; - способами сохранения качества товаров; - навыками приемки товаров по количеству, качеству и 	<p>6 этап из 6 (8 семестр)</p> <p>Завершающий этап (навыки)</p>
---	---	---

	<p>комплектности;</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами идентификации, оценки качества и безопасности товаров и использовать их для диагностики и выявления дефектов; - техникой учета товаров по количеству и качеству. - навыками принятия решения в области разработки и выбора тактических маркетинговых решений в области товарной политики; - навыками принятия стратегических решений в управлении товарной политикой предприятия; - навыками оценки конкурентоспособности товара; - навыками разработки и управления рыночной атрибутики товара. 	
<p>ПК-3 - готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способность изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка.</p>	<p>В результате освоения компетенции ПК-3, обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности формирования коммуникационной политики предприятия; - способы проведения маркетинговых исследований в профессиональной деятельности; - методы анализа конъюнктуры отраслевого рынка; - методы и подходы к разработке комплекса продвижения товаров и услуг предприятия; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучать и прогнозировать спрос потребителей; - оценивать рыночную конъюнктуру; - формировать коммуникационную политику предприятия; - изучать требования потребителей товаров и услуг и разрабатывать программы лояльности; - разрабатывать рекламные кампании и программы продвижения товаров; - использовать современные технологии продаж; - выявлять и удовлетворять требования потребителей товара; - применять методы и приемы позиционирования товаров для успешного их продвижения на рынке; - определять приоритеты марочной стратегии компании и использовать технологии бренд-менеджмента в управлении марочными продуктами; - анализировать факторы внешнего и внутреннего влияния на поведение различных групп потребителей. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - маркетинговой информацией о конъюнктуре товарного рынка; - навыками управления закупками, продажами и продвижением товаров до потребителей на торговых предприятиях разных типов и форматов; - методами оценки потребности рынка в инновациях; - инструментами формирования системы интегрированных маркетинговых коммуникаций; - навыками поиска новых форм непосредственного 	<p>6 этап из 6 (8 семестр)</p> <p>Завершающий этап (навыки)</p>

	<p>включения потребителя в цепочку создания ценности и различных инструментов контроля его лояльности;</p> <ul style="list-style-type: none"> - методикой планирования и выведения новых товаров на рынки сбыта с использованием технологий оценки их перспективности; - способностью разрабатывать и воплощать в практику комплексные планы маркетинговой деятельности, проводить оценку их результативности; - методиками влияния на процесс принятия решений потребителем; - навыками прогнозирования и управления процессом потребительского поведения с учетом тенденций спроса; - навыками эффективного решения конфликтных ситуаций. 	
<p>ПК-5 - способность управлять персоналом организации (предприятия), готовность к организационно-управленческой работе с малыми коллективами.</p>	<p>В результате освоения компетенции ПК-5, обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - специфику организации труда и управление персоналом на предприятиях, принципы, нормы и методы проектирования торговых предприятий, охрану труда персонала; - основные концепции взаимодействия работников организаций в сфере торговли; - теоретические основы системы коммуникаций, лидерства и управления конфликтами в сфере торговли; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять технологи управления персоналом организации; - анализировать и оценивать кадровую работу на предприятии при формировании стратегии организации; - анализировать состояние и тенденции развития рынка труда с точки зрения обеспечения потребности организации в человеческих ресурсах. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в торговой организации; - современным инструментарием управления человеческими ресурсами. 	<p>3 этап из 3 (8 семестр)</p> <p>Завершающий этап (навыки)</p>
<p>ПК-7 - способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров</p>	<p>В результате освоения компетенции ПК-7, обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - механизмы организации материально-технического обеспечения деятельности предприятий сферы торговли; - основные методы и способы организации закупочно-сбытовой деятельности предприятий; - методику планирования материально-технического обеспечения и закупочно-сбытовой деятельности организаций; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать процессы материально-технического обеспечения торговых предприятий; 	<p>5 этап из 5 (8 семестр)</p> <p>Завершающий этап (навыки)</p>

	<p>- обеспечивать оптимальный размер закупок с учетом объема продаж товаров и спроса покупателей.</p> <p>Владеть:</p> <p>- методическими подходами к организации и планированию процесса закупки и продажи товаров;</p> <p>- навыками организации и планирования материально-технического обеспечения торговых предприятий.</p>	
<p>ПК-9 - готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации</p>	<p>В результате освоения компетенции ПК-9, обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <p>- предпосылки развития стратегического управления организацией, понятие стратегии развития организации, задачи, решаемые в процессе ее осуществления, методы реализации и контроля стратегии;</p> <p>- стратегические и тактические решения в области управления коммерческой деятельностью современных предприятий;</p> <p>- стратегические подходы к управлению ассортиментной, ценовой, сбытовой, коммуникационной, кадровой политикой предприятий.</p> <p>Уметь:</p> <p>- анализировать внешнее окружение организации, отрасли, конкурентной ситуации, анализировать внутреннюю среду организации, применять оптимальные конкурентные стратегии и стратегии управления портфелем диверсифицированной компании;</p> <p>- участвовать в разработке комплексной стратегии организации, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию;</p> <p>- оценивать условия и последствия принимаемых управленческих решений;</p> <p>- подготовить экономическое обоснование по внедрению технологий и продуктовых инноваций;</p> <p>- принимать стратегические и тактические решения в области перспективной деятельности предприятия на рынке;</p> <p>- использовать основные принципы и методы формирования конкурентных стратегий;</p> <p>- осуществлять контроль и аудит деятельности организации.</p> <p>Владеть:</p> <p>- различными аналитическими подходами и инструментами для выработки оптимальной стратегии организации с целью формирования долгосрочных конкурентных преимуществ;</p> <p>- навыками разработки бизнес-плана организации и инструментальных стратегий;</p> <p>- навыками формирования торгового портфеля предприятия и управления его продуктовым ассортиментом;</p> <p>- навыками оперативного управления и контроля внутренних ресурсов предприятия;</p>	<p>8 этап из 8 (8 семестр)</p> <p>Завершающий этап (навыки)</p>

	- способностью разрабатывать и воплощать в практику комплексные планы коммерческой деятельности, проводить оценку их результативности.	
ПК-11 - способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной).	<p>В результате освоения компетенции ПК-11, обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные положения законодательных и нормативных актов в области инноваций; - классификацию инноваций и нововведений; - стратегии инновационного развития, показатели и методы оценки эффективности инновационных методов, средств и технологий в профессиональной деятельности; - сущность и основные этапы инновационного процесса; - роль и методы государственного регулирования инновационной деятельности; - основные формы организации инновационной деятельности и организационные структуры инновационного управления; - основы планирования инновационных преобразований в организации; - сущность стратегического управления инновационной деятельностью и виды инновационных стратегий; - понятие, критерии и оценку эффективности инновационного проекта. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать инновационные технологии, рассчитывать их стоимость; - оценивать риски и эффективность инновационных методов, средств и технологий; - внедрять разработанные проекты в практическую деятельность торгового предприятия; - формировать портфель инновационных стратегий; - проводить эффективный маркетинг инноваций. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками формирования и использования банков данных по инновациям; - методами разработки инновационных методов, средств и технологий в профессиональной деятельности; - навыками управления инновационными ресурсами на предприятиях сферы торговли; - навыками использования современных инновационных методов, средств и технологий в коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной деятельности; - навыками планирования и организации инновационной деятельности; - навыками отбора и оценки инновационных проектов; - навыками формирования стратегии инновационного развития. 	<p>3 этап из 3 (8 семестр)</p> <p>Завершающий этап (навыки)</p>

<p>ПК 12 - способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий</p>	<p>В результате освоения компетенции ПК-12, обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы проектирования и разработки торгово-технологических, маркетинговых, рекламных, логистических проектов на базе информационных технологий; - системное представление об основах проектирования розничных и оптовых торговых предприятий применительно к особенностям их функционирования в современных условиях потребительского рынка. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - генерировать идеи, проектировать и разрабатывать новые формы и методы торговой деятельности с использованием информационных технологий; - принимать решения по проектированию эффективных товаропроводящих цепей. - проводить анализ полной стоимости при принятии решений по разработке проектов профессиональной деятельности. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками прогнозирования, проектирования и информационного сопровождения коммерческого, маркетингового и рекламного видов профессиональной деятельности. - методами проектирования процессов продвижения и сбыта продукции и услуг на товарных рынках; - основами проектирования торговых систем с использованием современных научных разработок. 	<p>6 этап из 6 (8 семестр)</p> <p>Завершающий этап (навыки)</p>
<p>ПК-14 - способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность</p>	<p>В результате освоения компетенции ПК-14, обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности процесса бизнес-проектирования; - методы анализа и оценки бизнес-среды организации; - специфику инжиниринга и реинжиниринга бизнес-процессов; - средства и методы реализации проектов по реинжинирингу бизнес-процессов; - методы управления торгово-технологическими процессами на предприятиях, принципы, нормы и методы проектирования торговых предприятий. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять бизнес-проектирование, разрабатывать самостоятельно и в составе команды бизнес-проекты; - контролировать выполнение бизнес-проектов и оценивать эффективность путем аудита профессиональной деятельности; - реализовывать проекты по реинжинирингу бизнес-процессов; - исследовать, моделировать и проводить оценку конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов; 	<p>6 этап из 6 (8 семестр)</p> <p>Завершающий этап (навыки)</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - выбирать поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их соблюдение, осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аналитическими методами для оценки эффективности профессиональной деятельности организации; - навыками исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности. 	
<p>ПК-15 - готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способность управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы</p>	<p>В результате освоения компетенции ПК-15, обучающийся должен:</p> <p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятие, основные виды, функции, концепции и принципы логистики; - особенности управления логистическими потоками; - основные виды логистических каналов и логистических цепей; - содержание и специфику закупочной, распределительной, производственной, транспортной, складской и информационной логистики. <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> - определять потребности производства в материалах; - рассчитывать оптимальные сроки и объем поставок; - организовывать материальные и сопутствующие потоки; - управлять складскими процессами; - организовывать систему логистического сервиса; - планировать, организовывать и анализировать логистическую деятельность в сфере торговли. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами расчета поставок в закупочной логистике; - алгоритмами выбора оптимального поставщика; - механизмом управления материальными потоками в производстве; - методами оценки работы складов; - навыками организации внутренних перевозок; - методами анализа товарных запасов; - методами оптимизации затрат; - основами оперативного планирования и управления логистическими потоками. 	<p>6 этап из 6 (8 семестр)</p> <p>Завершающий этап (навыки)</p>

Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе прохождения обучающимися этапов производственной практики

№	Этапы практики	Этапы	Контролируемые	Контролируемые	Формы и методы контроля
---	----------------	-------	----------------	----------------	-------------------------

п/п		формирования компетенций в процессе прохождения учебной практики	Компетенции (формируемые компетенции)	результаты обучения: знания, умения, навыки	Вид фонда оценочных средств	Форма контроля
1.	Подготовительный	Завершающий этап (навыки)	ОК-9 – владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.	Знать: особенности поиска, анализа, систематизации и обобщения научной информации. Уметь: проводить анализ и критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска, брать на себя всю полноту ответственности; проводить анализ и обрабатывать полученные результаты научно-исследовательских работ. Владеть: - навыками обработки информации, самостоятельно решать вопросы профессиональной деятельности. - навыками интеграции и представления результатов научно-исследовательских работ. - навыками философского мышления для выработки системного, целостного взгляда на проблемы общества, навыками публичной и научной речи, аргументации, ведения дискуссии.	Комплект заданий, позволяющих оценить знания, умения и навыки	Наблюдение; проверка индивидуального задания
		Завершающий этап (навыки)	ОПК-2 – способность применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владение математическим аппаратом при решении профессиональных проблем.	Знать: - современные методы математического анализа и моделирования, принципы теоретического и экспериментального исследования, применяемые в торговой сфере. - основные принципы системного анализа социально-экономических систем; - содержание и характерные черты всех этапов экономико-математического моделирования; - необходимые сведения по разделам математики, которые используются при решении конкретных задач бизнеса; - особенности моделирования задач бизнеса. Уметь: - применять математический аппарат для решения конкретных профессиональных проблем; - анализировать современные методы математического анализа и моделирования в торговой сфере. - использовать математические методы для нахождения решения поставленных задач и состав типовых программных продуктов реализации изучаемых методов; - применять статистические методы оценки и прогнозирования в сфере торгового дела.	Комплект заданий, позволяющих оценить знания, умения и навыки	Наблюдение; проверка индивидуального задания

				<p>Владеть: математическим аппаратом при решении профессиональных проблем в сфере торгового дела, - методами математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования.</p>		
2.	Аналитический	Завершающий этап (навыки)	<p>ПК-1 - способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству.</p>	<p>Знать: - принципы формирования товарной политики предприятия; - особенности управления ассортиментной политикой предприятия; - методы анализа товарного портфеля предприятия; - подходы к оптимизации товарного ассортимента предприятия; - факторы, формирующие и сохраняющие качество товаров; - нормативную и техническую документацию по приёмке товаров; - инструменты диагностирования дефектов продукции и их устранения; - методы идентификации, оценки качества и безопасности товаров. Уметь: - обеспечивать качество продукции и товарного ассортимента требованиям рынка; - осуществлять коммерческие связи с поставщиками и потребителями продукции; - управлять товарными запасами и потоками; - определять показатели ассортимента и качества товаров; - проводить приемку товаров по количеству, качеству и комплектности; - использовать методы идентификации, оценки качества и безопасности товаров для диагностики дефектов, выявления опасной, некачественной, фальсифицированной и контрафактной продукции. - формировать оптимальный товарный ассортимент; - разрабатывать маркетинговые товарные стратегии предприятия; - планировать ассортиментную политику предприятия; - формировать гармоничный товарный портфель предприятия; - проводить экономическую оценку эффективности ассортимента; - применять методы и приемы позиционирования товаров; - принимать решения в сфере разработки и управления марочной политикой предприятия; - определять конкурентные</p>	Комплекты заданий, позволяющих оценить знания, умения и навыки	Наблюдение; проверка раздела отчета (индивидуального задания)

				<p>преимущества продукции и направления их повышения.</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами классификации и кодирования товаров; - методами и средствами определения показателей ассортимента и качества товаров; - способами сохранения качества товаров; - навыками приемки товаров по количеству, качеству и комплектности; - методами идентификации, оценки качества и безопасности товаров и использовать их для диагностики и выявления дефектов; - техникой учета товаров по количеству и качеству. - навыками принятия решения в области разработки и выбора тактических маркетинговых решений в области товарной политики; - навыками принятия стратегических решений в управлении товарной политикой предприятия; - навыками оценки конкурентоспособности товара; - навыками разработки и управления рыночной атрибутики товара. 		
		Завершающий этап (навыки)	ПК-3 - готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способность изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности формирования коммуникационной политики предприятия; - способы проведения маркетинговых исследований в профессиональной деятельности; - методы анализа конъюнктуры отраслевого рынка; - методы и подходы к разработке комплекса продвижения товаров и услуг предприятия; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучать и прогнозировать спрос потребителей; - оценивать рыночную конъюнктуру; - формировать коммуникационную политику предприятия; - изучать требования потребителей товаров и услуг и разрабатывать программы лояльности; - разрабатывать рекламные кампании и программы продвижения товаров; - использовать современные технологии продаж; - выявлять и удовлетворять требования потребителей товара; - применять методы и приемы позиционирования товаров для успешного их продвижения на рынке; - определять приоритеты марочной стратегии компании и использовать технологии 	Комплект заданий, позволяющих оценить знания, умения и навыки	Наблюдение; проверка раздела отчета (индивидуального задания)

				<p>бренд-менеджмента в управлении марочными продуктами;</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать факторы внешнего и внутреннего влияния на поведение различных групп потребителей. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - маркетинговой информацией о конъюнктуре товарного рынка; - навыками управления закупками, продажами и продвижением товаров до потребителей на торговых предприятиях разных типов и форматов; - методами оценки потребности рынка в инновациях; - инструментами формирования системы интегрированных маркетинговых коммуникаций; - навыками поиска новых форм непосредственного включения потребителя в цепочку создания ценности и различных инструментов контроля его лояльности; - методикой планирования и выведения новых товаров на рынок сбыта с использованием технологий оценки их перспективности; - способностью разрабатывать и воплощать в практику комплексные планы маркетинговой деятельности, проводить оценку их результативности; - методиками влияния на процесс принятия решений потребителем; - навыками прогнозирования и управления процессом потребительского поведения с учетом тенденций спроса; - навыками эффективного решения конфликтных ситуаций. 		
		Завершающий этап (навыки)	ПК-5 - способность управлять персоналом организации (предприятия), готовность к организационно-управленческой работе с малыми коллективами.	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - специфику организации труда и управление персоналом на предприятиях, принципы, нормы и методы проектирования торговых предприятий, охрану труда персонала; - основные концепции взаимодействия работников организаций в сфере торговли; - теоретические основы системы коммуникаций, лидерства и управления конфликтами в сфере торговли; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять технологи управления персоналом организации; - анализировать и оценивать кадровую работу на предприятии при формировании стратегии организации; - анализировать состояние и тенденции развития рынка 	Комплект заданий, позволяющих оценить знания, умения и навыки	Наблюдение; проверка раздела отчета (индивидуального задания)

				<p>труда с точки зрения обеспечения потребности организации в человеческих ресурсах.</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> -современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в торговой организации; - современным инструментарием управления человеческими ресурсами. 		
		Завершающий этап (навыки)	ПК-7 - способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - механизмы организации материально-технического обеспечения деятельности предприятий сферы торговли; - основные методы и способы организации закупочно-сбытовой деятельности предприятий; - методику планирования материально-технического обеспечения и закупочно-сбытовой деятельности организаций; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать процессы материально-технического обеспечения торговых предприятий; - обеспечивать оптимальный размер закупок с учетом объема продаж товаров и спроса покупателей. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методическими подходами к организации и планированию процесса закупки и продажи товаров; - навыками организации и планирования материально-технического обеспечения торговых предприятий. 	Комплект заданий, позволяющих оценить знания, умения и навыки	Наблюдение; проверка раздела отчета (индивидуального задания)
		Завершающий этап (навыки)	ПК-9 - готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - предпосылки развития стратегического управления организацией, понятие стратегии развития организации, задачи, решаемые в процессе ее осуществления, методы реализации и контроля стратегии; - стратегические и тактические решения в области управления коммерческой деятельностью современных предприятий; - стратегические подходы к управлению ассортиментной, ценовой, сбытовой, коммуникационной, кадровой политикой предприятий. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> -анализировать внешнее окружение организации, отрасли, конкурентной ситуации, анализировать внутреннюю среду организации, применять оптимальные конкурентные стратегии и стратегии управления портфелем диверсифицированной компании; - участвовать в разработке комплексной стратегии организации, планировать и 	Комплект заданий, позволяющих оценить знания, умения и навыки	Наблюдение; проверка раздела отчета (индивидуального задания)

				<p>осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию;</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать условия и последствия принимаемых управленческих решений; - подготовить экономическое обоснование по внедрению технологий и продуктовых инноваций; - принимать стратегические и тактические решения в области перспективной деятельности предприятия на рынке; - использовать основные принципы и методы формирования конкурентных стратегий; <p>осуществлять контроль и аудит деятельности организации.</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - различными аналитическими подходами и инструментами для выработки оптимальной стратегии организации с целью формирования долгосрочных конкурентных преимуществ; - навыками разработки бизнес-плана организации и инструментальных стратегий; - навыками формирования торгового портфеля предприятия и управления его продуктовым ассортиментом; - навыками оперативного управления и контроля внутренних ресурсов предприятия; - способностью разрабатывать и воплощать в практику комплексные планы коммерческой деятельности, проводить оценку их результативности. 		
		Завершающий этап (навыки)	ПК-11 - способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной).	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные положения законодательных и нормативных актов в области инноваций; - классификацию инноваций и нововведений; - стратегии инновационного развития, показатели и методы оценки эффективности инновационных методов, средств и технологий в профессиональной деятельности; - сущность и основные этапы инновационного процесса; - роль и методы государственного регулирования инновационной деятельности; - основные формы организации инновационной деятельности и организационные структуры инновационного управления; - основы планирования инновационных преобразований в организации; - сущность стратегического управления инновационной деятельностью и виды инновационных стратегий; - понятие, критерии и оценку эффективности инновационного проекта. 	Комплект заданий, позволяющих оценить знания, умения и навыки	Наблюдение; проверка раздела отчета (индивидуального задания)

				<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разрабатывать инновационные технологии, рассчитывать их стоимость; - оценивать риски и эффективность инновационных методов, средств и технологий; - внедрять разработанные проекты в практическую деятельность торгового предприятия; - формировать портфель инновационных стратегий; - проводить эффективный маркетинг инноваций. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками формирования и использования банков данных по инновациям; - методами разработки инновационных методов, средств и технологий в профессиональной деятельности; - навыками управления инновационными ресурсами на предприятиях сферы торговли; - навыками использования современных инновационных методов, средств и технологий в коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной деятельности; - навыками планирования и организации инновационной деятельности; - навыками отбора и оценки инновационных проектов; - навыками формирования стратегии инновационного развития. 		
		Завершающий этап (навыки)	ПК 12 - способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы проектирования и разработки торгово-технологических, маркетинговых, рекламных, логистических проектов на базе информационных технологий; - системное представление об основах проектирования розничных и оптовых торговых предприятий применительно к особенностям их функционирования в современных условиях потребительского рынка. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - генерировать идеи, проектировать и разрабатывать новые формы и методы торговой деятельности с использованием информационных технологий; - принимать решения по проектированию эффективных товаропроводящих цепей. - проводить анализ полной стоимости при принятии решений по разработке проектов профессиональной деятельности. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками прогнозирования, проектирования и информационного 	Комплект заданий, позволяющих оценить знания, умения и навыки	Наблюдение; проверка раздела отчета (индивидуального задания)

				сопровождения коммерческого, маркетингового и рекламного видов профессиональной деятельности. - методами проектирования процессов продвижения и сбыта продукции и услуг на товарных рынках; - основами проектирования торговых систем с использованием современных научных разработок.		
		Завершающий этап (навыки)	ПК-14 - способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности процесса бизнес-проектирования; - методы анализа и оценки бизнес-среды организации; - специфику инжиниринга и реинжиниринга бизнес-процессов; - средства и методы реализации проектов по реинжинирингу бизнес-процессов; - методы управления торгово-технологическими процессами на предприятиях, принципы, нормы и методы проектирования торговых предприятий. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять бизнес-проектирование, разрабатывать самостоятельно и в составе команды бизнес-проекты; - контролировать выполнение бизнес-проектов и оценивать эффективность путем аудита профессиональной деятельности; - реализовывать проекты по реинжинирингу бизнес-процессов; - исследовать, моделировать и проводить оценку конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов; - выбирать поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их соблюдение, осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аналитическими методами для оценки эффективности профессиональной деятельности организации; - навыками исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности. 		
		Завершающий этап (навыки)	ПК-15 - готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых	<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятие, основные виды, функции, концепции и принципы логистики; - особенности управления логистическими потоками; - основные виды логистических каналов и логистических цепей; 	Комплект заданий, позволяющих оценить знания, умения и	Наблюдение; проверка раздела отчета (индивидуального задания)

			<p>организациях, способность управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы</p>	<p>- содержание и специфику закупочной, распределительной, производственной, транспортной, складской и информационной логистики. Уметь - определять потребности производства в материалах; - рассчитывать оптимальные сроки и объем поставок; - организовывать материальные и сопутствующие потоки; - управлять складскими процессами; - организовывать систему логистического сервиса; - планировать, организовывать и анализировать логистическую деятельность в сфере торговли. Владеть: - методами расчета поставок в закупочной логистике; - алгоритмами выбора оптимального поставщика; - механизмом управления материальными потоками в производстве; - методами оценки работы складов; - навыками организации внутренних перевозок; - методами анализа товарных запасов; - методами оптимизации затрат; - основами оперативного планирования и управления логистическими потоками.</p>	<p>НАВЫКИ</p>	
3.	Отчетный	Завершающий этап (навыки)	<p>ПК-11 - способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной).</p>	<p>Знать: - основные положения законодательных и нормативных актов в области инноваций; - классификацию инноваций и нововведений; - стратегии инновационного развития, показатели и методы оценки эффективности инновационных методов, средств и технологий в профессиональной деятельности; - сущность и основные этапы инновационного процесса; - роль и методы государственного регулирования инновационной деятельности; - основные формы организации инновационной деятельности и организационные структуры инновационного управления; - основы планирования инновационных преобразований в организации; - сущность стратегического управления инновационной деятельностью и виды инновационных стратегий; - понятие, критерии и оценку эффективности инновационного проекта. Уметь: - разрабатывать инновационные технологии,</p>	<p>Комплект заданий, позволяющих оценить знания, умения и навыки</p>	<p>Наблюдение; проверка отчета (индивидуального задания), защита отчета</p>

				<p>рассчитывать их стоимость;</p> <ul style="list-style-type: none"> - оценивать риски и эффективность инновационных методов, средств и технологий; - внедрять разработанные проекты в практическую деятельность торгового предприятия; - формировать портфель инновационных стратегий; - проводить эффективный маркетинг инноваций. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками формирования и использования банков данных по инновациям; - методами разработки инновационных методов, средств и технологий в профессиональной деятельности; - навыками управления инновационными ресурсами на предприятиях сферы торговли; - навыками использования современных инновационных методов, средств и технологий в коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной деятельности; - навыками планирования и организации инновационной деятельности; - навыками отбора и оценки инновационных проектов; - навыками формирования стратегии инновационного развития. 		
		Завершающий этап (навыки)	ПК 12 - способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы проектирования и разработки торгово-технологических, маркетинговых, рекламных, логистических проектов на базе информационных технологий; - системное представление об основах проектирования розничных и оптовых торговых предприятий применительно к особенностям их функционирования в современных условиях потребительского рынка. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - генерировать идеи, проектировать и разрабатывать новые формы и методы торговой деятельности с использованием информационных технологий; - принимать решения по проектированию эффективных товаропроводящих цепей. - проводить анализ полной стоимости при принятии решений по разработке проектов профессиональной деятельности. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками прогнозирования, проектирования и информационного сопровождения коммерческого, маркетингового и рекламного видов профессиональной 	Комплект заданий, позволяющих оценить знания, умения и навыки	Наблюдение; проверка отчета (индивидуального задания), защита отчета

				<p>деятельности.</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами проектирования процессов продвижения и сбыта продукции и услуг на товарных рынках; - основами проектирования торговых систем с использованием современных научных разработок. 		
		Завершающий этап (навыки)	ПК-14 - способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - особенности процесса бизнес-проектирования; - методы анализа и оценки бизнес-среды организации; - специфику инжиниринга и реинжиниринга бизнес-процессов; - средства и методы реализации проектов по реинжинирингу бизнес-процессов; - методы управления торгово-технологическими процессами на предприятиях, принципы, нормы и методы проектирования торговых предприятий. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять бизнес-проектирование, разрабатывать самостоятельно и в составе команды бизнес-проекты; - контролировать выполнение бизнес-проектов и оценивать эффективность путем аудита профессиональной деятельности; - реализовывать проекты по реинжинирингу бизнес-процессов; - исследовать, моделировать и проводить оценку конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов; - выбирать поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их соблюдение, осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - аналитическими методами для оценки эффективности профессиональной деятельности организации; - навыками исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности. 	Комплект заданий, позволяющих оценить знания, умения и навыки	Наблюдение; проверка отчета (индивидуального задания), защита отчета

3.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Критерии определения сформированности компетенций на различных этапах их формирования

Критерии оценивания этапов формирования компетенции	Уровни сформированности компетенций		
	пороговый	достаточный	повышенный
	Компетенция сформирована. Демонстрируется недостаточный уровень самостоятельности практического навыка	Компетенция сформирована. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка	Компетенция сформирована. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка
Уровень знаний	Теоретическое содержание освоено частично, есть несущественные пробелы, неточности и недочеты при выполнении заданий	Теоретическое содержание освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки сформированы на достаточном уровне	Теоретическое содержание освоено полностью, без пробелов
Уровень умений	Необходимые умения, предусмотренные программой практики, в основном сформированы	Некоторые практические навыки сформированы на достаточном уровне	Практические навыки, предусмотренные программой практики, сформированы полностью
Уровень овладения навыками и (или) опыта деятельности	Необходимые практические навыки, предусмотренные программой практики, в основном освоены	Некоторые практические навыки освоены на достаточном уровне	Практические навыки, предусмотренные программой практики, освоены полностью

Поскольку в процессе практики формируются сразу несколько компетенций, критерии оценки целесообразно формировать в два этапа.

1-й этап: определение критериев оценки отдельно по каждой формируемой компетенции. Сущность 1-го этапа состоит в определении критериев для оценивания отдельно взятой компетенции на основе продемонстрированного студентом уровня овладения соответствующими знаниями, умениями и навыками.

2-й этап: определение критериев для оценки уровня обученности по итогам практики на основе комплексного подхода к уровню сформированности всех компетенций, обязательных к формированию в процессе ее прохождения. Сущность 2-го этапа определения критерия оценки по практике заключена в определении подхода к оцениванию на основе ранее полученных данных о сформированности каждой компетенции, обязательной к выработке в процессе изучения предмета. В качестве основного критерия при оценке итогов прохождения практики является наличие у студента сформированных компетенций.

Показатели оценивания компетенций и шкалы оценки

Оценка «неудовлетворительно» или отсутствие сформированности компетенции	Оценка «удовлетворительно» или низкой уровень освоения компетенции	Оценка «хорошо» или повышенный уровень освоения компетенции	Оценка «отлично» или высокий уровень освоения компетенции
---	--	--	--

<p>Студент демонстрирует неспособность применять соответствующие знания, умения и навыки при выполнении задания по практике.</p> <p>Отсутствие подтверждения наличия сформированности компетенции свидетельствует об отрицательных результатах прохождения практики</p>	<p>Студент демонстрирует наличие базовых знаний, умений и навыков при выполнении задания по практике, но их уровень недостаточно высок.</p> <p>Поскольку выявлено наличие сформированной компетенции, ее следует оценивать положительно, но на низком уровне</p>	<p>Студент демонстрирует наличие соответствующих знаний, умений и навыков при выполнении задания по практике на достаточном уровне. Наличие сформированной компетенции на достаточном уровне следует оценивать как положительное и устойчиво закрепленное в практическом навыке</p>	<p>Студент демонстрирует наличие соответствующих знаний, умений и навыков при выполнении задания по практике на повышенном уровне.</p> <p>Присутствие сформированной компетенции на высоком уровне, способность к ее дальнейшему саморазвитию и высокой адаптивности практического применения к изменяющимся условиям профессиональной задачи позволяет дать высокую оценку</p>
---	--	---	---

Компетенции	Планируемые результаты обучения по практике / Показатели оценивания	Критерии оценивания			
		Отличное усвоение	Хорошее усвоение	Не полное усвоение	Отсутствие усвоения
		<p>Высокий (верно и в полном объеме)</p> <p>5 баллов</p> <p>Оценка «отлично»</p>	<p>Средний (с незначительным и замечаниями)</p> <p>4 балла</p> <p>Оценка «хорошо»</p>	<p>Низкий (на базовом уровне, с ошибками), 3 балла</p> <p>Оценка «удовлетворительно»</p>	<p>Недостаточный (содержит много ошибок / ответ не дан)</p> <p>2 балла</p> <p>Оценка «неудовлетворительно»</p>
ОБЩЕКУЛЬТУРНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
Теоретические показатели					
<p>владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения. (ОК-9)</p>	<p>Знает: особенности поиска, анализа, систематизации и обобщения научной информации</p>	<p>Знает и понимает особенности поиска, анализа, систематизации и обобщения научной информации</p>	<p>Знает теоретические основы и особенности поиска, анализа, систематизации и обобщения научной информации</p>	<p>Имеет представление об особенностях поиска, анализа, систематизации и обобщения научной информации</p>	<p>Не знает особенности поиска, анализа, систематизации и обобщения научной информации</p>

Практические показатели

<p>владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприимчивости информации, постановке цели и выбору путей ее достижения. (ОК-9)</p>	<p>Умеет проводить анализ и критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска, брать на себя всю полноту ответственности; проводить анализ и обрабатывать полученные результаты научных исследований.</p>	<p>Умеет самостоятельно проводить анализ и критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска, брать на себя всю полноту ответственности; проводить анализ и обрабатывать полученные результаты научных исследований.</p>	<p>Умеет проводить анализ и критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска, брать на себя всю полноту ответственности; проводить анализ и обрабатывать полученные результаты научных исследований.</p>	<p>Может самостоятельно осуществлять анализ и критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска, брать на себя всю полноту ответственности; проводить анализ и обрабатывать полученные результаты научных исследований.</p>	<p>Не умеет осуществлять анализ и критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска, брать на себя всю полноту ответственности; проводить анализ и обрабатывать полученные результаты научных исследований.</p>
--	---	--	---	---	---

Владеет:

<p>владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприимчивости информации, постановке цели и выбору путей ее достижения. (ОК-9)</p>	<p>Владеет: навыками обработки информации, самостоятельно решать вопросы профессиональной деятельности. - навыками интеграции и представления результатов научных исследований. - навыками философского мышления для выработки системного, целостного взгляда на проблемы общества, навыками публичной и научной речи, аргументации</p>	<p>Владеет свободно и может применить в практической деятельности навыки обработки информации. Способен самостоятельно решать вопросы профессиональной деятельности. Владеет навыками интеграции и представления результатов научных исследований, навыками философского мышления для выработки системного, целостного взгляда на проблемы общества, навыками публичной и научной речи, аргументации, ведения дискуссии.</p>	<p>Может использовать навыки обработки информации. Способен самостоятельно решать вопросы профессиональной деятельности. Владеет навыками интеграции и представления результатов научных исследований, навыками философского мышления для выработки системного, целостного взгляда на проблемы общества, навыками публичной и научной речи, аргументации, ведения дискуссии.</p>	<p>Слабо владеет навыками обработки информации. Может самостоятельно решать вопросы профессиональной деятельности. Слабо владеет навыками интеграции и представления результатов научных исследований, навыками философского мышления для выработки системного, целостного взгляда на проблемы общества, навыками публичной и научной речи, аргументации, ведения дискуссии.</p>	<p>Не владеет навыками обработки информации. Не может самостоятельно решать вопросы профессиональной деятельности. Не владеет навыками интеграции и представления результатов научных исследований, навыками философского мышления для выработки системного, целостного взгляда на проблемы общества, навыками публичной и научной речи, аргументации, ведения дискуссии.</p>
--	---	--	--	--	---

	и, ведения дискуссии.				
ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ:					
Теоретические показатели					
<p>способность применять основные методы математического анализа и моделирования теоретического и экспериментального исследования; владение математическим аппаратом при решении профессиональных проблем. (ОПК-2)</p>	<p>Знает: современные методы математического анализа и моделирования, принципы теоретического и экспериментального исследования, применяемые в торговой сфере. Знает основные принципы системного анализа социально-экономических систем; содержание и характерные черты всех этапов экономико-математического моделирования.</p> <p>Знает основные принципы системного анализа социально-экономических систем. Понимает и знает содержание и характерные черты всех этапов экономико-математического моделирования.</p> <p>Знает необходимые сведения по разделам математики, которые используются при решении конкретных задач бизнеса;</p> <p>Знает необходимые сведения по разделам математики, которые используются при решении конкретных задач бизнеса.</p>	<p>Понимает и знает современные методы математического анализа и моделирования, принципы теоретического и экспериментального исследования, применяемые в торговой сфере. Понимает и знает основные принципы системного анализа социально-экономических систем. Понимает и знает содержание и характерные черты всех этапов экономико-математического моделирования.</p> <p>Знает необходимые сведения по разделам математики, которые используются при решении конкретных задач бизнеса;</p> <p>Знает особенности моделирования задач бизнеса.</p>	<p>Знает современные методы математического анализа и моделирования, принципы теоретического и экспериментального исследования, применяемые в торговой сфере. Знает основные принципы системного анализа социально-экономических систем. Знает содержание и характерные черты всех этапов экономико-математического моделирования.</p> <p>Знает необходимые сведения по разделам математики, которые используются при решении конкретных задач бизнеса;</p> <p>Знает особенности моделирования задач бизнеса.</p>	<p>Имеет представление о современных методах математического анализа и моделирования, принципах теоретического и экспериментального исследования, применяемые в торговой сфере. Имеет представление об основных принципах системного анализа социально-экономических систем. Имеет представление о содержании и характерных чертах всех этапов экономико-математического моделирования. Имеет представление о необходимых сведениях по разделам математики, которые используются при решении конкретных задач бизнеса;</p> <p>Имеет представление об особенностях моделирования задач бизнеса.</p>	<p>Не знает современные методы математического анализа и моделирования, принципы теоретического и экспериментального исследования, применяемые в торговой сфере. Не знает основные принципы системного анализа социально-экономических систем. Не знает содержание и характерные черты всех этапов экономико-математического моделирования. Не знает необходимые сведения по разделам математики, которые используются при решении конкретных задач бизнеса;</p>
Практические показатели					
<p>способность применять основные</p>	<p>Умеет: применять математический аппарат</p>	<p>Свободно владеет и умеет самостоятельно</p>	<p>Умеет самостоятельно применять</p>	<p>Может самостоятельно применять математический аппарат</p>	<p>Не умеет самостоятельно применять</p>

	я.				
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ					
ВИД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ					
Теоретические показатели					
<p>способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству. (ПК-1)</p>	<p>Знает принципы формирования товарной политики предприятия; особенность и управления ассортиментной политикой предприятия; методы анализа товарного портфеля предприятия; подходы к оптимизации и товарного ассортимента предприятия; факторы, формирующие и сохраняющие качество товаров; нормативную и техническую документацию по приёмке товаров; инструменты диагностирования дефектов продукции и их устранения; методы идентификации, оценки качества и безопасности товаров.</p>	<p>Понимает и знает принципы формирования товарной политики предприятия; особенности управления ассортиментной политикой предприятия; методы анализа товарного портфеля предприятия; подходы к оптимизации товарного ассортимента предприятия; факторы, формирующие и сохраняющие качество товаров; нормативную и техническую документацию по приёмке товаров; инструменты диагностирования дефектов продукции и их устранения; методы идентификации, оценки качества и безопасности товаров.</p>	<p>Знает принципы формирования товарной политики предприятия; особенности управления ассортиментной политикой предприятия; методы анализа товарного портфеля предприятия; подходы к оптимизации товарного ассортимента предприятия; факторы, формирующие и сохраняющие качество товаров; нормативную и техническую документацию по приёмке товаров; инструменты диагностирования дефектов продукции и их устранения; методы идентификации, оценки качества и безопасности товаров.</p>	<p>Имеет представление о принципах формирования товарной политики предприятия; особенностях управления ассортиментной политикой предприятия; методах анализа товарного портфеля предприятия; подходах к оптимизации товарного ассортимента предприятия; факторах, формирующих и сохраняющих качество товаров; Имеет представление о нормативной и технической документации по приёмке товаров. Имеет представление об инструментах диагностирования дефектов продукции и их устранения. Имеет представление о методах идентификации, оценки качества и безопасности товаров.</p>	<p>Не знает принципы формирования товарной политики предприятия; особенности управления ассортиментной политикой предприятия; методы анализа товарного портфеля предприятия; подходы к оптимизации товарного ассортимента предприятия; факторы, формирующие и сохраняющие качество товаров; нормативную и техническую документацию по приёмке товаров; инструменты диагностирования дефектов продукции и их устранения; методы идентификации, оценки качества и безопасности товаров.</p>

	и товаров.				
Практические показатели					
<p>способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству. (ПК-1)</p>	<p>Умеет обеспечивать качество продукции и товарного ассортимента а требованиям рынка; осуществляет коммерчески е связи с поставщиками и потребителями и потребителями продукции; управлять товарными запасами и потоками; определять показатели ассортимента а и качества товаров; проводить приемку товаров по количеству, качеству и комплектности; использовать методы идентификации, оценки качества и безопасности товаров для диагностики дефектов, выявления опасной, некачественной, фальсифицированной и контрафактной продукции. формировать оптимальный товарный ассортимент; разрабатывать маркетинговые стратегии предприятия планировать ассортиментную политику предприятия формировать гармоничный товарный портфель маркетингов</p>	<p>Свободно умеет обеспечивать качество продукции и товарного ассортимента требованиям рынка; осуществлять коммерческие связи с поставщиками и потребителями продукции; управлять товарными запасами и потоками; определять показатели ассортимента и качества товаров; проводить приемку товаров по количеству, качеству и комплектности; использовать методы идентификации, оценки качества и безопасности товаров для диагностики дефектов, выявления опасной, некачественной, фальсифицированной и контрафактной продукции. формировать оптимальный товарный ассортимент; разрабатывать маркетинговые стратегии предприятия планировать ассортиментную политику предприятия формировать гармоничный товарный портфель предприятия</p>	<p>Умеет обеспечивать качество продукции и товарного ассортимента требованиям рынка; осуществлять коммерческие связи с поставщиками и потребителями продукции; управлять товарными запасами и потоками; определять показатели ассортимента и качества товаров; проводить приемку товаров по количеству, качеству и комплектности; использовать методы идентификации, оценки качества и безопасности товаров для диагностики дефектов, выявления опасной, некачественной, фальсифицированной и контрафактной продукции. формировать оптимальный товарный ассортимент; разрабатывать маркетинговые стратегии предприятия планировать ассортиментную политику предприятия формировать гармоничный товарный портфель предприятия</p>	<p>Может самостоятельно обеспечивать качество продукции и товарного ассортимента требованиям рынка; осуществлять коммерческие связи с поставщиками и потребителями продукции; управлять товарными запасами и потоками; определять показатели ассортимента и качества товаров; проводить приемку товаров по количеству, качеству и комплектности; использовать методы идентификации, оценки качества и безопасности товаров для диагностики дефектов, выявления опасной, некачественной, фальсифицированной и контрафактной продукции. формировать оптимальный товарный ассортимент; разрабатывать маркетинговые стратегии предприятия планировать ассортиментную политику предприятия - определять конкурентные преимущества продукции и направления их повышения.</p>	<p>Не умеет обеспечивать качество продукции и товарного ассортимента требованиям рынка; осуществлять коммерческие связи с поставщиками и потребителями продукции; управлять товарными запасами и потоками; определять показатели ассортимента и качества товаров; проводить приемку товаров по количеству, качеству и комплектности; использовать методы идентификации, оценки качества и безопасности товаров для диагностики дефектов, выявления опасной, некачественной, фальсифицированной и контрафактной продукции. формировать оптимальный товарный ассортимент; разрабатывать маркетинговые стратегии предприятия планировать ассортиментную политику предприятия</p>

	ые товарные стратегии предприятия планировать ассортиментную политику предприятия формировать гармоничный товарный портфель предприятия проводить экономическую оценку эффективности ассортимента; - применять методы и приемы позиционирования товаров; принимать решения в сфере разработки и управления марочной политикой предприятия - определять конкурентные преимущества продукции и направления их повышения.	проводить экономическую оценку эффективности ассортимента; - применять методы и приемы позиционирования товаров; принимать решения в сфере разработки и управления марочной политикой предприятия - определять конкурентные преимущества продукции и направления их повышения.	проводить экономическую оценку эффективности ассортимента; - применять методы и приемы позиционирования товаров; принимать решения в сфере разработки и управления марочной политикой предприятия - определять конкурентные преимущества продукции и направления их повышения.		формировать гармоничный товарный портфель предприятия проводить экономическую оценку эффективности ассортимента; - применять методы и приемы позиционирования товаров; принимать решения в сфере разработки и управления марочной политикой предприятия - определять конкурентные преимущества продукции и направления их повышения.
--	---	---	---	--	---

Владеет:

способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль	Владеет методами классификации и кодирования товаров; - методами и средствами определения показателей ассортимента и качества товаров; - способами сохранения качества товаров; - навыками приемки	Способен свободно применять методы классификации и кодирования товаров; методы и средства определения показателей ассортимента и качества товаров; способы сохранения качества товаров; Свободно владеет навыками приемки товаров по количеству,	Владеет методами классификации и кодирования товаров; методами и средствами определения показателей ассортимента и качества товаров; способами сохранения качества товаров; навыками приемки товаров по количеству, качеству и комплектности; методами	Слабо владеет методами классификации и кодирования товаров; методами и средствами определения показателей ассортимента и качества товаров; способами сохранения качества товаров; навыками приемки товаров по количеству, качеству и комплектности; методами идентификации, оценки качества и безопасности товаров и использовать их для диагностики и выявления дефектов;	Не владеет методами классификации и кодирования товаров; методами и средствами определения показателей ассортимента и качества товаров; способами сохранения качества товаров; навыками приемки товаров по
--	---	---	--	--	--

<p>качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству. (ПК-1)</p>	<p>товаров по количеству, качеству и комплектности; - методами идентификации, оценки качества и безопасности и товаров и использовать их для диагностики и выявления дефектов; - техникой учета товаров по количеству и качеству. - навыками принятия решения в области разработки и выбора тактических маркетинговых решений в области товарной политики; - навыками принятия стратегических решений в управлении товарной политикой предприятия ; - навыками оценки конкурентоспособности товара; - навыками разработки и управления рыночной атрибутики товара.</p>	<p>качеству и комплектности; методами идентификации, оценки качества и безопасности товаров и использовать их для диагностики и выявления дефектов; техники учета товаров по количеству и качеству, навыками принятия решения в области разработки и выбора тактических маркетинговых решений в области товарной политики; навыками принятия стратегических решений в управлении товарной политикой предприятия; навыками оценки конкурентоспособности товара; навыками разработки и управления рыночной атрибутики товара.</p>	<p>идентификации, оценки качества и безопасности товаров и использовать их для диагностики и выявления дефектов; техники учета товаров по количеству и качеству. навыками принятия решения в области разработки и выбора тактических маркетинговых решений в области товарной политики; навыками принятия стратегических решений в управлении товарной политикой предприятия; навыками оценки конкурентоспособности товара; навыками разработки и управления рыночной атрибутики товара.</p>	<p>техникой учета товаров по количеству и качеству. навыками принятия решения в области разработки и выбора тактических маркетинговых решений в области товарной политики; навыками принятия стратегических решений в управлении товарной политикой предприятия; навыками оценки конкурентоспособности товара; навыками разработки и управления рыночной атрибутики товара.</p>	<p>количеству, качеству и комплектности; методами идентификации, оценки качества и безопасности товаров и использовать их для диагностики и выявления дефектов; техники учета товаров по количеству и качеству. навыками принятия решения в области разработки и выбора тактических маркетинговых решений в области товарной политики; навыками принятия стратегических решений в управлении товарной политикой предприятия; навыками оценки конкурентоспособности товара; навыками разработки и управления рыночной атрибутики товара.</p>
--	--	---	--	---	---

Теоретические показатели

<p>готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию</p>	<p>Знает: особенности формирования коммуникационной политики предприятия</p>	<p>Знает и понимает особенности формирования коммуникационной политики предприятия; способы проведения</p>	<p>Знает особенности формирования коммуникационной политики предприятия; способы проведения</p>	<p>Имеет представление об особенностях формирования коммуникационной политики предприятия; способах проведения маркетинговых исследований в</p>	<p>Не знает: особенности формирования коммуникационной политики предприятия; способы проведения</p>
--	--	--	---	---	---

с помощью маркетинговых коммуникаций, способность изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка. (ПК-3)	; способы проведения маркетинговых исследований в профессиональной деятельности; методы анализа конъюнктуры отраслевого рынка; методы и подходы к разработке комплекса продвижения товаров и услуг предприятия;	маркетинговых исследований в профессиональной деятельности; - методы анализа конъюнктуры отраслевого рынка; методы и подходы к разработке комплекса продвижения товаров и услуг предприятия;	маркетинговых исследований в профессиональной деятельности; - методы анализа конъюнктуры отраслевого рынка; методы и подходы к разработке комплекса продвижения товаров и услуг предприятия;	профессиональной деятельности; методах анализа конъюнктуры отраслевого рынка; методы и подходы к разработке комплекса продвижения товаров и услуг предприятия;	маркетинговых исследований в профессиональной деятельности; - методы анализа конъюнктуры отраслевого рынка; методы и подходы к разработке комплекса продвижения товаров и услуг предприятия;
--	---	--	--	--	--

Практические показатели

готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способность изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка. (ПК-3)	Умеет: изучать и прогнозировать спрос потребителей; оценивать рыночную конъюнктуру; формировать коммуникационную политику предприятия; изучать требования потребителей; разрабатывать программы лояльности; разрабатывать рекламные кампании и программы продвижения товаров; использовать современные технологии продаж; выявлять и удовлетворять требования потребителей; применять методы и приемы позиционирования	Умеет изучать и прогнозировать спрос потребителей; оценивать рыночную конъюнктуру; формировать коммуникационную политику предприятия; изучать требования потребителей товаров и услуг и разрабатывать программы лояльности; разрабатывать рекламные кампании и программы продвижения товаров; использовать современные технологии продаж; выявлять и удовлетворять требования потребителей товара; применять методы и приемы позиционирования	Способен изучать и прогнозировать спрос потребителей; оценивать рыночную конъюнктуру; формировать коммуникационную политику предприятия; изучать требования потребителей товаров и услуг и разрабатывать программы лояльности; разрабатывать рекламные кампании и программы продвижения товаров; использовать современные технологии продаж; выявлять и удовлетворять требования потребителей товара; применять методы и приемы позиционирования	Может изучать и прогнозировать спрос потребителей; оценивать рыночную конъюнктуру; формировать коммуникационную политику предприятия; изучать требования потребителей товаров и услуг и разрабатывать программы лояльности; использовать современные технологии продаж; выявлять и удовлетворять требования потребителей товара; применять методы и приемы позиционирования товаров для успешного их продвижения на рынке; определять приоритеты марочной стратегии компании и использовать технологии бренд-менеджмента в управлении марочными продуктами;	Не умеет: изучать и прогнозировать спрос потребителей; оценивать рыночную конъюнктуру; формировать коммуникационную политику предприятия; изучать требования потребителей товаров и услуг и разрабатывать программы лояльности; разрабатывать рекламные кампании и программы продвижения товаров; использовать современные технологии продаж; выявлять и удовлетворять требования потребителей товара; применять
--	--	---	--	---	--

	<p>ть требования потребителя й товара; применять методы и приемы позиционирования товаров для успешного их продвижения на рынке; определять приоритеты марочной стратегии компании и использовать технологии бренд-менеджмента в управлении марочными продуктами; анализировать факторы внешнего и внутреннего влияния на поведение различных групп потребителей.</p>	<p>я товаров для успешного их продвижения на рынке; определять приоритеты марочной стратегии компании и использовать технологии бренд-менеджмента в управлении марочными продуктами; анализировать факторы внешнего и внутреннего влияния на поведение различных групп потребителей.</p>	<p>товаров для успешного их продвижения на рынке; определять приоритеты марочной стратегии компании и использовать технологии бренд-менеджмента в управлении марочными продуктами; анализировать факторы внешнего и внутреннего влияния на поведение различных групп потребителей.</p>	<p>анализировать факторы внешнего и внутреннего влияния на поведение различных групп потребителей.</p>	<p>методы и приемы позиционирования товаров для успешного их продвижения на рынке; определять приоритеты марочной стратегии компании и использовать технологии бренд-менеджмента в управлении марочными продуктами; анализировать факторы внешнего и внутреннего влияния на поведение различных групп потребителей.</p>
--	---	--	--	--	---

Владеет:

<p>готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способность изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка. (ПК-3)</p>	<p>Владеет: маркетинговой информацией о конъюнктуре товарного рынка; навыками управления закупками, продажами и продвижением товаров до потребителей на торговых предприятиях разных типов и форматов; - методами оценки потребности рынка в инновациях; инструментами формирования системы интегрированных маркетинговых</p>	<p>Свободно владеет маркетинговой информацией о конъюнктуре товарного рынка; навыками управления закупками, продажами и продвижением товаров до потребителей на торговых предприятиях разных типов и форматов; - методами оценки потребности рынка в инновациях; инструментами формирования системы интегрированных маркетинговых</p>	<p>Владеет: маркетинговой информацией о конъюнктуре товарного рынка; навыками управления закупками, продажами и продвижением товаров до потребителей на торговых предприятиях разных типов и форматов; - методами оценки потребности рынка в инновациях; инструментами формирования системы интегрированных маркетинговых</p>	<p>Слабо владеет: маркетинговой информацией о конъюнктуре товарного рынка; навыками управления закупками, продажами и продвижением товаров до потребителей на торговых предприятиях разных типов и форматов; - методами оценки потребности рынка в инновациях; инструментами формирования системы интегрированных маркетинговых коммуникаций; навыками поиска новых форм непосредственного включения потребителя в цепочку создания ценности и различных</p>	<p>Не владеет: маркетинговой информацией о конъюнктуре товарного рынка; навыками управления закупками, продажами и продвижением товаров до потребителей на торговых предприятиях разных типов и форматов; - методами оценки потребности рынка в инновациях; инструментами формирования системы</p>
---	---	---	---	--	--

	<p>рынка в инновациях; инструментами формирования системы интегрированных маркетинговых коммуникаций; навыками поиска новых форм непосредственного включения потребителя в цепочку создания ценности и различных инструментов контроля его лояльности; методикой планирования и вывода новых товаров на рынки сбыта с использованием технологий оценки их перспективности; способностью разрабатывать и воплощать в практику комплексные планы маркетинговой деятельности, проводить оценку их результативности; методиками влияния на процесс принятия решений потребителем; навыками прогнозирования и управления процессом потребительского поведения с учетом тенденций спроса; навыками эффективного решения конфликтных ситуаций</p>	<p>коммуникаций; навыками поиска новых форм непосредственного включения потребителя в цепочку создания ценности и различных инструментов контроля его лояльности; методикой планирования и вывода новых товаров на рынки сбыта с использованием технологий оценки их перспективности; способностью разрабатывать и воплощать в практику комплексные планы маркетинговой деятельности, проводить оценку их результативности; методиками влияния на процесс принятия решений потребителем; навыками прогнозирования и управления процессом потребительского поведения с учетом тенденций спроса; навыками эффективного решения конфликтных ситуаций</p>	<p>коммуникаций; навыками поиска новых форм непосредственного включения потребителя в цепочку создания ценности и различных инструментов контроля его лояльности; методикой планирования и вывода новых товаров на рынки сбыта с использованием технологий оценки их перспективности; способностью разрабатывать и воплощать в практику комплексные планы маркетинговой деятельности, проводить оценку их результативности; методиками влияния на процесс принятия решений потребителем; навыками прогнозирования и управления процессом потребительского поведения с учетом тенденций спроса; навыками эффективного решения конфликтных ситуаций</p>	<p>инструментов контроля его лояльности; методикой планирования и вывода новых товаров на рынки сбыта с использованием технологий оценки их перспективности; способностью разрабатывать и воплощать в практику комплексные планы маркетинговой деятельности, проводить оценку их результативности; методиками влияния на процесс принятия решений потребителем; навыками прогнозирования и управления процессом потребительского поведения с учетом тенденций спроса; навыками эффективного решения конфликтных ситуаций</p>	<p>интегрированных маркетинговых коммуникаций; навыками поиска новых форм непосредственного включения потребителя в цепочку создания ценности и различных инструментов контроля его лояльности; методикой планирования и вывода новых товаров на рынки сбыта с использованием технологий оценки их перспективности; способностью разрабатывать и воплощать в практику комплексные планы маркетинговой деятельности, проводить оценку их результативности; методиками влияния на процесс принятия решений потребителем; навыками прогнозирования и управления процессом потребительского поведения с учетом тенденций спроса; навыками эффективного решения конфликтных ситуаций</p>
--	--	---	---	--	---

	<p>навыками прогнозирования и управления процессом потребительского поведения с учетом тенденций спроса; навыками эффективно решения конфликтных ситуаций.</p>				
--	--	--	--	--	--

ВИД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ

Теоретические показатели

<p>способность управлять персоналом организации (предприятия), готовность к организационно-управленческой работе с малыми коллективами (ПК-5)</p>	<p>Знает: специфику организации труда и управление персоналом на предприятии, принципы, нормы и методы проектирования торговых предприятий, охраны труда персонала; основные концепции взаимодействия работников организаций в сфере торговли; теоретические основы системы коммуникаций, лидерства и управления конфликтами в сфере торговли</p>	<p>Знает и понимает специфику организации труда и управление персоналом на предприятиях, принципы, нормы и методы проектирования торговых предприятий, охраны труда персонала; основные концепции взаимодействия работников организаций в сфере торговли; теоретические основы системы коммуникаций, лидерства и управления конфликтами в сфере торговли</p>	<p>Знает специфику организации труда и управление персоналом на предприятиях, принципы, нормы и методы проектирования торговых предприятий, охраны труда персонала; основные концепции взаимодействия работников организаций в сфере торговли; теоретические основы системы коммуникаций, лидерства и управления конфликтами в сфере торговли</p>	<p>Имеет представление о специфике организации труда и управление персоналом на предприятиях, принципах, нормах и методах проектирования торговых предприятий, охране труда персонала; основных концепциях взаимодействия работников организаций в сфере торговли; теоретических основах системы коммуникаций, лидерства и управления конфликтами в сфере торговли</p>	<p>Не знает: специфику организации труда и управление персоналом на предприятиях, принципы, нормы и методы проектирования торговых предприятий, охраны труда персонала; основные концепции взаимодействия работников организаций в сфере торговли; теоретические основы системы коммуникаций, лидерства и управления конфликтами в сфере торговли</p>
---	---	--	---	--	---

Практические показатели

<p>способность управлять персоналом организации (предприятия), готовность к организационно-</p>	<p>Умеет: применять технологи управления персоналом организации ;</p>	<p>Умеет применять технологи управления персоналом организации; анализировать и</p>	<p>Способен применять технологи управления персоналом организации; анализировать и</p>	<p>Может применять технологи управления персоналом организации; анализировать и оценивать кадровую работу на предприятии</p>	<p>Не умеет: применять технологи управления персоналом организации; анализировать</p>
---	---	---	--	--	---

о- управленческо й работе с малыми коллективами (ПК-5)	анализирова ть и оценивать кадровую работу на предприятии при формирован ии стратегии организации ; анализирова ть состояние и тенденции развития рынка труда с точки зрения обеспечения потребности организации в человечески х ресурсах.	оценивать кадровую работу на предприятии при формировании стратегии организации; анализировать состояние и тенденции развития рынка труда с точки зрения обеспечения потребности организации в человеческих ресурсах.	оценивать кадровую работу на предприятии при формировании стратегии организации; анализировать состояние и тенденции развития рынка труда с точки зрения обеспечения потребности организации в человеческих ресурсах.	при формировании стратегии организации; анализировать состояние и тенденции развития рынка труда с точки зрения обеспечения потребности организации в человеческих ресурсах.	и оценивать кадровую работу на предприятии при формировании стратегии организации; анализировать состояние и тенденции развития рынка труда с точки зрения обеспечения потребности организации в человеческих ресурсах.
Владеет					
способность управлять персоналом организации (предприятия), готовность к организационн о- управленческо й работе с малыми коллективами (ПК-5)	Владеет: современны ми технологиям и эффективног о влияния на индивидуаль ное и групповое поведение в торговой организации ; современны м инструмента рием управления человечески ми ресурсами.	Свободно владеет современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в торговой организации; современным инструментарием управления человеческими ресурсами.	Владеет: современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в торговой организации; современным инструментарием управления человеческими ресурсами.	Слабо владеет: современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в торговой организации; современным инструментарием управления человеческими ресурсами.	Не владеет: современными технологиями эффективного влияния на индивидуально е и групповое поведение в торговой организации; современным инструментари ем управления человеческими ресурсами.
Теоретические показатели					
способность организовыват ь и планировать материально- техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров (ПК-7)	Знает: механизмы организации материально - техническог о обеспечения деятельност и предприятий сферы	Знает и понимает механизмы организации материально- технического обеспечения деятельности предприятий сферы торговли; основные методы и способы организации	Знает механизмы организации материально- технического обеспечения деятельности предприятий сферы торговли; основные методы и способы организации закупочно-	Имеет представление о механизмах организации материально- технического обеспечения деятельности предприятий сферы торговли; основных методах и способах организации закупочно-сбытовой деятельности	Не знает: механизмы организации материально- технического обеспечения деятельности предприятий сферы торговли; основные методы и

	торговли; основные методы и способы организации закупочно-сбытовой деятельности и предприятий ; методику планирования материально-технического обеспечения и закупочно-сбытовой деятельности организаций	закупочно-сбытовой деятельности предприятий; методику планирования материально-технического обеспечения и закупочно-сбытовой деятельности организаций	сбытовой деятельности предприятий; методику планирования материально-технического обеспечения и закупочно-сбытовой деятельности организаций	предприятий; методике планирования материально-технического обеспечения и закупочно-сбытовой деятельности организаций	способы организации закупочно-сбытовой деятельности предприятий; методику планирования материально-технического обеспечения и закупочно-сбытовой деятельности организаций
--	--	---	---	---	---

Практические показатели

способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров (ПК-7)	Умеет: планировать процессы материально-технического обеспечения торговых предприятий ; обеспечивать оптимальный размер закупок с учетом объема продаж товаров и спроса покупателей.	Умеет планировать процессы материально-технического обеспечения торговых предприятий; обеспечивать оптимальный размер закупок с учетом объема продаж товаров и спроса покупателей.	Способен планировать процессы материально-технического обеспечения торговых предприятий; обеспечивать оптимальный размер закупок с учетом объема продаж товаров и спроса покупателей.	Может планировать процессы материально-технического обеспечения торговых предприятий; обеспечивать оптимальный размер закупок с учетом объема продаж товаров и спроса покупателей.	Не умеет: планировать процессы материально-технического обеспечения торговых предприятий; обеспечивать оптимальный размер закупок с учетом объема продаж товаров и спроса покупателей.
--	--	--	---	--	--

Владеет

способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров (ПК-7)	Владеет: методическими подходами к организации и планированию процесса закупки и продажи товаров; навыками организации и	Свободно владеет методическими подходами к организации и планированию процесса закупки и продажи товаров; навыками организации и планирования материально-технического обеспечения	Владеет: методическими подходами к организации и планированию процесса закупки и продажи товаров; навыками организации и планирования материально-технического обеспечения торговых	Слабо владеет: методическими подходами к организации и планированию процесса закупки и продажи товаров; навыками организации и планирования материально-технического обеспечения торговых предприятий.	Не владеет: методическими подходами к организации и планированию процесса закупки и продажи товаров; навыками организации и планирования материально-технического
--	--	--	---	--	---

	планирование материально-технического обеспечения торговых предприятий.	торговых предприятий.	предприятий.		обеспечения торговых предприятий.
--	---	-----------------------	--------------	--	-----------------------------------

Теоретические показатели

готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации (ПК-9)	Знает: предпосылки и развития стратегического управления организацией, понятие стратегии развития организации, задачи, решаемые в процессе ее осуществления, методы реализации и контроля стратегии; стратегические и тактические решения в области управления коммерческой деятельностью современных предприятий; стратегические подходы к управлению ассортиментной, ценовой, сбытовой, коммуникационной, кадровой политикой предприятий	Знает и понимает предпосылки развития стратегического управления организацией, понятие стратегии развития организации, задачи, решаемые в процессе ее осуществления, методы реализации и контроля стратегии; стратегические и тактические решения в области управления коммерческой деятельностью современных предприятий; стратегические подходы к управлению ассортиментной, ценовой, сбытовой, коммуникационной, кадровой политикой предприятий.	Знает предпосылки развития стратегического управления организацией, понятие стратегии развития организации, задачи, решаемые в процессе ее осуществления, методы реализации и контроля стратегии; стратегические и тактические решения в области управления коммерческой деятельностью современных предприятий; стратегические подходы к управлению ассортиментной, ценовой, сбытовой, коммуникационной, кадровой политикой предприятий.	Имеет представление о предпосылках развития стратегического управления организацией, стратегии развития организации, задачах, решаемых в процессе ее осуществления, методах реализации и контроля стратегии; стратегических и тактических решениях в области управления коммерческой деятельностью современных предприятий; стратегических подходов к управлению ассортиментной, ценовой, сбытовой, коммуникационной, кадровой политикой предприятий.	Не знает: предпосылки развития стратегического управления организацией, понятие стратегии развития организации, задачи, решаемые в процессе ее осуществления, методы реализации и контроля стратегии; стратегические и тактические решения в области управления коммерческой деятельностью современных предприятий; стратегические подходы к управлению ассортиментной, ценовой, сбытовой, коммуникационной, кадровой политикой предприятий.
--	--	---	--	---	--

Практические показатели

готовность анализировать, оценивать и разрабатывать	Умеет: анализировать внешнее окружение	Умеет анализировать внешнее окружение	Способен анализировать внешнее окружение	Может анализировать внешнее окружение организации, отрасли, конкурентной ситуации,	Не умеет: анализировать внешнее окружение
---	--	---------------------------------------	--	--	---

	на рынке; использовать основные принципы и методы формирования конкурентных стратегий; осуществлять контроль и аудит деятельности и организации.				
--	--	--	--	--	--

Владеет

<p>готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации (ПК-9)</p>	<p>Владеет: различными аналитическими подходами и инструментами для выработки оптимальной стратегии организации с целью формирования долгосрочных конкурентных преимуществ; навыками разработки бизнес-плана организации и инструментальных стратегий; навыками разработки бизнес-плана организации и инструментальных стратегий; навыками формирования торгового портфеля предприятия и управления его продуктовым ассортиментом; навыками оперативного управления и контроля внутренних ресурсов предприятия; способностью разрабатывать и воплощать в практику комплексные планы коммерческой деятельности, проводить оценку их результативности.</p>	<p>Свободно владеет различными аналитическими подходами и инструментами для выработки оптимальной стратегии организации с целью формирования долгосрочных конкурентных преимуществ; навыками разработки бизнес-плана организации и инструментальных стратегий; навыками формирования торгового портфеля предприятия и управления его продуктовым ассортиментом; навыками оперативного управления и контроля внутренних ресурсов предприятия; способностью разрабатывать и воплощать в практику комплексные планы коммерческой деятельности, проводить оценку их результативности.</p>	<p>Владеет: различными аналитическими подходами и инструментами для выработки оптимальной стратегии организации с целью формирования долгосрочных конкурентных преимуществ; навыками разработки бизнес-плана организации и инструментальных стратегий; навыками формирования торгового портфеля предприятия и управления его продуктовым ассортиментом; навыками оперативного управления и контроля внутренних ресурсов предприятия; способностью разрабатывать и воплощать в практику комплексные планы коммерческой деятельности, проводить оценку их результативности.</p>	<p>Слабо владеет: различными аналитическими подходами и инструментами для выработки оптимальной стратегии организации с целью формирования долгосрочных конкурентных преимуществ; навыками разработки бизнес-плана организации и инструментальных стратегий; навыками формирования торгового портфеля предприятия и управления его продуктовым ассортиментом; навыками оперативного управления и контроля внутренних ресурсов предприятия; способностью разрабатывать и воплощать в практику комплексные планы коммерческой деятельности, проводить оценку их результативности.</p>	<p>Не владеет: различными аналитическими подходами и инструментами для выработки оптимальной стратегии организации с целью формирования долгосрочных конкурентных преимуществ; навыками разработки бизнес-плана организации и инструментальных стратегий; навыками формирования торгового портфеля предприятия и управления его продуктовым ассортиментом; навыками оперативного управления и контроля внутренних ресурсов предприятия; способностью разрабатывать и воплощать в практику комплексные планы коммерческой деятельности, проводить оценку их результативности.</p>
---	--	---	---	---	--

	ресурсов предприятия ; способность разрабатывать и воплощать в практику комплексные планы коммерческой деятельности, проводить оценку их результативности.				
--	--	--	--	--	--

ВИД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ

Теоретические показатели

способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) (ПК-11)	Знает: основные положения законодательных и нормативных актов в области инноваций; классификацию инноваций и нововведений; стратегии инновационного развития; методы оценки эффективности инновационных методов, средств и технологий в профессиональной деятельности; сущность и основные этапы инновационного процесса; роль и методы государственного регулирования инновационной деятельности; основные формы организации инновационной деятельности и организационные структуры инновационного управления; основы планирования инновационных преобразований в организации;	Знает и понимает основные положения законодательных и нормативных актов классификацию инноваций и нововведений; стратегии инновационного развития, показатели и методы оценки эффективности инновационных методов, средств и технологий в профессиональной деятельности; сущность и основные этапы инновационного процесса; роль и методы государственного регулирования инновационной деятельности; основные формы организации инновационной деятельности и организационные структуры инновационного управления; основы планирования инновационных преобразований в организации;	Знает основные положения законодательных и нормативных актов в области инноваций; классификацию инноваций и нововведений; стратегии инновационного развития, показатели и методы оценки эффективности инновационных методов, средств и технологий в профессиональной деятельности; сущность и основные этапы инновационного процесса; роль и методы государственного регулирования инновационной деятельности; основные формы организации инновационной деятельности и организационные структуры инновационного управления; основы планирования инновационных преобразований в организации;	Имеет представление об основных положениях законодательных и нормативных актов в области инноваций; классификации инноваций и нововведений; стратегии инновационного развития, показателях и методах оценки эффективности инновационных методов, средств и технологий в профессиональной деятельности; сущности и основных этапах инновационного процесса; роли и методах государственного регулирования инновационной деятельности; основных формах организации инновационной деятельности и организационных структурах инновационного управления; основах планирования инновационных преобразований в организации; сущности стратегического управления инновационной деятельностью и видах инновационных	Не знает: основные положения законодательных и нормативных актов классификацию инноваций и нововведений; стратегии инновационного развития, показатели и методы оценки эффективности инновационных методов, средств и технологий в профессиональной деятельности; сущность и основные этапы инновационного процесса; роль и методы государственного регулирования инновационной деятельности; основные формы организации инновационной деятельности и организационные структуры инновационного управления;
---	---	---	---	--	--

	<p>ия инновационной деятельности; основные формы организации инновационной деятельности и организационные структуры инновационного управления; основы планирования инновационных преобразований в организации ;</p> <p>сущность стратегического управления инновационной деятельностью и виды инновационных стратегий; понятие, критерии и оценку эффективности инновационного проекта.</p>	<p>стратегического управления инновационной деятельностью и виды инновационных стратегий; понятие, критерии и оценку эффективности инновационного проекта.</p>	<p>сущность стратегического управления инновационной деятельностью и виды инновационных стратегий; понятие, критерии и оценку эффективности инновационного проекта.</p>	<p>стратегий; понятии, критериях и оценке эффективности инновационного проекта.</p>	<p>основы планирования инновационных преобразований в организации; сущность стратегического управления инновационной деятельностью и виды инновационных стратегий; понятие, критерии и оценку эффективности инновационного проекта.</p>
--	---	--	---	---	---

Практические показатели

<p>способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой)</p>	<p>Умеет: разрабатывать инновационные технологии, рассчитывать их стоимость; оценивать риски и эффективность инновационных проектов в</p>	<p>Умеет разрабатывать инновационные технологии, рассчитывать их стоимость; оценивать риски и эффективность инновационных методов, средств и технологий; внедрять разработанные проекты в</p>	<p>Способен разрабатывать инновационные технологии, рассчитывать их стоимость; оценивать риски и эффективность инновационных методов, средств и технологий; внедрять разработанные проекты в</p>	<p>Может разрабатывать инновационные технологии, рассчитывать их стоимость; оценивать риски и эффективность инновационных методов, средств и технологий; внедрять разработанные проекты в практическую деятельность торгового предприятия; формировать портфель</p>	<p>Не умеет: разрабатывать инновационные технологии, рассчитывать их стоимость; оценивать риски и эффективность инновационных методов, средств и технологий; внедрять</p>
---	---	---	--	---	---

, рекламной, логистической и (или) товароведной) (ПК-11)	ных методов, средств и технологий; внедрять разработанные проекты в практическую деятельность торгового предприятия ; формировать портфель инновационных стратегий; проводить эффективный маркетинг инноваций.	практическую деятельность торгового предприятия; формировать портфель инновационных стратегий; проводить эффективный маркетинг инноваций.	практическую деятельность торгового предприятия; формировать портфель инновационных стратегий; проводить эффективный маркетинг инноваций.	инновационных стратегий; проводить эффективный маркетинг инноваций.	разработанные проекты в практическую деятельность торгового предприятия; формировать портфель инновационных стратегий; проводить эффективный маркетинг инноваций.
--	--	---	---	---	---

Владеет

способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) (ПК-11)	Владеет: навыками формирования и использования банков данных по инновациям; методами разработки инновационных методов, средств и технологий в профессиональной деятельности; навыками управления инновационными ресурсами на предприятии сферы торговли; навыками использования современных инновационных ресурсов на предприятиях сферы торговли; навыками использования современных инновационных методов, средств и технологий в коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной деятельности; навыками планирования и организации инновационной деятельности; навыками отбора	Свободно владеет навыками формирования и использования банков данных по инновациям; методами разработки инновационных методов, средств и технологий в профессиональной деятельности; навыками управления инновационными ресурсами на предприятиях сферы торговли; навыками использования современных инновационных методов, средств и технологий в коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной деятельности; навыками планирования и организации инновационной деятельности; навыками отбора	Владеет: навыками формирования и использования банков данных по инновациям; методами разработки инновационных методов, средств и технологий в профессиональной деятельности; навыками управления инновационными ресурсами на предприятиях сферы торговли; навыками использования современных инновационных методов, средств и технологий в коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной деятельности; навыками планирования и организации инновационной деятельности; навыками отбора	Слабо владеет: навыками формирования и использования банков данных по инновациям; методами разработки инновационных методов, средств и технологий в профессиональной деятельности; навыками управления инновационными ресурсами на предприятиях сферы торговли; навыками использования современных инновационных методов, средств и технологий в коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной деятельности; навыками планирования и организации инновационной деятельности; навыками отбора и оценки инновационных проектов; навыками формирования стратегии инновационного развития.	Не владеет: навыками формирования и использования банков данных по инновациям; методами разработки инновационных методов, средств и технологий в профессиональной деятельности; навыками управления инновационными ресурсами на предприятиях сферы торговли; навыками использования современных инновационных методов, средств и технологий в коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной деятельности;
---	--	---	---	---	--

	<p>коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной деятельностью;</p> <p>навыками планирования и организации инновационной деятельности;</p> <p>навыками отбора и оценки инновационных проектов;</p> <p>навыками формирования стратегии инновационного развития.</p>	<p>и оценки инновационных проектов;</p> <p>навыками формирования стратегии инновационного развития.</p>	<p>и оценки инновационных проектов;</p> <p>навыками формирования стратегии инновационного развития.</p>		<p>навыками планирования и организации инновационной деятельности;</p> <p>навыками отбора и оценки инновационных проектов;</p> <p>навыками формирования стратегии инновационного развития.</p>
--	---	---	---	--	--

ВИД ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ПРОЕКТНАЯ

Теоретические показатели

<p>способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий (ПК-12)</p>	<p>Знает: основы проектирования и разработки торговых, технологических, маркетинговых, рекламных, логистических проектов на базе информационных технологий; системное представление об основах проектирования розничных и оптовых торговых предприятий применительно к особенностям их функционирования в современных условиях потребительского рынка.</p>	<p>Знает и понимает основы проектирования и разработки торговых, технологических, маркетинговых, рекламных, логистических проектов на базе информационных технологий; системное представление об основах проектирования розничных и оптовых торговых предприятий применительно к особенностям их функционирования в современных условиях потребительского рынка.</p>	<p>Знает основы проектирования и разработки торговых, технологических, маркетинговых, рекламных, логистических проектов на базе информационных технологий; системное представление об основах проектирования розничных и оптовых торговых предприятий применительно к особенностям их функционирования в современных условиях потребительского рынка.</p>	<p>Имеет представление об основах проектирования и разработки торговых, технологических, маркетинговых, рекламных, логистических проектов на базе информационных технологий; системном представлении об основах проектирования розничных и оптовых торговых предприятий применительно к особенностям их функционирования в современных условиях потребительского рынка.</p>	<p>Не знает: основы проектирования и разработки торговых, технологических, маркетинговых, рекламных, логистических проектов на базе информационных технологий; системное представление об основах проектирования розничных и оптовых торговых предприятий применительно к особенностям их функционирования в современных условиях потребительского</p>
--	--	--	---	---	--

	м их функционирования в современных условиях потребительского рынка.				го рынка.
Практические показатели					
способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий (ПК-12)	Умеет: генерировать идеи, проектировать и разрабатывать новые формы и методы торговой деятельности и с использованием информационных технологий; принимать решения по проектированию эффективных товаропроводящих цепей. проводить анализ полной стоимости при принятии решений по разработке проектов профессиональной деятельности.	Умеет генерировать идеи, проектировать и разрабатывать новые формы и методы торговой деятельности с использованием информационных технологий; принимать решения по проектированию эффективных товаропроводящих цепей. проводить анализ полной стоимости при принятии решений по разработке проектов профессиональной деятельности.	Способен генерировать идеи, проектировать и разрабатывать новые формы и методы торговой деятельности с использованием информационных технологий; принимать решения по проектированию эффективных товаропроводящих цепей. проводить анализ полной стоимости при принятии решений по разработке проектов профессиональной деятельности.	Может генерировать идеи, проектировать и разрабатывать новые формы и методы торговой деятельности с использованием информационных технологий; принимать решения по проектированию эффективных товаропроводящих цепей. проводить анализ полной стоимости при принятии решений по разработке проектов профессиональной деятельности.	Не умеет: генерировать идеи, проектировать и разрабатывать новые формы и методы торговой деятельности с использованием информационных технологий; принимать решения по проектированию эффективных товаропроводящих цепей. проводить анализ полной стоимости при принятии решений по разработке проектов профессиональной деятельности.
Владеет					
способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические	Владеет: навыками прогнозирования, проектирования и информационного сопровождения коммерческого, маркетингового, рекламного видов профессиональной деятельности.	Свободно владеет навыками прогнозирования, проектирования и информационного сопровождения коммерческого, маркетингового и рекламного видов профессиональной деятельности. методами проектирования	Владеет: навыками прогнозирования, проектирования и информационного сопровождения коммерческого, маркетингового и рекламного видов профессиональной деятельности. методами проектирования	Слабо владеет: навыками прогнозирования, проектирования и информационного сопровождения коммерческого, маркетингового и рекламного видов профессиональной деятельности. методами проектирования процессов продвижения	Не владеет: навыками прогнозирования, проектирования и информационного сопровождения коммерческого, маркетингового и рекламного видов

	методы проектирования торговых предприятий				
Практические показатели					
способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность (ПК-14)	Умеет: осуществлять бизнес-проектирование, разрабатывать самостоятельно и в составе команды самостоятельно и в составе команды бизнес-проекты; контролировать выполнение бизнес-проектов и оценивать эффективность путем аудита профессиональной деятельности; реализовывать проекты по реинжинирингу бизнес-процессов; исследовать, моделировать и проводить оценку конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов; выбирать поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их соблюдение, осуществлять оценку конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов; выбирать поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их соблюдение, осуществлять анализ, планирование,	Умеет осуществлять бизнес-проектирование, разрабатывать самостоятельно и в составе команды бизнес-проекты; контролировать выполнение бизнес-проектов и оценивать эффективность путем аудита профессиональной деятельности; реализовывать проекты по реинжинирингу бизнес-процессов; исследовать, моделировать и проводить оценку конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов; выбирать поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их соблюдение, осуществлять анализ, планирование, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты.	Способен осуществлять бизнес-проектирование, разрабатывать самостоятельно и в составе команды бизнес-проекты; контролировать выполнение бизнес-проектов и оценивать эффективность путем аудита профессиональной деятельности; реализовывать проекты по реинжинирингу бизнес-процессов; исследовать, моделировать и проводить оценку конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов; выбирать поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их соблюдение, осуществлять анализ, планирование, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты.	Может осуществлять бизнес-проектирование, разрабатывать самостоятельно и в составе команды бизнес-проекты; контролировать выполнение бизнес-проектов и оценивать эффективность путем аудита профессиональной деятельности; реализовывать проекты по реинжинирингу бизнес-процессов; исследовать, моделировать и проводить оценку конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов; выбирать поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их соблюдение, осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты.	Не умеет: осуществлять бизнес-проектирование, разрабатывать самостоятельно и в составе команды бизнес-проекты; контролировать выполнение бизнес-проектов и оценивать эффективность путем аудита профессиональной деятельности; реализовывать проекты по реинжинирингу бизнес-процессов; исследовать, моделировать и проводить оценку конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов; выбирать поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их соблюдение, осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты.

	организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты.				
Владеет					
способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность (ПК-14)	Владеет: аналитическими методами для оценки эффективности профессиональной деятельности и организации; навыками исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности.	Свободно владеет аналитическими методами для оценки эффективности профессиональной деятельности организации; навыками исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности.	Владеет: аналитическими методами для оценки эффективности профессиональной деятельности организации; навыками исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности.	Слабо владеет: аналитическими методами для оценки эффективности профессиональной деятельности организации; навыками исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности.	Не владеет: аналитическими методами для оценки эффективности профессиональной деятельности организации; навыками исследования, анализа, прогнозирования и моделирования тенденций изменения конъюнктуры рынка, бизнес-технологий, результатов профессиональной деятельности.
Теоретические показатели					
готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способность управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы (ПК-15)	Знает: понятие, основные виды, функции, концепции и принципы логистики; особенности управления логистическими потоками; основные виды логистических каналов и логистических цепей; содержание и специфику их каналов и логистических цепей;	Знает и понимает основные виды, функции, концепции и принципы логистики; особенности управления логистическими потоками; основные виды логистических каналов и логистических цепей; содержание и специфику закупочной, распределительно	Знает понятие, основные виды, функции, концепции и принципы логистики; особенности управления логистическими потоками; основные виды логистических каналов и логистических цепей; содержание и специфику закупочной, распределительно	Имеет представление о понятии, основных видах, функциях, концепции и принципах логистики; особенностях управления логистическими потоками; основных видах логистических каналов и логистических цепей; содержании и специфике закупочной, распределительной, производственной, транспортной, складской и информационной логистики.	Не знает: понятие, основные виды, функции, концепции и принципы логистики; особенности управления логистическими потоками; основные виды логистических каналов и логистических цепей; содержание и специфику закупочной,

	содержание и специфику закупочной, распределительной, производственной, транспортной и складской и информационной логистики.	й, производственной, транспортной, складской и информационной логистики.	й, производственной, транспортной, складской и информационной логистики.		распределительной, производственной, транспортной, складской и информационной логистики.
Практические показатели					
готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способность управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы (ПК-15)	Умеет: определять потребности производства в материалах; рассчитывать оптимальные сроки и объем поставок; организовывать материальные и сопутствующие потоки; управлять складскими процессами; организовывать систему логистического сервиса; планировать, организовывать и анализировать логистическую деятельность в сфере торговли.	Умеет определять потребности производства в материалах; рассчитывать оптимальные сроки и объем поставок; организовывать материальные и сопутствующие потоки; управлять складскими процессами; организовывать систему логистического сервиса; планировать, организовывать и анализировать логистическую деятельность в сфере торговли.	Способен определять потребности производства в материалах; рассчитывать оптимальные сроки и объем поставок; организовывать материальные и сопутствующие потоки; управлять складскими процессами; организовывать систему логистического сервиса; планировать, организовывать и анализировать логистическую деятельность в сфере торговли.	Может определять потребности производства в материалах; рассчитывать оптимальные сроки и объем поставок; организовывать материальные и сопутствующие потоки; управлять складскими процессами; организовывать систему логистического сервиса; планировать, организовывать и анализировать логистическую деятельность в сфере торговли.	Не умеет: определять потребности производства в материалах; рассчитывать оптимальные сроки и объем поставок; организовывать материальные и сопутствующие потоки; управлять складскими процессами; организовывать систему логистического сервиса; планировать, организовывать и анализировать логистическую деятельность в сфере торговли.
Владеет					
готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способность управлять логистическими процессами и изыскивать	Владеет: методами расчета поставок в закупочной логистике; алгоритмами выбора оптимального поставщика; механизмом управления	Свободно владеет методами расчета поставок в закупочной логистике; алгоритмами выбора оптимального поставщика; механизмом управления материальными потоками в	Владеет: методами расчета поставок в закупочной логистике; алгоритмами выбора оптимального поставщика; механизмом управления материальными потоками в	Слабо владеет: методами расчета поставок в закупочной логистике; алгоритмами выбора оптимального поставщика; механизмом управления материальными потоками в производстве; методами оценки работы складов;	Не владеет: методами расчета поставок в закупочной логистике; алгоритмами выбора оптимального поставщика; механизмом управления материальными

оптимальные логистические системы (ПК-15)	материальными потоками в производстве; методами оценки работы складов; навыками организации внутренних перевозок; методами анализа товарных запасов; методами оптимизации затрат; основами оперативного планирования и управления логистическими потоками.	производстве; методами оценки работы складов; навыками организации внутренних перевозок; методами анализа товарных запасов; методами оптимизации затрат; основами оперативного планирования и управления логистическими потоками.	производстве; методами оценки работы складов; навыками организации внутренних перевозок; методами анализа товарных запасов; методами оптимизации затрат; основами оперативного планирования и управления логистическими потоками.	навыками организации внутренних перевозок; методами анализа товарных запасов; методами оптимизации затрат; основами оперативного планирования и управления логистическими потоками.	потоками в производстве; методами оценки работы складов; навыками организации внутренних перевозок; методами анализа товарных запасов; методами оптимизации затрат; основами оперативного планирования и управления логистическими потоками.
---	--	---	---	---	--

3.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Задания по практике обусловлены спецификой ОПОП ВОпо направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» профиль «Коммерция». В общем виде примерный перечень вопросов и заданий зависит от этапа прохождения практики и выглядит следующим образом.

Примерный перечень заданий производственной практики

Разделы (этапы) практики	Суть этапа практики	Комплект заданий, позволяющий оценить уровень знаний, умений и навыков	Контролируемые компетенции
--------------------------	---------------------	--	----------------------------

Подготовительный	Уточнение и согласование индивидуального задания на практику в соответствии с программой практики и темой выпускной квалификационной работы. Составление плана практики.	Изучить учредительные документы организации Ознакомиться с организационной структурой предприятия Рассмотреть функции основных отделов организации Осуществить сбор и систематизацию основных сведений о результатах и планах работы организации	ОК-9; ОПК-2
Аналитический	В соответствии с ВКР: - анализ производственно-хозяйственной деятельности предприятия. - изучение организации коммерческой деятельности на предприятии. Оценка конкурентоспособности предприятия. Анализ эффективности коммерческой деятельности предприятия. Разработка направлений совершенствования коммерческой деятельности предприятия.	Проанализировать материально-технического обеспечения коммерческой деятельности. Охарактеризовать особенности управления торгово-технологическим процессом на предприятии. Оценить логистическую деятельность предприятия Проанализировать товарный ассортимент предприятия. Изучить управление процессом товародвижения на предприятии. Охарактеризовать организацию процесса обслуживания покупателей предприятия. Оценить осуществление маркетинговых мероприятий по продвижению товаров на рынок. Охарактеризовать информационное обеспечение коммерческой деятельности. Оценить конкурентоспособность предприятия. Изучить спрос с учетом требований потребителей. Проанализировать конкурентное положение предприятия на рынке. Оценить финансовое состояние предприятия.	ПК-1; ПК-3; ПК-5; ПК-7; ПК-9; ПК-11; ПК-12; ПК-14; ПК-15
Отчетный	Обобщение материала, собранного в период прохождения практики, определение его достаточности и достоверности для использования при написании практической части выпускной квалификационной	Оценить эффективность коммерческой деятельности предприятия. Проанализировать направления развития коммерческой деятельности предприятия.	ПК-11; ПК-12; ПК-14

	работы. Подготовка отчета по практике, отражающего выполнение индивидуального задания. Защита отчета по практике.		
--	--	--	--

Зачет с оценкой по производственной практике «Преддипломной практике» по учебному плану подготовки бакалавров по направлению 38.03.06 «Торговое дело» направленность (профиль) программы «Коммерция» предусмотрен в форме защиты отчета по практике.

3.4 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Прохождение осуществляется в соответствии с учебным планом и утвержденной программой практики, и завершается составлением отчета о практике и его защитой.

Содержание практики предполагает получение студентами профессиональных умений и навыков в структурных подразделениях университета или в профильных организациях и учреждениях.

Перед началом практики проводится организационное собрание, на котором студенты знакомятся с ее целями, задачами, содержанием и организационными формами.

Студентам выдается индивидуальное задание на прохождение практики с указанием перечня работ. Содержание индивидуального задания определяется заданием на выполнение ВКР.

В течение практики студенты оформляют отчет установленного образца, который в конце практики должны представить руководителю практики в распечатанном и сброшюрованном виде для проверки. Методические указания к составлению отчета о прохождении практики представлены в приложении 1.

Практика считается завершенной при условии выполнения всех требований программы практики. Текущий контроль предполагает оценку каждого этапа практики студентов.

Аттестация практики проводится по результатам всех видов деятельности и при наличии отчета по практике. Итоговая оценка определяется как комплексная по результатам прохождения практики.

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Формы контроля	Оценочное средство	Процедура оценивания (краткая характеристика оценочного средства)
Текущий контроль	Наблюдение	Средство контроля, которое является основным методом при текущем контроле, проводится с целью измерения частоты, длительности, топологии действий студентов, обычно в естественных условиях с применением не интерактивных методов
Рубежный контроль	Индивидуальное задание (разделы отчета по практике)	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся
Промежуточный контроль	Защита отчета по практике	Отчет является специфической формой письменных работ, позволяющей студенту обобщить свои знания, умения и навыки, приобретенные за время прохождения учебных практик. Отчеты по практике готовятся индивидуально. Цель каждого отчета – осознать и зафиксировать компетенции, приобретенные студентом в результате освоения теоретических курсов и полученные им при прохождении практики

Формирование балльной оценки по результатам прохождения практики

№	Оцениваемый вид проведенной работы	Критериальные позиции оценки	Общее количество баллов	Максимальное количество баллов по отдельным позициям
1.	Качество подобранного материала для проведения анализа	Количество подобранных источников информации (минимально – 15)	30	10
		Наличие современных данных		10
		Использование современной нормативной информации		10
2.	Выполнение общих требований к проведению практики	Своевременное выполнение отдельных этапов прохождения практики	30	10
		Посещение консультаций руководителя		10
		Выполнение требований руководителя по проведению исследования		10
3.	Качественная оценка проведенного	Выполнение требований к оформлению отчета по практике	40	10

	исследования	Выполнение требований к содержательной части отчета		10
		Оценка степени самостоятельности проведенного исследования		10
		Оценка качества проведенной исследовательской работы		10
	ИТОГО:		100	100

Перевод 100-балльной рейтинговой оценки в традиционную четырехбалльную

100-балльная система оценки	Традиционная четырехбалльная система оценки
85 – 100 баллов	оценка «отлично»
70 – 84 баллов	оценка «хорошо»
50 – 69 баллов	оценка «удовлетворительно»
менее 50 баллов	оценка «неудовлетворительно»

IV. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИКИ

4.1. Перечень учебной литературы, необходимой для проведения практики

Основная литература

1. Половцева Ф. П. Коммерческая деятельность: Учебник / Ф.П. Половцева.- М.: ИНФРА-М, 2014. - 248 с. (ЭБС)
2. Канке А. А. Логистика: Учебник / А.А. Канке, И.П. Кошечкина.- 2-е изд., испр. и доп.- М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2015. - 384 с. (ЭБС)
3. Хабибулин А. Г. Правовое обеспечение профессиональной деятельности: Учебник / А.Г. Хабибулин, К.Р. Мурсалимов.- М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2014.-336 с. (ЭБС)
4. Чкалова О. В. Торговое дело. Организация, технология и проектирование торговых предприятий: Учебник / О.В. Чкалова.- М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 384 с. (ЭБС)
5. Экономика предприятия: учебник / под ред. проф. В.Я. Горфинская – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2015.

Дополнительная литература

1. Алексина С. Б. Методы стимулирования продаж в торговле: Учебник / С.Б. Алексина, Г.Г. Иванов, В.К. Крышталева, Т.В. Панкина. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2015. - 304 с. (ЭБС)

2. Антонов Г. Д. Управление конкурентоспособностью организации: Учебное пособие / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. - М.: ИНФРА-М, 2014. - 300 с. (ЭБС)

3. Рекламная деятельность: Учебник / Под ред. В.Д. Секерина. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 282 с. (ЭБС)

4. Саталкина Н. И. Экономика торговли: Учебное пособие / Н.И. Саталкина, Б.И. Герасимов, Г.И. Терехова. - М.: Форум, 2014. - 232 с. (ЭБС)

5. Фридман, А. М. Финансы организации (предприятия) [Электронный ресурс] : Учебник / А. М. Фридман. - 2-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 2016. - 488 с. (ЭБС)

Примечание: Перечень основной и дополнительной литературы уточняется руководителем практики

4.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для проведения практики

1. www.government.ru – Официальный сайт Правительства Российской Федерации

2. <http://www.gks.ru> – Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации

3. www.economy.gov.ru – Официальный сайт Министерства экономического развития и торговли

4. www.minfin.ru – Официальный сайт Министерства финансов РФ

5. www.oecd.org – Официальный сайт Организации экономического сотрудничества и развития

6. www.wto.org – Официальный сайт Всемирной торговой организации

7. Справочно-правовая система «Гарант»: www.garant.ru

8. Справочно-правовая система «Консультант-плюс»: www.consultant.ru

Перечень электронных ресурсов, к которым обеспечивается доступ обучающихся:

1. http://82.179.36.11/irbis64r_12 - электронный каталог библиотеки ССЭИ на основе системы автоматизации библиотек (САБ) «ИРБИС64»

2. http://seun.ru/content/learning/4/science/1/?clear_cache=Y – учебные пособия и учебно-методические материалы ССЭИ

3. <http://znaniyum.com> – электронно-библиотечная система «Знаниум»

4. <http://biblioklub.ru> - электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online»

5. <http://www.biblio-online.ru> - электронно-библиотечная система «Юрайт»

6. <http://book.ru> - электронно-библиотечная система «BOOK.ru»
7. <http://grebennikon.ru/> - электронная библиотека Издательского дома "Гребенников"
8. <http://search.proquest.com/business> - электронно-библиотечная система «ProQuest»
9. http://www.consultant.ru/?utm_source=sps - справочная правовая система «КонсультантПлюс»
10. <http://elibrary.ru/defaultx.asp> - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU
11. <http://cyberleninka.ru/> - Научная электронная библиотека «КИБЕРЛЕНИНКА»
12. <http://www.prlib.ru/Pages/default.aspx> - Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина
13. <http://www.polpred.com/> - база данных «Polpred.com Обзор СМИ»
14. <http://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm#a2> – Международный научно-исследовательский институт по вопросам труда
15. <https://www.isi-web.org/> - База данных ISI (TheInternationalStatisticalInstitute) Международного статистического института
16. <http://www.edu.ru/> - Федеральный портал «Российское образование»
17. <http://window.edu.ru/> - Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»
18. <http://school-collection.edu.ru/> - Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов
19. <http://fcior.edu.ru/> - Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов

4.3. Перечень информационных технологий, используемых при проведении практики, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

№ п/п	Виды работ обучающихся в процессе прохождения практики	Перечень информационных технологий, программного обеспечения, информационных справочных систем
1.	Анализ собранных материалов. Подготовка материалов для написания отчета по практике.	Microsoft office suit MS Access 2007 MS Access 2007 – 103 ключа выдано 2010 - MS Visual Studio 2008 MS FrontPage 2003 MS Visual Studio 2010 MS Project 2007
2.	Изучение теоретических источников в рамках подготовки отчета по практике с пре-	Электронный каталог библиотеки на основе системы автоматизации библиотек (САБ) «ИРБИС64», режим доступа:

	доставлением каждому обучающемуся в течение всего периода обучения индивидуального неограниченного доступа к одной или нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде организации, как на территории организации, так и вне ее. Использование учебной литературы, необходимой для проведения практики с использованием электронных учебников, предоставляемым по договорам с ЭБС (указаны в разделе «III. Учебно-методическое, информационное и материально-техническое обеспечение практики»)	http://82.179.36.11/irbis64r_12 . Электронно-библиотечная система «Знаниум», режим доступа: http://znaniium.com . Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online», режим доступа: http://biblioklub.ru . Электронно-библиотечная система «Юрайт», режим доступа: http://www.biblio-online.ru . Электронно-библиотечная система «BOOK.ru», режим доступа: http://book.ru . Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников», режим доступа: http://grebennikon.ru/ . Электронная библиотечная система ELibrary, режим доступа: http://elibrary.ru/defaultx.asp . Электронно-библиотечная система «ProQuest», режим доступа: http://search.proquest.com/business .
3.	Взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействие посредством сети «Интернет»	LMS Moodle Стандартные офисные компьютерные программы: Microsoft Office suite MS Access 2007 MS Access 2007 – 103 ключавыдано 2010 - MS Visual Studio 2008 MS FrontPage 2003 MS Visual Studio 2010 MS Project 2007 Свободно распространяемое ПО: Ramus Educational – моделирование и анализ бизнес-процессов (создания диаграмм в формате IDEF0 и DFD); 7-Zip – архиватор. Интернет браузеры.
4.	Проведение групповых и индивидуальных консультаций обучающихся по подготовке отчета по практике, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействие посредством сети «Интернет».	LMS Moodle Интернет браузеры Электронная почта

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Официальный интернет-портал правовой информации <http://pravo.gov.ru>.
2. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования <http://fgosvo.ru>.
3. Портал «Информационно-коммуникационные технологии в образовании» <http://www.ict.edu.ru>.

4.4. Перечень материально-технической базы, необходимой для проведения практики

Для проведения производственной практики «Преддипломная практика» могут использоваться компьютерные аудитории с достаточным количеством персональных компьютеров и установленным лицензионным программным обеспечением для реализации интерактивного доступа студентов к электронным учебно-методическим материалам через сеть Интернет. На предприятии, где проводится производственная практика, для студента должно быть предоставлено рабочее место, позволяющее выполнять все необходимые работы в соответствии с содержанием задания на практику.

Для подготовки отчетов и презентаций по результатам прохождения производственной практики могут быть использованы аудитории для самостоятельной работы студентов и электронно-библиотечная система (электронная библиотека) Саратовского социально-экономического института (филиала) ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова».

Заведующему кафедрой

Саратовского социально-экономического
института (филиала) РЭУ им. Г.В.

Плеханова

от студента _____ курса _____ группы

_____ формы

ФИО _____

факультет _____

Заявление

Прошу _____ предоставить _____ мне _____ место _____ для _____ прохождения _____
_____ практики _____ с _____ учетом _____

индивидуальных(указать вид практики)

особенностей и возможностей состояния здоровья.

Копии подтверждающих документов прилагаются:

Дата

Подпись студента

федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова
Саратовский социально-экономический институт (филиал)

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

Студент _____
(ФИО студента)

факультет _____ курс _____

форма обучения _____

направление подготовки (специальность) _____

профиль (специализация, магистерская программа) _____

направляется на _____ практику
(вид практики)

продолжительностью _____ недель

в период с « ___ » _____ 20__ г. по « ___ » _____ 20__ г.

в _____

_____ (полное наименование организации (предприятия))

Декан факультета _____ ФИО
(подпись)

М.П.

Заведующий кафедрой _____ ФИО
(подпись)

Дата прибытия в организацию (предприятие) « ___ » _____ 20__ г.

_____ (Должность руководителя, Ф.И.О.) _____ (подпись)

М.П.

Дата убытия из организации (предприятия) « ___ » _____ 20__ г.

_____ (Должность руководителя, Ф.И.О.) _____ (подпись)

М.П.

Министерство образования и науки Российской Федерации
 федеральное государственное бюджетное образовательное
 учреждение высшего образования
 Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова
 Саратовский социально-экономический институт (филиал)

Рабочий график (план) проведения практики обучающегося, осваивающего основную профессиональную образовательную программу высшего образования

Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело
 Направленность (профиль) образовательной программы «Коммерция»

Производственная практика: преддипломная практика

Студент _____ курса _____ группы

 (Ф.И.О)

 (Место прохождения практики: название организации, предприятия)

Сроки прохождения практики: с _____ по _____.

№	Этапы прохождения практики	Сроки
1	Подготовительный	
2	Аналитический	
3	Отчётный	
4	Защита отчета в срок до	

Руководитель практики
 от кафедры

 (подпись)

 Ф.И.О.

Руководитель практики
 от предприятия
 (организации)

 (подпись)

 Ф.И.О.

Министерство образования и науки Российской Федерации
 федеральное государственное бюджетное образовательное
 учреждение высшего образования
 Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова
 Саратовский социально-экономический институт (филиал)

**Индивидуальное задание
 для обучающегося, осваивающего основную профессиональную
 образовательную программу высшего образования**

Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело
 Направленность (профиль) образовательной программы «Коммерция»

Производственная практика: преддипломная практика

Студент _____ курса _____ группы

(Ф.И.О)

(Место прохождения практики: название организации, предприятия)

Сроки прохождения практики: с _____ по _____.

№ п/п	Этапы прохождения практики	Перечень работ	Сроки
1.	Подготовительный	Изучить учредительные документы организации Ознакомиться с организационной структурой предприятия Рассмотреть функции основных отделов организации Осуществить сбор и систематизацию основных сведений о результатах и планах работы организации	
2.	Аналитический	Проанализировать материально-технического обеспечения коммерческой деятельности. Охарактеризовать особенности управления торгово-технологическим процессом на предприятии. Оценить логистическую деятельность пред-	

		<p>приятия</p> <p>Проанализировать товарный ассортимент предприятия.</p> <p>Изучить управление процессом товародвижения на предприятии.</p> <p>Охарактеризовать организацию процесса обслуживания покупателей предприятия.</p> <p>Оценить осуществление маркетинговых мероприятий по продвижению товаров на рынок.</p> <p>Охарактеризовать информационное обеспечение коммерческой деятельности.</p> <p>Оценить конкурентоспособность предприятия.</p> <p>Изучить спрос с учетом требований потребителей.</p> <p>Проанализировать конкурентное положение предприятия на рынке.</p> <p>Оценить финансовое состояние предприятия.</p>	
3.	Отчётный	<p>Оценить эффективность коммерческой деятельности предприятия.</p> <p>Проанализировать направления развития коммерческой деятельности предприятия.</p>	
	Защита отчета		

Руководитель практики
от кафедры

(подпись)

Ф.И.О.

Руководитель практики
от предприятия
(организации)

(подпись)

Ф.И.О.

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Саратовский социально-экономический институт (филиал)

ДНЕВНИК ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Студент _____
(ФИО)

направление подготовки (специальность) _____
(наименование)

профиль (специализация, магистерская программа) _____

(наименование)
факультет _____
(наименование)

кафедра _____
(наименование) курс _____

вид практики _____
(учебная, производственная, в т.ч. преддипломная)

база практики _____
(наименование организации (предприятия))

руководитель практики от кафедры _____
(ФИО, должность, кафедра)

руководитель практики от организации
(предприятия) _____
(ФИО, должность)

Руководство по оформлению дневника прохождения практики

Структура дневника прохождения практики:

1. Титульный лист;
2. Индивидуальные задания на практику;
3. Календарный план прохождения практики;
4. Ежедневные записи (отчет) о прохождении практики;
5. Перечень материалов, собранных в период прохождения практики.

Рекомендации к ведению дневника прохождения практики

До начала практики:

Титульный лист. Под руководством ответственного за организацию практики от кафедры заполнить титульный лист дневника прохождения практики.

Индивидуальные задания на практику. Руководители практики от кафедр: разрабатывают и выдают индивидуальные задания для обучающихся, выполняемые в период практики, оказывают методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий, заверяют подписью.

В индивидуальном задании указываются этапы прохождения практики, перечень работ и сроки. Индивидуальное задание согласовывается с руководителем практики от предприятия (организации).

Календарный план прохождения практики. В соответствии с программой практики необходимо составить календарный план прохождения практики, согласовать его с руководителем практики от кафедры, заверить подписью. Календарный план прохождения практики согласовывается с руководителем практики от предприятия (организации).

В календарном плане прохождения практики, указываются наименования структурных подразделений, содержание заданий, сроки выполнения (конкретная дата, либо период времени) и ответственные по определению заданий.

В период прохождения практики:

Ежедневные записи (отчет) о прохождении практики. В данном разделе своевременно и кратко записываются все выполненные практикантом индивидуальные задания. Записи составляются чётко, лаконично и грамотно. В каждой записи должны присутствовать:

- дата;
- наименование структурного подразделения, в котором выполняются индивидуальные задания;
- характер и объем выполняемых индивидуальных заданий;
- подпись руководителя практики от организации (предприятия).

В данный раздел также включаются записи о прохождении инструктажей (охрана труда, техника безопасности, пожарная безопасность профессиональные инструктажи, а также правилами внутреннего трудового распорядка); участии в общественных мероприятиях и профсоюзной деятельности; участии в производственных экскурсиях, обучающих или исследовательских семинарах; информация об изучении документов предприятия или нормативно-правовых актов.

По завершению практики:

Перечень материалов, собранных в период прохождения практики.

Данный раздел дневника прохождения практики должен включать перечень текстовых, электронных, графических, аудио-, фото-, видео- материалов, изученных и освоенных студентом-практикантом в период прохождения практики.

Отчет по итогам практики предоставляется обучающимся руководителю практики от соответствующей кафедры на бумажном и электронном носителе в первый учебный день, следующий за днем окончания практики.

Кафедрой определяются сроки защиты отчета о практике и доводятся до сведения студентов.

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Саратовский социально-экономический институт (филиал)

Факультет

_____ (наименование факультета)

Кафедра

_____ (наименование факультета)

Направление подготовки (специальность)

_____ Профиль (специализация, магистерская программа)

ОТЧЕТ

о прохождении _____ практики
(вид практики)

_____ (ФИО студента)

Курс _____

группа _____

Место прохождения практики _____

_____ (указывается полное наименование организации, (предприятия))

Срок прохождения практики:

с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

Руководители практики:

от кафедры _____

_____ (ФИО должность)

от организации (предприятия) _____

_____ (ФИО должность)

**Отзыв руководителя практики от кафедры
о качестве выполнения программы практики**

Студент _____
(ФИО)

факультет _____ Курс _____ Группа _____
направление подготовки (специальность)

(наименование)
Профиль (специализация, магистерская программа)

(наименование)

в период с « ____ » _____ 201__ г. по « ____ » _____ 201__ г.

проходил _____ практику в
(вид практики)

(название организации (предприятия))

При прохождении практики _____

(отражается степень достижения поставленных целей и задач практики, соответствие выполненной работы программе практики, оценивается качество выполнения индивидуальных заданий, приобретенные практические навыки и умения, изменение уровня сформированности компетенций и т.д.)

Программа _____ практики _____
(вид практики) (объем выполнения)

Рекомендуемая оценка результатов прохождения практики « _____ ».
(неудовлетворительно, удовлетворительно, хорошо, отлично)

Дата заполнения отзыва « ____ » _____ 201__ г.

Руководитель
практики от кафедры _____ ФИО
(подпись)

**Отзыв руководителя практики от организации (предприятия)
о качестве выполнения программы практики**

Студент Саратовского социально-экономического института (филиала) РЭУ
им. Г.В. Плеханова

_____ (ФИО)
в период с «_____» _____ 20__ г. по «_____» _____ 20__ г.
проходил _____ практику в
(вид практики)

_____ (название организации, предприятия)

При прохождении практики _____

(отражается отношение к делу, реализация умений и навыков, уровень сформированности компетенций, помощь организации, предприятию, уровень проявленной активности, трудовая дисциплина)

Студент

_____ (ФИО)
по результатам практики заслуживает оценки
«_____».
(неудовлетворительно, удовлетворительно, хорошо, отлично)

Руководитель практики
от организации (предприятия) _____ ФИО
(подпись)

М.П.

**Перечень направления научно-исследовательской деятельности
по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело
направленность (профиль) программы
«Коммерция»**

Примечание: * - Приложение 8 оформляется для академического бакалавриата, если во ФГОС ВО предусмотрено формирование первичных умений навыков научно-исследовательской деятельности

Примерная структура отчета по практике

Введение

1. Общая характеристика производственно-хозяйственной деятельности предприятия
 - 1.1. Исторические аспекты развития деятельности предприятия
 - 1.2. Организационно-управленческая структура предприятия
 - 1.3. Место коммерческой службы в общей организационной структуре предприятия

2. Организация коммерческой деятельности на предприятии
 - 2.1. Анализ материально-технического обеспечения коммерческой деятельности
 - 2.2. Особенности управления торгово-технологическим процессом на предприятии
 - 2.3. Оценка логистической деятельности предприятия (складской, транспортной, производственный виды логистики)
 - 2.4. Формирование товарного ассортимента предприятия
 - 2.5. Управление процессом товародвижения на предприятии
 - 2.6. Организация процесса обслуживания покупателей предприятия
 - 2.7. Осуществление маркетинговых мероприятий по продвижению товаров на рынок
 - 2.8. Информационное обеспечение коммерческой деятельности

3. Оценка конкурентоспособности предприятия
 - 3.1. Изучение и прогнозирование спроса с учетом требований потребителей
 - 3.2. Анализ конкурентного положения предприятия на рынке
 - 3.3. Оценка финансового состояния предприятия

4. Направления совершенствования и анализ эффективности коммерческой деятельности предприятия
 - 4.1. Комплексная оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия
 - 4.2. Направления развития коммерческой деятельности предприятия

Заключение

Приложения

Примерный перечень индивидуальных заданий по производственной практике «Преддипломная практика»

1. Исследование инновационных механизмов продвижения товаров и услуг с использованием электронных ресурсов.
2. Формирование стратегических подходов к развитию бренда предприятия.
3. Изучение методики разработки коммерческих моделей развития закупочной деятельности предприятия.
4. Инновационные подходы к организации и развитию коммерческой деятельности предприятия.
5. Разработка и реализация стратегий развития предприятия.
6. Оценка и механизмы реализации инновационного потенциала предприятия на рынке.
7. Методологии исследования стратегического выбора коммерческой организации на конкурентных рынках.
8. Проблемы достижения конкурентных преимуществ предприятия на рынке инноваций.
9. Диагностика и оценка эффективности инновационной деятельности предприятия.
10. Разработка стратегий инновационной деятельности предприятия.
11. Организационно-экономические механизмы реализации деловых стратегий предприятия.
12. Методологический подход к оценке стратегического положения предприятия.
13. Исследование форм и способов организации и стимулирования инновационной деятельности предприятия.
14. Разработка и оценка эффективности инновационных проектов в системе общественного питания.
15. Стратегии развития предприятия оптовой торговли.
16. Стратегии формирования конкурентных преимуществ на отраслевом рынке.
17. Стратегии развития коммерческой деятельности предприятий сетевой торговли.
18. Инновации в развитии закупочно-сбытовой деятельности предприятия на отраслевом рынке.
19. Инновационные возможности развития механизмов управления коммерческой деятельностью предприятия.
20. Инновационные процессы закупочной деятельности розничного предприятия сетевой торговли.
21. Развитие инновационных процессов организации управления малым

- предприятием.
22. Анализ системы продвижения товара на рынок.
 23. Разработка механизма построения эффективной системы сбыта.
 24. Инновации в организации сетевой розничной торговли.
 25. Стратегический подход к управлению развитием коммерческой деятельности предприятия на рынке продовольственной (промышленной) продукции.
 26. Развитие торговой деятельности предприятия на отраслевом рынке
 27. Формирование оптимального торгового ассортимента предприятия на рынке строительных материалов.
 28. Управление производственно-сбытовой деятельностью сельскохозяйственного предприятия.
 29. Современные модели логистического управления на торговом предприятии.
 30. Управление товарными запасами на предприятии розничной торговли.
 31. Анализ и оценка инновационной деятельности в торговле.
 32. Развитие закупочно-сбытовой деятельности оптового (розничного) торгового предприятия.
 33. Инновационные подходы к организации коммерческой деятельности Интернет-магазина.
 34. Инновации в организации и технологии вендинговой торговли.
 35. Инновационные подходы к управленческим рискам при выборе стратегии развития коммерческого предприятия.
 36. Проектирование бизнес-процессов на предприятии оптовой (розничной) торговли.
 37. Исследование организации процессов товародвижения на региональном рынке.
 38. Использование инструментов мерчандайзинга как элемента организации продаж товаров.
 39. Исследование проблем управления товарными запасами на предприятии оптовой (розничной) торговли.
 40. Инновационные технологии в работе распределительного центра торговой сети.