

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Комсомольский-на-Амуре государственный технический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор

 И.В. Макурин

(подпись, расшифровка подписи)

“  2015 г.

**ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
высшего образования**

100700.68 - «Торговое дело»

(код)(наименование направления подготовки)

Профиль подготовки –

Квалификация (степень) –

Магистр

Срок обучения –

2 года

Образовательная программа обсуждена на заседании кафедры
«Маркетинг и коммерция» протокол № 1 от 17.09.2014 г.
 (наименование кафедры)

Заведующий кафедрой «Маркетинг и коммерция» Булавко О.А. Булавенко
 (наименование кафедры) «10» 03 2015 г.

СОГЛАСОВАНО

Руководитель факультета экономики и менеджмента Литовченко В.В. Литовченко
 (наименование факультета или института) «10» 03 2015 г.

Начальник УМУ Некрасова М.Г. Некрасова
 «10» 03 2015 г.

Образовательная программа рассмотрена и одобрена учебно-методической ко-
 миссией факультета
 Председатель УМК Литовченко В.В. Литовченко
 Должность декан факультета экономики и
менеджмента «10» 03 2015 г.

Наименование предприятия (организации,
 учреждения) ИП Кадочин И.Г. компания
«Солнце»
 Должность генеральный директор

И.Г. Кадочин
 «10» 03 2015 г.
 М.П.

Наименование предприятия (организации,
 учреждения) ООО «Три Кита»
 Должность генеральный директор

Т.А. Цапун
 «10» 03 2015 г.
 М.П.

Образовательная программа обсуждена и рекомендована к реализации (на заседании
 базовой кафедры (межфакультетской базовой кафедры) «Торговое дело»
 (название кафедры)

«17» сентября 2014 г., протокол № 1

Заведующий кафедрой Цапун Т.А. Цапун
 «10» 03 2015 г.

М.П.

Аннотация дисциплин

Аннотация дисциплины «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности»

Наименование дисциплины	Бизнес-проектирование коммерческой деятельности
Цель дисциплины	Сформировать у студентов системное представление о предприятии как совокупности экономически эффективных видов деятельности, организованных на получение продукта, обладающего потребительской ценностью
Задачи дисциплины	<p>1) Знать основные понятия и определения бизнес-проектирования коммерческой деятельности предприятия.</p> <p>2) Знать структуру бизнес-процесса коммерческого предприятия.</p> <p>3) Знать отличительные особенности процессного управления деятельностью коммерческого предприятия.</p> <p>4) Знать и уметь применять на практике методологию построения бизнес-процессов коммерческого предприятия (стандарт IDEF0).</p> <p>5) Знать и уметь применять на практике методы анализа и повышения эффективности бизнес-процессов коммерческого предприятия (ABC-метод, функционально-стоимостной анализ).</p> <p>6) Развивать навыки составления аналитического заключения по результатам анализа бизнес-процессов коммерческого предприятия.</p>
Основные разделы дисциплины	Основные понятия и определения бизнес-проектирования коммерческой деятельности. Типизация бизнес-процессов. Процессный подход к управлению. Методология SADT. Стандарт IDEF0. Методика описания бизнес-процесса. Анализ бизнес-процесса и его оптимизация.
Общая трудоемкость дисциплины	<p>Практические занятия – 32 часа</p> <p>Самостоятельная работа – 40 часов</p> <p>Общее количество часов на освоение дисциплины – 72 часа (2 з.е.)</p>
Формы промежуточной аттестации	Зачёт

Фонд оценочных средств по дисциплине «Бизнес-проектирование коммерческой деятельности»

Наименование компетенции	Знания	Умения	Навыки	Оценочные средства	Критерии оценки
1	2	3	4	5	6
Готовность выявлять и оценивать риски в профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической)	Знание основных и вспомогательных процессов предприятия	Умение выявления вертикальных и горизонтальных связей в процессах	Навыки выявления проблем в организации процессов предприятия	Контрольная работа	За контрольную работу студент получает 20 баллов, которые умножаются на поправочный коэффициент (1,0 – дан исчерпывающий ответ на теоретические вопро-

Наименование компетенции	Знания	Умения	Навыки	Оценочные средства	Критерии оценки
1	2	3	4	5	6
<p>ческой, или товароведной) (ПК-2)</p> <p>Готовность разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-4)</p>	Знание методологии IDEF0	Умение построения бизнес-процесса с помощью IDEF0	Навыки аналитического описания бизнес-процесса с помощью IDEF0	Практические задания	сы и решена задача; 0,5 – теоретические вопросы раскрыты не в полной мере, задача решена; 0 – теоретические вопросы не раскрыты и (или) не решена задача). За каждое практическое задание студент получает 10 баллов, которые умножаются на поправочный коэффициент в зависимости от полноты выполнения задания (1,0 – задание выполнено полностью; 0,5 – задание выполнено, но отдельные аспекты не раскрыты; 0 – задание не выполнено). Всего – 40 баллов (4 работ). За тест студент получает 40 баллов, умноженный на поправочный коэффициент (1,0 – 91 % - 100 % правильных ответов; 0,8 – 71 % - 90 % правильных ответов; 0,6 – 61 % - 70 % правильных ответов; 0,5 – 50 % - 60 % правильных ответов; 0 - менее 50 % правильных ответов).
Способность анализировать технологический процесс как объект управления, организовывать работу персонала, находить и принимать управленческие решения в области профессиональной деятельности, систематизировать и обобщать информацию по формированию и использованию ресурсов предприятия (ПК-5)	Знание методики декомпозиции бизнес-процесса на подпроцессы, функции и операции	Умение построения бизнес-процесса с выделением отдельных подпроцессов, функций и операций	Навыки аналитического описания взаимосвязи подпроцессов внутри основного бизнес-процесса	Тест	
<p>Готовность к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности её хозяйственной деятельности, способность к разработке стратегии, контролю за её реализацией и оценке эффективности путём аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-6)</p> <p>Способность к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием</p>	Знание основных методов оценки эффективности бизнес-процесса предприятия	Умение практического использования ABC-анализа и функционально-стоимостного анализа	Навыки подготовки оперативного отчёта по результатам исследования бизнес-процесса	Контрольная работа Практические задания	За контрольную работу студент получает 20 баллов, которые умножаются на поправочный коэффициент (1,0 – дан исчерпывающий ответ на теоретические вопросы и решена задача; 0,5 – теоретические вопросы раскрыты не в полной мере, задача решена; 0 – теоретические вопросы не раскрыты и (или) не решена задача). За каждое практическое задание студент получает 10 баллов, которые умножаются на поправочный коэффициент в зависимости от полноты выполнения задания (1,0 – задание выполнено полностью; 0,5 – задание выполнено, но отдельные аспекты не раскры-

Наименование компетенции	Знания	Умения	Навыки	Оценочные средства	Критерии оценки
1	2	3	4	5	6
научных методов (ПК-11)				Тест	ты; 0 – задание не выполнено). Всего – 40 баллов (4 работ). За тест студент получает 40 баллов, умноженный на поправочный коэффициент (1,0 – 91 % - 100 % правильных ответов; 0,8 – 71 % - 90 % правильных ответов; 0,6 – 61 % - 70 % правильных ответов; 0,5 – 50 % - 60 % правильных ответов; 0 - менее 50 % правильных ответов).

Аннотация программы научно-исследовательской работы

Наименование работы	Научно-исследовательская работа в семестре
Цель научно-исследовательской работы в семестре	Выработать у магистранта компетенции и навыки исследовательской работы в процессе подготовки магистерской диссертации по направлению «Торговое дело»
Задачи научно-исследовательской работы в семестре	1) Овладение методами поиска и отбора научной литературы по теме исследования. 2) Освоение приёмов критического анализа редактирования и реферирования научного текста. 3) Формирование навыков решения исследовательских задач в команде. 4) Формирование навыков научного построения и реализации плана исследования.
Основные разделы научно-исследовательской работы в семестре	Изучение методологии научного исследования. Изучение этапов построения научного исследования. Изучение тематики научно-прикладного исследования в торговле. Составление плана магистерской диссертации. Обзор научной литературы по теме магистерского исследования. Изучение практического опыта решения поставленных задач. Подготовка практических разделов магистерской диссертации.
Общая трудоемкость научно-исследовательской работы в семестре	Общее количество часов на научно-исследовательскую работу в семестре – 540 часов (15 з.е.): 1 семестр – 108 часов (3 з.е.) 2 семестр – 324 часа (9 з.е.) 3 семестр – 108 часов (3 з.е.)
Формы промежуточной аттестации	Зачёт

Фонд оценочных средств научно-исследовательской работы

Наименование компетенции	Знания	Умения	Навыки	Оценочные средства	Критерии оценки
1	2	3	4	5	6
<p>Готовность к активному общению в научной, производственной и социально-общественной сферах деятельности; способность использовать на практике умения и навыки в организации научно-исследовательских и научно-производственных работ, в управлении коллективом, влиять на формирование целей команды, воздействовать на её социально-психологический климат в нужном для достижения целей направлении, оценивать качество результатов деятельности (ОК-3)</p>	<p>Знание методологии научного исследования. Знание инновационных методов научного поиска и обоснования проблемы в профессиональной деятельности</p>	<p>Умение практического использования научных методов теоретического и эмпирического исследования в профессиональной деятельности</p>	<p>Навыки постановки эксперимента путём применения формализованных или неформализованных методов оценки прогнозируемого эффекта в профессиональной деятельности</p>	<p>Индивидуальное письменное задание: - критический обзор литературы по теме исследования; - постановка и практическая реализация дескриптивного исследования заявленной проблемы; - разработка эксперимента.</p> <p>Доклад в форме презентации результатов научно-исследовательской работы в семестре</p>	<p>За индивидуальное задание студент получает 5 баллов, которые умножаются на поправочный коэффициент в зависимости от степени его выполнения (1,0 – задание выполнено полностью; 0,5 – задание выполнено частично; 0 – задание не выполнено).</p> <p>За доклад студент получает 5 баллов, которые умножаются на поправочный коэффициент в зависимости от степени обоснованности выводов (1,0 – все выводы подтверждены теорией и практикой; 0,5 – частичное подтверждение выводов; 0 – доказательная база не представлена).</p>
<p>Способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности, расширять и углублять своё научное мировоззрение (ОК-5)</p>					
<p>Способность адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей (ОК-6)</p>					
<p>Способность выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров (ПК-3)</p>	<p>Знание методологии научного исследования. Знание инновационных методов научно-</p>	<p>Умение практического использования научных методов теоретического и эмпириче-</p>	<p>Навыки постановки эксперимента путём применения формализованных или неформализованных</p>	<p>Индивидуальное письменное задание: - критический обзор литературы по теме исследования; - постановка и практическая</p>	<p>За индивидуальное задание студент получает 5 баллов, которые умножаются на поправочный коэффициент в зависимости от степени его выполнения (1,0 – задание выполнено</p>
<p>Готовность разрабатывать и оценивать эффективность инновационных техноло-</p>					

Наименование компетенции	Знания	Умения	Навыки	Оценочные средства	Критерии оценки
1	2	3	4	5	6
<p>гий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-4)</p> <p>Подготовленность к проектированию и реализации информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности (ПК-9)</p>	го поиска и обоснования проблемы в профессиональной деятельности	ского исследования в профессиональной деятельности	методов оценки прогнозируемого эффекта в профессиональной деятельности	<p>реализация дескриптивно-го исследования заявленной проблемы;</p> <p>- разработка эксперимента.</p> <p>Доклад в форме презентации результатов научно-исследовательской работы в семестре</p>	<p>полностью; 0,5 – задание выполнено частично; 0 – задание не выполнено).</p> <p>За доклад студент получает 5 баллов, которые умножаются на поправочный коэффициент в зависимости от степени обоснованности выводов (1,0 – все выводы подтверждены теорией и практикой; 0,5 – частичное подтверждение выводов; 0 – доказательная база не представлена).</p>
Способность организовывать и проводить образовательную деятельность с учетом современных достижений методики преподавания и профессиональных знаний в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы (ПК-14)	Знание методологии подготовки учебно-методических и научных работ	Умение подготовки учебно-методических и научных трудов	Навыки проведения научных дискуссий и рецензирования публикаций	Доклад в форме презентации результатов научно-исследовательской работы в семестре	За доклад студент получает 5 баллов, которые умножаются на поправочный коэффициент в зависимости от степени обоснованности выводов (1,0 – все выводы подтверждены теорией и практикой; 0,5 – частичное подтверждение выводов; 0 – доказательная база не представлена).

Аннотация дисциплины «Планирование в условиях рынка»

Наименование дисциплины	Планирование в условиях рынка
Цель дисциплины	Сформировать у студентов системное представление о сущности прогнозно-аналитической и плановой деятельности предприятия в рыночных условиях функционирования
Задачи дисциплины	<ol style="list-style-type: none"> 1) Знать теоретические основы планирования деятельности предприятия. 2) Знать методологию планирования деятельности предприятия. 3) Знать методы планирования деятельности предприятия и уметь применять их на практике. 4) Владеть технологией стратегического и функционального планирования. 5) Владеть методикой планирования основных экономических показателей деятельности предприятия.

Наименование дисциплины	Планирование в условиях рынка
	б) Владеть методикой оценки качества планов.
Основные разделы дисциплины	Генезис экономического планирования. Методология планирования на предприятии. Стратегическое планирование на предприятии. Функциональное планирование на предприятии. Оценка качества планов. Планирование основных экономических показателей деятельности предприятия.
Общая трудоемкость дисциплины	Лекции – 16 часов Практические занятия – 32 часа Самостоятельная работа – 60 часов Экзамен – 36 часов Общее количество часов на освоение дисциплины – 144 часа (4 з.е.)
Формы промежуточной аттестации	Экзамен

**Фонд оценочных средств по дисциплине
«Планирование в условиях рынка»**

Наименование компетенции	Знания	Умения	Навыки	Оценочные средства	Критерии оценки
1	2	3	4	5	6
Готовность к активному общению в научной, производственной и социально-общественной сферах деятельности; способность использовать на практике умения и навыки в организации научно-исследовательских и научно-производственных работ, в управлении коллективом, влиять на формирование целей команды, воздействовать на её социально-психологический климат в нужном для достижения целей направлении, оценивать качество результатов деятельности (ОК-3)	Знание методологии планирования деятельности предприятия в условиях рынка	Умение применения основных инструментов планирования в профессиональной деятельности	Навыки планирования основных экономических показателей деятельности предприятия	Контрольная работа Практические задания Тест	За контрольную работу студент получает 10 баллов, которые умножаются на поправочный коэффициент (1,0 – дан исчерпывающий ответ на теоретические вопросы и решена задача; 0,5 – теоретические вопросы раскрыты не в полной мере, задача решена; 0 – теоретические вопросы не раскрыты и (или) не решена задача). За каждое практическое задание студент получает 5 баллов, которые умножаются на поправочный коэффициент в зависимости от полноты выполнения задания (1,0 – задание выполнено полностью; 0,5 – задание выполнено, но отдельные аспекты не раскрыты; 0 – задание не выполнено). Всего – 50 баллов (10 работ). За тест студент получает 40 баллов, умноженный на поправочный коэффициент (1,0 – 91 % - 100 % правильных отве-

Наименование компетенции	Знания	Умения	Навыки	Оценочные средства	Критерии оценки
1	2	3	4	5	6
					тов; 0,8 – 71 % - 90 % правильных ответов; 0,6 – 61 % - 70 % правильных ответов; 0,5 – 50 % - 60 % правильных ответов; 0 - менее 50 % правильных ответов).

**Аннотация программы семинара
«Инновации в организации и технологии коммерции»**

Наименование семинара	Инновации в организации и технологии коммерции
Цель семинара	Сформировать у студентов системное представление о технологии и опыте внедрения передовых инноваций в деятельность торговых предприятий
Задачи семинара	1) Знать и понимать сущность инноваций в области коммерции. 2) Знать виды инноваций и основные этапы внедрения их в деятельность коммерческого предприятия, в т.ч. в сфере товарного обращения. 3) Знать методы оценки эффективности внедрения инноваций. 4) Уметь установить и оценить эффективность инноваций в деятельности конкретного объекта исследования. 5) Развивать навыки составления аналитического заключения по результатам оценки эффективности инноваций в области коммерции.
Основные разделы семинара	Сущность и виды инноваций. Технология разработки и внедрения инноваций. Методика оценки эффективности инноваций. Современные инновационные подходы к развитию коммерческой деятельности в сфере товарного обращения. Анализ инноваций в коммерческой деятельности предприятия. Разработка плана внедрения инноваций.
Общая трудоемкость семинара	Практические занятия – 96 часов Самостоятельная работа – 120 часов Общее количество часов на освоение дисциплины – 216 часов (6 з.е.)
Формы промежуточной аттестации	Итоговая оценка – 2 семестр (1 курс) Зачёт – 3 семестр (2 курс)

**Фонд оценочных средств по дисциплине
«Инновации в организации и технологии коммерции»**

Наименование компетенции	Знания	Умения	Навыки	Оценочные средства	Критерии оценки
1	2	3	4	5	6
Способность совершенствовать и развивать свой интеллект	Знание способов и приёмов	Умение проводить ретроспек-	Навыки поиска, отбора и	Практические задания	За каждое практическое задание студент получает 5 баллов, которые

Наименование компетенции	Знания	Умения	Навыки	Оценочные средства	Критерии оценки
1	2	3	4	5	6
туальный и общекультурный уровень (ОК-1)	выявления функциональных проблем в деятельности предприятия	тивный анализ возможных инновационных путей решения выявленных проблем на предприятии	оценки вторичной информации, в т.ч. в электронных каталогах и базах данных предприятий и отраслей в области внедрения инноваций	Дискуссия	умножаются на поправочный коэффициент в зависимости от полноты выполнения задания (1,0 – задание выполнено полностью; 0,5 – задание выполнено, но отдельные аспекты не раскрыты; 0 – задание не выполнено). Всего – 30 баллов (6 работ). Каждое практическое задание сопровождается дискуссией, за которую студент получает 5 баллов, которые умножаются на поправочный коэффициент в зависимости от степени обоснованности выводов (1,0 – все выводы подтверждены теорией и практикой; 0,5 – частичное подтверждение выводов; 0 – доказательная база не представлена). Всего – 30 баллов (6 работ).
Способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-2)					
Готовность к активному общению в научной, производственной и социально-общественной сферах деятельности; способность использовать на практике умения и навыки в организации научно-исследовательских и научно-производственных работ, в управлении коллективом, влиять на формирование целей команды, воздействовать на её социально-психологический климат в нужном для достижения целей направлении, оценивать качество результатов деятельности (ОК-3)					
Способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности, расширять и углублять своё научное мировоззрение (ОК-5)					
Готовность к самостоятельной работе с использованием зна-	Практические задания	За каждое практическое задание студент получает 5 баллов, которые умножаются на поправочный коэффициент в зависимости от полноты выполнения задания (1,0 – задание выполнено полностью; 0,5 – задание выполнено, но отдельные аспекты не раскрыты; 0 – задание не выполнено). Всего – 30 баллов (6 работ). Каждое практическое задание сопровождается дискуссией, за которую студент получает 5 баллов, которые умножают-			
			Дискуссия		

Наименование компетенции	Знания	Умения	Навыки	Оценочные средства	Критерии оценки
1	2	3	4	5	6
ний, умений и навыков, полученных на предшествующих уровнях образования; способность быть мобильным на рынке труда и подготовленным к продолжению образования в сфере дополнительного и послевузовского образования (ОК-8)					ся на поправочный коэффициент в зависимости от степени обоснованности выводов (1,0 – все выводы подтверждены теорией и практикой; 0,5 – частичное подтверждение выводов; 0 – доказательная база не представлена). Всего – 30 баллов (6 работ). За тест студент получает 40 баллов, умноженный на поправочный коэффициент (1,0 – 91 % - 100 % правильных ответов; 0,8 – 71 % - 90 % правильных ответов; 0,6 – 61 % - 70 % правильных ответов; 0,5 – 50 % - 60 % правильных ответов; 0 - менее 50 % правильных ответов).
Способность выбирать инновационные системы закупок и продаж товаров (ПК-3)	Знание видов инноваций в области коммерции	Умение определения типа инновации в области коммерции	Навыки обоснования необходимости внедрения инновации в коммерческую деятельность предприятия	Тест	
Готовность разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-4)					
Способность самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательских работ (ПК-13)	Знание методов научного познания при решении профессиональных задач	Умение практического использования методов научного познания при решении профессиональных задач	Навыки ведения научных дискуссий по проблематике исследования		

Аннотация дисциплины «Теория сетевой экономики»

Наименование дисциплины	Теория сетевой экономики
Цель дисциплины	Сформировать у студентов системное представление о сети как механизме координации действий предприятий в процессе их взаимодействия
Задачи дисциплины	1) Знать предпосылки возникновения сетевого механизма координации деятельности в цепочке создания потребительской ценности и его основные преимущества по сравнению с другими формами организационного взаимодействия предприятий в настоящее время. 2) Знать основные подходы к определению межорганизационной сети.

Наименование дисциплины	Теория сетевой экономики
	3) Знать основные типы межорганизационных структур. 4) Уметь определять на практике оптимальную для предприятия форму сетевого взаимодействия, исходя из его ключевых компетенций и рыночной ситуации. 5) Развивать навыки составления аналитического заключения по механизму координации деятельности и эффективности выполняемых функций и операций предприятия в цепочке создания потребительской ценности.
Основные разделы дисциплины	Предпосылки возникновения теории экономических сетей. Сеть как механизм координации деятельности современной организации. Типы межорганизационных структур.
Общая трудоемкость дисциплины	Лекции – 16 часов Практические занятия – 16 часов Самостоятельная работа – 40 час Общее количество часов на освоение дисциплины – 72 часа (2 з.е.)
Формы промежуточной аттестации	Зачёт

Фонд оценочных средств по дисциплине «Теория сетевой экономики»

Наименование компетенции	Знания	Умения	Навыки	Оценочные средства	Критерии оценки
1	2	3	4	5	6
<p>Готовность к активному общению в научной, производственной и социально-общественной сферах деятельности; способность использовать на практике умения и навыки в организации научно-исследовательских и научно-производственных работ, в управлении коллективом, влиять на формирование целей команды, воздействовать на её социально-психологический климат в нужном для достижения целей направлении, оценивать качество результатов деятельности (ОК-3)</p>	<p>Знание сетевого механизма координации деятельности предприятий</p>	<p>Умение определения типа сетевого взаимодействия предприятий в цепочке создания потребительской ценности</p>	<p>Навыки составления аналитических заключений относительно эффективности сетевого механизма взаимодействия предприятий</p>	<p>Реферат</p> <p>Практические задания (кейсы)</p> <p>Тест</p>	<p>За реферат студент получает 10 баллов, которые умножаются на поправочный коэффициент (1,0 – дан исчерпывающий ответ на теоретические вопросы и решена задача; 0,5 – теоретические вопросы раскрыты не в полной мере, задача решена; 0 – теоретические вопросы не раскрыты и (или) не решена задача).</p> <p>За каждое практическое задание студент получает 10 баллов, которые умножаются на поправочный коэффициент в зависимости от полноты выполнения задания (1,0 – задание выполнено полностью; 0,5 – задание выполнено, но отдельные аспекты не раскрыты; 0 – задание не выполнено). Всего – 35 баллов (5 работ).</p> <p>За тест студент получает 20 баллов, умноженный</p>

Наименование компетенции	Знания	Умения	Навыки	Оценочные средства	Критерии оценки
1	2	3	4	5	6
					на поправочный коэффициент (1,0 – 91 % - 100 % правильных ответов; 0,8 – 71 % - 90 % правильных ответов; 0,6 – 61 % - 70 % правильных ответов; 0,5 – 50 % - 60 % правильных ответов; 0 - менее 50 % правильных ответов). Всего 40 баллов (2 теста).

Аннотация дисциплины «Управление качеством и конкурентоспособностью потребительских товаров»

Наименование дисциплины	Управление качеством и конкурентоспособностью потребительских товаров
Цель дисциплины	Сформировать у студентов системный подход к управлению качеством товаров как основы обеспечения и повышения их конкурентоспособности
Задачи дисциплины	<ol style="list-style-type: none"> 1) Иметь чёткое представление о качестве и конкурентоспособности потребительских товаров как объекте управления. 2) Знать и уметь применять на практике основные методы определения и оценки показателей качества потребительских товаров. 3) Развивать навыки оценки конкурентоспособности потребительских товаров. 4) Знать механизм современного управления качеством потребительских товаров. 5) Знать методы исследования управления качеством потребительских товаров. 6) Развивать навыки разработки путей повышения качества и конкурентоспособности потребительских товаров.
Основные разделы дисциплины	Концепция качества и конкурентоспособности товаров. Качество и конкурентоспособности товаров как объект управления. Квалиметрия и её практическое использование в управлении качеством товаров. Методология оценки конкурентоспособности товаров. Система управления качеством и конкурентоспособностью товаров. Обеспечение управления качеством и конкурентоспособностью товаров.
Общая трудоемкость дисциплины	<p>Лекции – 16 часов</p> <p>Лабораторные занятия – 16 часов</p> <p>Самостоятельная работа – 40 часов</p> <p>Экзамен - 36</p> <p>Общее количество часов на освоение дисциплины – 108 часов (3 з.е.)</p>
Формы промежуточной аттестации	Экзамен

**Фонд оценочных средств по дисциплине
«Управление качеством и конкурентоспособностью
потребительских товаров»**

Наименование компетенции	Знания	Умения	Навыки	Оценочные средства	Критерии оценки
1	2	3	4	5	6
<p>Готовность к активному общению в научной, производственной и социально-общественной сферах деятельности; способность использовать на практике умения и навыки в организации научно-исследовательских и научно-производственных работ, в управлении коллективом, влиять на формирование целей команды, воздействовать на её социально-психологический климат в нужном для достижения целей направлении, оценивать качество результатов деятельности (ОК-3)</p>	<p>Знание технологии оценки показателей качества и конкурентоспособности потребительских товаров</p>	<p>Умение практического использования методов оценки показателей качества и конкурентоспособности потребительских товаров</p>	<p>Навыки управления качеством и конкурентоспособностью потребительских товаров</p>	<p>РГЗ</p> <p>Лабораторные работы</p> <p>Тест</p>	<p>За РГЗ студент получает 10 баллов, которые умножаются на поправочный коэффициент в зависимости от полноты выполнения задания (1,0 – задание выполнено полностью; 0,5 – задание выполнено, но отдельные аспекты не раскрыты; 0 – задание не выполнено).</p> <p>За каждую лабораторную работу студент получает 8 баллов, которые умножаются на поправочный коэффициент в зависимости от полноты и качества подготовки отчётов (1,0 – задание выполнено полностью, отчёт оформлен в соответствии с нормативными требованиями; 0,5 – задание выполнено полностью, но без выводов, отчёт оформлен с незначительными ошибками; 0 – задание выполнено не полностью, отчёт оформлен с грубыми ошибками). Всего 40 баллов (5 работ).</p> <p>За тест студент получает 50 баллов, умноженный на поправочный коэффициент (1,0 – 91 % - 100 % правильных ответов; 0,8 – 71 % - 90 % правильных ответов; 0,6 – 61 % - 70 % правильных ответов; 0,5 – 50 % - 60 % правильных ответов; 0 - менее 50 % правильных ответов).</p>

Аннотация дисциплины «Стратегический маркетинг»

Наименование дисциплины	Стратегический маркетинг
Цель дисциплины	«Стратегический маркетинг» - сформировать у студентов системное представление о процессе повышения конкурентоспособности предприятия в долгосрочной перспективе
Задачи дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> -иметь чёткое представление о цели и задачах стратегического маркетинга на предприятии; -уметь анализировать внешнюю среду предприятия с целью выявления основных угроз и возможностей; -уметь оценивать конкурентную позицию предприятия; -знать и уметь применять на практике портфельные стратегии, конкурентные стратегии, стратегии роста и спада; -знать и уметь применять на практике стратегии сегментации и позиционирования рынка, стратегии комплекса маркетинга; -знать и уметь применять на практике товарные стратегии, ценовые стратегии, стратегии распределения, стратегии продвижения и стратегии формирования партнёрских отношений.
Основные разделы дисциплины	<p>Стратегический маркетинг - современная концепция управления предприятием. Стратегическое планирование - базовая функция стратегического маркетинга. Миссия и стратегические цели предприятия. Стратегический анализ общей ситуации в отрасли и конкуренции в ней. Стратегический анализ текущего состояния предприятия. Конкурентные преимущества и конкурентоспособность предприятия</p> <p>Выбор стратегии предприятия. Техничко-экономический план развития предприятия. Организационные аспекты стратегического маркетинга. Реализация стратегии, контроль и анализ.</p>
Общая трудоемкость дисциплины	4 ЗЕТ; 144 часа
Формы промежуточной аттестации	Экзамен 3 семестр

**Фонд оценочных средств по дисциплине
«Стратегическое управление торговым бизнесом»**

Наименование компетенции	Знания	Умения	Навыки	Оценочные средства	Критерии оценки
1	2	3	4	5	6
ОК-6	Основные понятия, методы, категории системы стратегического управления торговым бизнесом.	Уметь делать выбор стратегических целей организации, определять и конкретизировать миссию организации, основные стратегические цели и задачи	Принятия решений	Практическая работа	Знание теоретического материала, умение использовать его для решения практических задач
				Экзамен	Правильность, полнота ответов
				тест	% выполнения заданий
ОК-7	Сущность и типологию стратегического планирования...	Понимать модель стратегического планирования. Уметь применять методы прогнозирования.	Документального оформления плана стратегического маркетинга	Практическая работа	Знание теоретического материала, умение использовать его для решения практических задач, алгоритма составления плана.
				Курсовая работа	Полнота раскрытия темы. Правильность проведения анализа и сделанных выводов по результатам исследования.
				тест	% выполнения заданий
				экзамен	Правильность, полнота ответов

ПК-1	Модели и методы определения конкурентной позиции предприятия в отрасли	Уметь выделять стратегические зоны хозяйствования посредством моделей и методов оценки текущего состояния отдельных видов деятельности и перспектив их развития: матрица БКГ, матрица General Electric, матрица «Конкурентоспособность-стадия ЖЦ», матрица Shell DPM, матрица ADL, PIMS-анализ.	анализа и оценки экономической эффективности предприятия	Практическая работа	Знание теоретического материала, умение использовать его для решения практических задач
				тест	% выполнения заданий
				Курсовая работа	Полнота раскрытия темы. Правильность проведения анализа и сделанных выводов по результатам исследования
ПК-6	Базовые стратегии развития предприятия и конкурентные стратегии предприятия. Модели и методы определения конкурентной позиции предприятия в отрасли.	Уметь анализировать факторы внешней среды, влияющие на стратегическое развитие организации. Проводить анализ возможностей и угроз бизнесу из внешней среды. Уметь анализировать стратегические альтернативы развития организации	Разработки в сценариев развития организации и изменения внешней среды. анализа рыночных структур.	Практическая работа	Знание теоретического материала, умение использовать его для решения практических задач Умение проводить необходимые исследования выбранными методами
				курсовая	Умение проводить необходимые исследования и расчеты выбранными методами, делать выводы, обосновывать выбранные стратегии
				Экзамен	Правильность, полнота ответов

				тест	% выполнения заданий
ПК-13	Сущности, цели и задачи технико-экономического планирования, содержание плана технико-экономического развития предприятия,	Уметь осуществлять взаимосвязь плана технико-экономического развития предприятия с финансовым планом и планом маркетинга	Обработки, интегрирования и представления результатов научно-исследовательских работ	Практическая работа	Знание теоретического материала, умение использовать его для решения практических задач Умение проводить необходимые исследования выбранными методами
				Курсовая	Умение проводить необходимые исследования и расчеты выбранными методами, делать выводы, обосновывать выбранные стратегии
				экзамен	Правильность, полнота ответов
				тест	% выполнения заданий

Аннотация дисциплины «Организация экспертизы»

Наименование дисциплины	Организация экспертизы
Цель дисциплины	приобретение теоретических знаний, практического умения и навыков экспертной оценки товаров, необходимых для профессиональной деятельности эксперта
Задачи дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> - выявление элементов экспертизы, входящих в её структуру; - изучение ключевых понятий, терминов и их определений; - классификация экспертной деятельности; - определение области применения экспертизы товаров, а также принципов и оснований для её проведения; - выявление отличий экспертизы от других видов оценочной деятельности;

	<ul style="list-style-type: none"> - установление прав и обязанностей экспертов, их роли в обеспечении качества; - изучение организационной структуры субъектов экспертизы потребительских товаров; - овладение средствами и методами проведения экспертизы потребительских товаров; - изучение организации проведения экспертизы потребительских товаров; - овладение навыками документального оформления экспертной оценки товаров.
Основные разделы дисциплины	Методологические основы товарной экспертизы. Объекты и субъекты товарной экспертизы. Средства товарной экспертизы. Методы товарной экспертизы. Товароведная экспертиза.
Общая трудоемкость дисциплины	2 ЗЕТ, 72 часа
Формы промежуточной аттестации	2 семестр -зачет

Фонд оценочных средств по дисциплине «Организация экспертизы»

Наименование компетенции	Знания	Умения	Навыки	Оценочные средства	Критерии оценки
1	2	3	4	5	6
ОК-2	Содержание профилей профессиональной деятельности	Самостоятельно осуществлять новые методы исследования	Проведения исследований	Практическая работа	Правильность выбора метода исследования
ОК-7	Методы анализа информации	Оценивать результаты, полученные в ходе экспериментальных исследований товаров	анализа, сопоставления, фактических результатов с нормативами	Контрольная работа	Полнота и правильность выводов по 2-ому заданию
				практическая работа	Полнота и правильность анализа, полученных результатов эксперимента
ПК-1	Знать методы оценки экономической эффективности проведения экспертизы	Выбирать эффективные методы экспертизы по определяющим показателям качества,	Проведения расчетов эффективности проведения экспертизы	Практическая работа	Знание теоретического материала, умение использовать его для решения практических задач

ПК-8	Знать объекты проведения экспертизы	Обосновывать выбор методов и средств проведения экспертизы	исследования по органолептическим и физико-химическим показателям	Практическая работа	Умение проводить необходимые исследования выбранными методами
------	-------------------------------------	--	---	---------------------	---

Аннотация дисциплины «Теория организации услуг на потребительском рынке»

Наименование дисциплины	Теория организации услуг на потребительском рынке
Цель дисциплины	теоретическое изучение и практическое освоение магистрами услуг как средства удовлетворения потребностей, организации и технологии торговых процессов в розничной торговле в тесной увязке с функционированием и организацией материально-технической базы и коммерческой деятельностью торговых предприятий
Задачи дисциплины	- формирование у будущих магистров знаний и практических навыков рациональной организации услуг на потребительском рынке, а также умения управлять ими на уровне торговых предприятий; - знакомство с новейшими достижениями в области создания современных технологий и видов услуг; - приобретение навыков решения наиболее распространенных задач в области организации и торговых процессов и услуг; - освоение новых подходов к оценке качества услуг на потребительском рынке.
Основные разделы дисциплины	Теоретические аспекты понятия услуг на потребительском рынке. Особенности услуг розничной торговли. Требования услуги торговли Инновации на рынке потребительских услуг.
Общая трудоемкость дисциплины	108 часов; 4 -ЗЕТ
Формы промежуточной аттестации	Экзамен во 2 семестре

Фонд оценочных средств по дисциплине «Теория организации услуг на потребительском рынке»

Наименование компетенции	Знания	Умения	Навыки	Оценочные средства	Критерии оценки
1	2	3	4	5	6
ПК-7	Методов анализа качества торговых услуг	Проводить исследования качества торговых услуг	Проведения опросов качества оказываемых услуг	Контрольная работа	Правильность ответов. Своевременность выполнения работы

				экзамен	полнота и ответа
ПК-10	Инновационных тенденций в организации услуг	Проводить экспертизу целесообразности внедрения услуг	Проведения расчетов эффективности услуги	Тест	Правильность выполнения задания
				Контрольная работа	Правильность ответов. Своевременность выполнения работы
ПК-12	Знать прогрессивные направления развития торговых технологий и услуг	Правильно соотносить прогрессивные методы продажи и виды торговых услуг		Контрольная работа	Правильность ответов. Своевременность выполнения работы
				Тест	Правильность выполнения задания
				Экзамен	полнота и ответа
				Практическая работа	полнота выполнения задания, знание теоретического материала, умение анализировать и составлять перспективные прогнозы

Аннотация дисциплины «Инвестиции на рынке товаров и услуг»

Наименование дисциплины	Инвестиции на рынке товаров и услуг
Цель дисциплины	Выработать у магистра целостное представление о сущности инвестиций, инвестиционной деятельности, инвестиционном проектировании и принципах его финансового обоснования
Задачи дисциплины	Сформировать у студента навыки: - управления реальными и финансовыми инвестициями предприятия; - разработки бизнес-планов инвестиционных процессов; - формирования инвестиционных ресурсов; - определения степени доходности и риска при инвестировании.
Основные разделы дисциплины	1. Теоретические основы инвестиционного менеджмента; 2. Инвестиционная деятельность в области финансовых активов; 3. Инвестиционный портфель и методы его управления; 4. Инвестиционная деятельность в сфере реальных активов; 5. Методы и источники финансирования инвестиционных

	проектов.
Общая трудоемкость дисциплины	лекции – 0 часов практические занятия – 32 часов самостоятельная работа – 76 часов итоговая оценка – 0 часов Общее количество часов на освоение дисциплины – 108 часов
Формы промежуточной аттестации	итоговая оценка

Фонд оценочных средств по дисциплине «Инвестиции на рынке товаров и услуг»

Наименование компетенции	Знания (студент должен знать)	Умения (студент должен уметь)	Навыки (студент должен владеть)	Оценочные средства	Критерии оценки
Способность анализировать, синтезировать и критически резюмировать информацию, проявлять инициативу, в том числе в ситуациях риска, брать на себя всю полностью ответственности (ОК-7)	<ul style="list-style-type: none"> - структуру инвестиционного рынка - правовое обеспечение инвестиционной деятельности - виды инвестиций - финансовую математику а - виды финансовых рынков - структуру финансовых рынков - финансовые инструменты - структуру и типы инвестиционного портфеля - этапы формирования инвестиционного портфеля - методы управления инвестиционным портфелем - риски инвестиций - методы управления рисками - виды инвестиций в реальные активы - этапы подготовки инвестиционного проекта - основы построения бизнес-плана - методы оценки эффективности инвестиционными проектами - методы управления инвестиционными рисками - виды источников финансирования инвестиционных проек- 	<ul style="list-style-type: none"> - структурировать инвестиционный рынок - анализировать нормативную документацию в области инвестиционной деятельности - применять функции сложного процента - описывать участников финансовых рынков - оценивать цену и доходность финансовых инструментов - управлять инвестиционным портфелем - управлять рисками инвестиций в ценные бумаги - строить бизнес-план - оценивать эффективность инвестиционного проекта - управлять инвестиционными рисками - классифицировать источники финансирования инве- 	<ul style="list-style-type: none"> - навыками анализа нормативной документации в области инвестиционной деятельности - навыками применения функций сложного процента в инвестиционной деятельности - навыками определения цены и доходности финансовых инструментов - методами формирования инвестиционного портфеля - методами управления рисками инвестиций в ценные бумаги - навыками построения бизнес-плана - навыками оценки эффективности инвестиционного проекта - навыками управления инвестиционными рисками - методами финансирования инвестиционных проектов 	<p>1) Практические задачи</p> <p>2) Практические задания</p> <p>3) Расчетно-графическое задание</p>	<p>1) За каждую решенную задачу студент получает 3 балла.</p> <p>Всего студент должен решить 8 задач</p> <p>2) За каждое выполненное задание студент получает 3 балла, которые умножаются на поправочный коэффициент в зависимости от полноты выполнения задания (1,0 – задание выполнено полностью, 0,5 – задание выполнено, но отдельные аспекты не раскрыты, 0 – задание не выполнено)</p> <p>Всего студент должен выполнить 8 заданий.</p> <p>3) За решенное расчетно-графическое задание студент получает 52 балла.</p> <p>Итоговая оценка формируется исходя их объема набранных баллов по результатам освоения дисциплины: 95-100 (отлич-</p>

	тов - методы финансирования инвестиционных проектов	стиционных проектов - применять методы финансирования инвестиционных проектов			но), 75-94 (хорошо), 50-74 (удовлетворительно), 0-49 (неудовлетворительно)
--	--	--	--	--	--

Аннотация дисциплины «Маркетинг услуг»

Наименование дисциплины	Маркетинг услуг
Цель дисциплины	Получение магистром специальных теоретических и практических знаний в области маркетинга услуг
Задачи дисциплины	Сформировать у магистра навыки: - применять инструменты маркетинговой деятельности для предприятий сферы услуг; - управления маркетинговой деятельностью на предприятиях сферы услуг
Основные разделы дисциплины	1. Методологические основы маркетинга услуг; 2. Особенности маркетинга услуг на рынке товаров производственно-технического назначения; 3. Особенности маркетинга торговых услуг; 4. Особенности банковского и страхового маркетинга; 5. Маркетинг услуг некоммерческих организаций
Общая трудоемкость дисциплины	лекции – 16 часов практические занятия – 32 часов самостоятельная работа – 60 часов экзамен – 36 часов Общее количество часов на освоение дисциплины – 144 часов
Формы промежуточной аттестации	экзамен

Фонд оценочных средств по дисциплине «Маркетинг услуг»

Наименование компетенции	Знания (студент должен знать)	Умения (студент должен уметь)	Навыки (студент должен владеть)	Оценочные средства	Критерии оценки

ПК1, ПК-2, ПК4, ПК5, ПК7, ПК9, ПК12, ПК14	<ul style="list-style-type: none"> - классификацию услуг на различных рынках - модель поведения покупателей услуг на различных рынках - процесс принятия решения о покупке услуги на различных рынках - процесс сегментации потребительских рынков услуг - методы маркетинговых исследований на различных рынках услуг - комплекс маркетинга предприятий, работающих на различных рынках услуг 	<ul style="list-style-type: none"> - описывать модель покупательского поведения на различных рынках услуг - сегментировать потребительские рынки услуг; - проводить маркетинговые исследования на различных рынках услуг - управлять маркетинговой деятельностью на различных предприятиях сферы услуг 	<ul style="list-style-type: none"> - навыками описания процесса поведения покупателей различных рынков услуг - навыками сегментации покупателей на различных рынках услуг - навыками проводить маркетинговые исследования на различных рынках услуг - навыками управления маркетинговой деятельностью на предприятиях, работающих на различных рынках услуг 	<p>1) Практические задания</p> <p>2) Курсовая работа</p> <p>3) Два экзаменационных вопроса</p>	<p>1) За каждое выполненное задание студент получает 2 балла, которые умножаются на поправочный коэффициент в зависимости от полноты выполнения задания (1,0 – задание выполнено полностью, 0,5 – задание выполнено, но отдельные аспекты не раскрыты, 0 – задание не выполнено)</p> <p>Всего студент должен выполнить 16 заданий.</p> <p>2) За выполнение курсовой работы студент получает 36 баллов, которые умножаются на поправочный коэффициент в зависимости от полноты выполнения задания (1,0 – задачи, поставленные в задании выполнены полностью, 0,5 – задание выполнено, но отдельные аспекты не раскрыты, 0 – задание не выполнено)</p> <p>3) За ответ на каждый вопрос студент получает 16 баллов, которые умножаются на поправочный коэффициент в зависимости от полноты ответа на вопрос (1,0 – дан исчерпывающий ответ на вопрос; 0,8 – ответ на вопрос не полный, но раскрывающий основную суть вопроса; 0,6 – отсутствует ответ на вопрос, но есть остаточные знания по теме, выявленные с помощью вопросов преподавателя; 0 – ответа на вопрос нет, на вопросы преподавателя ответа нет).</p> <p>Итоговая оценка по дисциплине формируется исходя из объема набранных баллов: 95-100 (отлично), 75-94 (хорошо), 50-74 (удовлетворительно), 0-49 (неудовлетворительно)</p>
--	--	--	---	--	---

Аннотация дисциплины «Товарный маркетинг (по объектам рынка)»

Наименование дисциплины	Товарный маркетинг (по объектам рынка)
Цель дисциплины	Получение магистром специальных теоретических и практических знаний в области маркетинга для различных объектов рынка
Задачи дисциплины	<p>Сформировать у магистра навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять инструменты маркетинговой деятельности для различных объектов рынка; - управления маркетингом на предприятиях различных отраслей и сфер деятельности
Основные разделы дисциплины	1. Методологические основы товарного маркетинга; 2. Маркетинг на потребительском рынке; 3. Особенности маркетинга товаров производственно-технического назначения; 4. Маркетинг

	услуг; 5. Особенности маркетинга торговых услуг; 6. Особенности банковского и страхового маркетинга; 7. Маркетинг некоммерческих организаций; 8. Международный маркетинг
Общая трудоемкость дисциплины	лекции – 16 часов практические занятия – 32 часов самостоятельная работа – 60 часов экзамен – 36 часов Общее количество часов на освоение дисциплины – 144 часов
Формы промежуточной аттестации	экзамен

Фонд оценочных средств по дисциплине «Товарный маркетинг (по объектам рынка)»

Наименование компетенции	Знания (студент должен знать)	Умения (студент должен уметь)	Навыки (студент должен владеть)	Оценочные средства	Критерии оценки
ПК1, ПК-2, ПК4, ПК5, ПК7, ПК9, ПК12, ПК14	<ul style="list-style-type: none"> - классификацию товаров и услуг на различных рынках - модель поведения покупателей различных рынках - процесс принятия решения о покупке на различных рынках - процесс сегментации потребительских рынков - методы маркетинговых исследований на различных рынках - комплекс маркетинга предприятий, работающих на различных рынках 	<ul style="list-style-type: none"> - описывать модель покупательского поведения на различных рынках - сегментировать потребительские рынки; - проводить маркетинговые исследования на различных рынках - управлять маркетинговой деятельностью на различных предприятиях 	<ul style="list-style-type: none"> - навыками описания процесса поведения покупателей различных рынков - навыками сегментации покупателей на различных рынках - навыками проводить маркетинговые исследования на различных рынках - навыками управления маркетинговой деятельностью на предприятиях, работающих на различных рынках 	<ul style="list-style-type: none"> 1) Практические задания 2) Курсовая работа 3) Два экзаменационных вопроса 	<ul style="list-style-type: none"> 1) За каждое выполненное задание студент получает 2 балла, которые умножаются на поправочный коэффициент в зависимости от полноты выполнения задания (1,0 – задание выполнено полностью, 0,5 – задание выполнено, но отдельные аспекты не раскрыты, 0 – задание не выполнено) Всего студент должен выполнить 16 заданий. 2) За выполнение курсовой работы студент получает 36 баллов, которые умножаются на поправочный коэффициент в зависимости от полноты выполнения задания (1,0 – задачи, поставленные в задании выполнены полностью, 0,5 – задание выполнено, но отдельные аспекты не раскрыты, 0 – задание не выполнено) 3) За ответ на каждый вопрос студент получает 16 баллов, которые умножаются на поправочный коэффициент в зависимости от полноты ответа на вопрос (1,0 – дан исчерпывающий ответ на вопрос; 0,8 – ответ на вопрос не полный, но раскрывающий основную суть вопроса; 0,6 – отсутствует ответ на вопрос, но есть остаточные знания по теме, выявленные с помощью вопросов преподавателя; 0 – ответа на вопрос нет, на вопросы преподавателя ответа нет). <p>Итоговая оценка по дисциплине</p>

					формируется исходя из объема набранных баллов: 95-100 (отлично), 75-94 (хорошо), 50-74 (удовлетворительно), 0-49 (неудовлетворительно)
--	--	--	--	--	--

Аннотация дисциплин «Рекламный менеджмент»

Наименование дисциплины	Рекламный менеджмент
Цель дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> - получение специальных знаний по всем этапам организации и управления рекламой, приобретение навыков и умений рекламного менеджмента в практической деятельности. - Подготовка выпускников к самообучению и непрерывному профессиональному самосовершенствованию - Подготовка выпускников к выбору инноваций в области маркетинговой, торговой, рекламной, логистической и товароведной деятельности.
Задачи дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> - разработка и внедрение комплекса интегрированных коммуникаций; - сбор, хранение, обработка, анализ и оценка информации, необходимой для организации и управления коммуникационной деятельностью; - проведение коммуникационных исследований и тестирование коммуникационных продуктов; анализ состояния коммуникационного рынка; - разработка коммуникационной стратегии организации; - формирование творческой концепции и выбор эффективных средств коммуникационной политики; - планирование отдельных акций и коммуникационной деятельности в целом; - формирование и распределение бюджетов организации; - оценка экономической и психологической эффективности коммуникационной деятельности.
Основные разделы дисциплины	<ol style="list-style-type: none"> 1. Особенности современного международного и российского рынка рекламы 2. Реклама в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций 3. Рекламная коммуникационная система 4. Основные виды и средства распространения рекламы 5. Психологические аспекты рекламных коммуникаций 6. Создание рекламного продукта 7. Основные понятия рекламного менеджмента 8. Планирование рекламных кампаний и медиапланирование 9. Оценка эффективности и тестирование рекламных кампаний 10. Товарные знаки, марочная политика и брендинг
Общая трудоемкость дисциплины	72 ч., 2 зачетных единицы
Формы промежуточной аттестации	зачет

Фонд оценочных средств по дисциплине «Рекламный менеджмент»

Наименование компетенции	Знания (студент должен знать)	Умения (студент должен уметь)	Навыки (студент должен владеть)	Оценочные средства	Критерии оценки
1	2	3	4	5	6
Способностью самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности, расширять и углублять свое научное мировоззрение (ОК-5).	- роль и место рекламы в современной системе интегрированных маркетинговых коммуникаций,	- организовывать эффективно взаимодействие всех участников рекламного процесса,	- приемами формирования эффективно рекламного обращения - разрабатывать креативный план рекламной кампании.	1) Практические задания	1) Активность работы на занятии, самостоятельность выполнения заданий. 2) знание теоретического материала; умение пользоваться знаниями
Готовностью разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) ПК-4	- понятие, цели, принципы и функции рекламы, сферы её применения;	- применять методы сбора, хранения, обработки и анализа информации для управления рекламной деятельностью.	- методами проведения рекламных исследований;	1) Практические задания 2) Тест 3) Выполнение РГЗ	1) полнота раскрытия темы, правильность формулировки выводов и предложений; 2) Активность работы на занятии, самостоятельность выполнения заданий. 3) % выполнения заданий 4) знание теоретического материала; умение пользоваться знаниями
Способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности	- методы оценки и прогнозирования эффективности рекламной деятельности;	- проводить оценку эффективности рекламной деятельности;	- методами проведения рекламных исследований; - аналитическими методами для оценки	4) Практические задания 5) Тест 6) Выполнение РГЗ	1) полнота раскрытия темы, правильность формулировки выводов и предложений; 2) Активность работы на занятии, самостоятельность выполнения заданий.. 3) % выполнения заданий

(коммерч., или маркетинговой, или рекламной, или логистич., или товаровед.) (ПК-1).			эффективно сти рекламной деятельности и на предприяти ях.		4) знание теоретического материала; умение пользоваться знаниями
1	2	3	4	5	6
Способностью к реальной конкурентоспосо бности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозировани ю и проектированию ассортимента товаров; готов к проектированию и разработке бренд- технологий (ПК-10).	- принципы и методы проведения маркетинговых исследований и тестирования рекламы, - - законы, регламентиру ющие рекламную деятельность.	- создавать и управлять брендами;	- методами создания и управления брендами; - методами оценки марочного капитала	1) Практ ические задания 2) Тест 3) Выпо лнение РГЗ	1) полнота раскрытия темы, правильность формулировки выводов и предложений; 2) Активность работы на занятии, самостоятельность выполнения заданий. 3) % выполнения заданий 4) знание теоретического материала; умение пользоваться знаниями
Способностью организовывать и проводить образовательную деятельность с учетом современных достижений методики преподавания и профессиональн ых знаний в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы (ПК-14).	- методы и показатели анализа рекламного рынка, методы создания и управления брендами; - организационн ые структуры и принципы организации деятельности рекламных служб и рекламных агентств;	- применять статистичес кие методы оценки и прогнозирова ния рекламной деятельности и, анализирова ть маркетингов ую среду и конъюнктур у рекламного рынка,	- умениями применять средства и методы планирован ия рекламных кампаний; - методами рекламного менеджмент а;	1) Пр актические задания 2) Тес т 3) Вы полнение РГЗ	1) полнота раскрытия темы, правильность формулировки выводов и предложений; 2) Активн ость работы на занятии, самостоятельнос ть выполнения заданий.. 3) % выполнения заданий 4) знание теоретического материала; умение пользоваться знаниями
Способностью к исследованию прогрессивных направлений развития про- фессиональной деятельности в области коммер- ции, или марке- тинга, или рек- ламы, или логи- стики, или това-	- планирование рекламных кампаний на макроуровне; принципы и методы рекламного менеджмента и медиапланиро вания;	- проводить медиаплани рование; - использовать методы планирован ия рекламных кампаний на макроуровн	- умениями применять средства и методы медиаплани рования;	1) Практ ические задания 2) Тест 3) Выпо лнение РГЗ	1) полнота раскрытия темы, правильность формулировки выводов и предложений; 2) Активность работы на занятии, самостоятельность выполнения заданий. 3) % выполнения заданий

роведения, или экспертизы (ПК-12).		е;			4) знание теоретического материала; умение пользоваться знаниями
------------------------------------	--	----	--	--	--

Аннотация дисциплины «Инновационные маркетинговые коммуникации»

Наименование дисциплины	Инновационные маркетинговые коммуникации
Цель дисциплины	<p>– Получение специальных знаний по всем этапам организации и управления коммуникационной деятельности, приобретение практических навыков и умений организации коммуникационной деятельности.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Подготовка выпускников к междисциплинарным научным исследованиям для решения задач связанных с разработкой инновационных методов моделирования и оценки конъюнктуры рынков, бизнес-технологий в сфере маркетинга и коммерции. - Подготовка выпускников к выбору инноваций в области маркетинговой, торговой, рекламной, логистической и товароведной деятельности. - Подготовка выпускников к организационно-управленческой деятельности при реализации инновационных бизнес-проектов, разработки стратегий и тактик предприятий и принятии решений в области маркетинга или коммерции. - Подготовка выпускников к самообучению и непрерывному профессиональному самосовершенствованию
Задачи дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> - разработка и внедрение комплекса интегрированных коммуникаций, включая использование рекламы; - сбор, хранение, обработка, анализ и оценка информации, необходимой для организации и управления рекламной деятельности; проведение рекламных исследований и тестирование рекламы; - анализ состояния рекламного рынка и рекламных продуктов; - создание рекламной службы организации; организация эффективного сотрудничества с рекламными агентствами; - разработка рекламной стратегии организации; формирование творческой концепции рекламы; - создание рекламных текстов и готовых рекламных продуктов; - выбор эффективных средств рекламы и медиапланирование; - планирование отдельных рекламных кампаний и рекламно-коммуникационной деятельности в целом; организация и осуществление рекламной деятельности - формирование и распределение рекламных бюджетов организации; - оценка экономической и коммуникационной эффективности рекламной деятельности;
Основные разделы дисциплины	<ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие, сущность и функции маркетинговых коммуникаций 2. Традиционные и инновационные маркетинговые коммуникации как направление инноваций. 3. Маркетинг-МИКС и инновационные маркетинговые

	коммуникации. Структура комплекса инновационных маркетинговых коммуникаций 4. Эффективность инновационных маркетинговых коммуникаций
Общая трудоемкость дисциплины	108 ч., 2 зачетных единицы
Формы промежуточной аттестации	Экзамен

Фонд оценочных средств по дисциплине «Инновационные маркетинговые коммуникации»

Наименование компетенции	Знания (студент должен знать)	Умения (студент должен уметь)	Навыки (студент должен владеть)	Оценочные средства	Критерии оценки
1	2	3	4	5	6
Готовностью разрабатывать и оценивать эффективность инновационных технологий профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) ПК-4	- роль и место системы интегрированных маркетинговых коммуникаций в современном бизнесе; - организационные структуры и принципы организации инновационных маркетинговых коммуникаций;	- умениями и навыками организации рекламной кампании, пиар - кампании, директ - майл.	- аналитическими методами для оценки эффективности коммуникационной деятельности.	1. Практические задания 2. Тест 3. Реферат	1. полнота раскрытия темы, правильность формулировки выводов и предложений; 2. Активность работы на занятии, самостоятельность выполнения заданий. 3. % выполнения заданий 4. знание теоретического материала; умение пользоваться знаниями
Способностью самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерч.,	-этапы организации пиар - акций, способы оценки их эффективности - методы оценки и прогнозирования эффективности всех видов коммуникационной деятельности;	- оценивать эффективность коммуникационной деятельности; - применять действующее законодательство в профессиональной деятельности по специализации и магистерской	- аналитическими методами для оценки эффективности коммуникационной деятельности.	1. Практические задания 2. Тест 3. Реферат	1. полнота раскрытия темы, правильность формулировки выводов и предложений; 2. Активность работы на занятии, самостоятельность выполнения заданий.. 3. % выполнения заданий 4. знание теоретического материала; умение пользоваться знаниями

или маркетинговой, или рекламной, или логистич., или товаровед.й) (ПК-1).		подготовки.			
Способность к реальной конкурентоспособности товаров и организаций, ее обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров; готов к проектированию и разработке бренд-технологий (ПК-10).	- принципы и методы проведения коммуникационных исследований; -методы правового регулирования и законы, регламентирующие коммуникационную деятельность.	- оставлять рекламные сообщения, выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности, организовывать рекламные акции;	организовать пиар – кампании и кампании по стимулированию сбыта;	1. Практические задания 2. Тест 3. Реферат	4. полнота раскрытия темы, правильность формулировки выводов и предложений; 5. Активность работы на занятии, самостоятельность выполнения заданий.. 6. % выполнения заданий 7. знание теоретического материала; умение пользоваться знаниями
1	2	3	4	5	6
Способность к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности и в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы (ПК-13).	- методы и показатели анализа коммуникационного рынка; -правила использования инновационных маркетинговых коммуникаций; - цели, объекты, субъекты, принципы, средства, сферу применения рекламной деятельности и стимулирования сбыта,	- умениями и навыками организации рекламной кампании, пиар-кампании, директ-майл.	организацию рекламных кампаний; эффективные приёмы сейлз-промоушн;	1. Практические задания 2. Тест 3. Реферат	1. полнота раскрытия темы, правильность формулировки выводов и предложений; 2. Активность работы на занятии, самостоятельность выполнения заданий. 3. % выполнения заданий 4. знание теоретического материала; умение пользоваться знаниями

Аннотация дисциплины «Методология экономической науки»

Наименование дисциплины	Методология экономической науки
Цель дисциплины	Является формирование у студентов понимания основных понятий и методов экономической науки, обоснование экономической действительности.
Задачи дисциплины	<p>В результате изучения дисциплины будут подготовлены к решению следующих задач:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Дать студенту, будущему магистру в области торгового дела, глубокие и систематизированные знания о понятиях и методах экономической науки, а также их взаимоотношения с методологией; • Провести анализ основных исследовательских программ (парадигм), существовавших в истории экономической мысли, а также периодов их смены, т. е. «научных революций» по терминологии Т. Куна; • Ознакомить с историей экономических учений, основными понятиями микро-, макроэкономики; • Рассмотреть понятия ключевых этапов экономического исследования, а также процедуры «научного открытия» в экономической науке; • Проанализировать проблемы истины в экономической науке, а также исследовать ее критерии и основные способы подтверждения; • Исследовать место и значения экономической методологии в системе общей методологии социальных и естественных наук, в частности влияния методологии других наук на экономическую методологию, и воздействия последней на методологию иных областей знания; • Ознакомить с основными мировоззренческими стандартами и идеалами экономической науки.
Основные разделы дисциплины	<ol style="list-style-type: none"> 1. Экономика как предмет исследования методологии. 2. Развитие экономической действительности. 3. Развитие и совершенствование метода экономической теории. 4. Модели человека в экономической науке. 5. Современный мир и тенденции в развитии экономической методологии.
Общая трудоемкость дисциплины	144 ч.; 4 зачётные единицы.
Формы промежуточной аттестации	экзамен

**Фонд оценочных средств по дисциплине
«Методология экономической науки»**

Наименование компетенции	Знания	Умения	Навыки	Оценочные средства	Критерии оценки
<p>ОК-2 Способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности;</p> <p>ОК-6 Способность адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей ()</p>	<p>Знать цели, задачи, объект и предмет исследования методологии экономической науки; знать методы экономического исследования и эволюцию метода экономической науки;</p> <p>знать экономическую реальность классической школы политической экономии; знать характеристики кейнсианского и неоклассического направления; выявлять институциональные возможности;</p> <p>знать классический период и влияние неопозитивизма; знать споры о методе и этапы перехода метода в методологию; Знать экономическую антропологию;</p> <p>знать модель человека в классической политэкономии;</p> <p>знать понятие «экономический человек» в контексте неоклассического синтеза и неоинституционализма.</p>	<p>Уметь выделять общей характеристики научной методологии;</p> <p>уметь анализировать и делать соответствующие выводы; уметь применять новейшие методы поиска и использования информации;</p> <p>уметь сравнивать взгляды исторической школы и современной;</p>	<p>Владеть навыками в специальной терминологией, работать с научной, учебно-методической литературой;</p> <p>применять навыки при анализе новейших методов поиска и использования информации;</p> <p>понять различия понятий экономического человека в марксизме и маржинализме;</p> <p>применять на практике экономико-теоретические знания через эпистемологическое преломление;</p> <p>получить навык в использовании понятия методологический бум.</p>	<p>Работа на практических занятиях, доклад</p>	<p>За каждое практическое занятие студент может получить 2 балла.</p> <p>2 балла ставиться, если студент участвовал в дискуссионном обсуждении по тематике занятия и сделанных докладов, имел аргументированное суждение, активно участвовал в дискуссии, подготовил электронную презентацию по всем тематикам практического занятия.</p> <p>1 балл ставиться, если было продемонстрированное частичное участие в дискуссии, суждения были недостаточно аргументированные, часто ошибочны, подготовленный доклад имел смысловые недочеты, недостаточно раскрывал заданную тему, был сложен в восприятии, в недостаточной степени раскрыта электронная презентация по заданной теме.</p> <p>0 баллов ставиться за минимальное или полное неучастие студента в практическом занятии, слабо раскрывающий тему доклад.</p> <p>Компетенция считается освоенными, если студент за каждое практическое занятие получил не менее 1 балла.</p>

Наименование компетенции	Знания	Умения	Навыки	Оценочные средства	Критерии оценки
				Курсовая работа	<p>Курсовая работа состоит из двух частей. За каждую часть можно получить максимум 2 балла.</p> <p>В теоретической части: 2 балла ставиться, если задание выполнено полностью, студент во время защиты смог уверенно ответить на дополнительные вопросы (тема раскрыта полностью с использованием актуального материала, без механического переписывания) 1 балл ставиться, если задание выполнено частично, студент во время защита, смог дать ответы на большую часть дополнительных вопросов (тема раскрыта частично, использован не самый актуальный материал, встречается неосмысленное переписывание). 0 баллов ставиться, если задание выполнено с существенными ошибками (тема не раскрыта, использован, откровенно устаревший материал, нет творческого осмысления изложенного материала) или не выполнено полностью, или во время защиты студент не смог ответить на дополнительные вопросы по существу.</p> <p>В расчетной части: 2 балла ставиться, если задание выполнено полностью, студент во время защиты смог уверенно ответить</p>

Наименование компетенции	Знания	Умения	Навыки	Оценочные средства	Критерии оценки
					<p>на дополнительные вопросы (расчеты выполнены полностью, без ошибок, с необходимыми пояснениями)</p> <p>1 балл ставиться, если задание выполнено частично, студент во время защита, смог дать ответы на большую часть дополнительных вопросов (расчет в целом выполнены, встречаются незначительные ошибки, частично отсутствует пояснения к расчетам).</p> <p>0 баллов ставиться, если задание выполнено с существенными ошибками (расчет содержит грубые ошибки) или не выполнено полностью, или во время защиты студент не смог ответить на дополнительные вопросы, по существу.</p> <p>Контрольная считается зачтенной, а компетенции освоенными, если за каждую часть контрольной работы получено не менее 1 балла.</p>

Аннотация дисциплины «Стратегическое управление торговым бизнесом»

Наименование дисциплины	Стратегическое управление торговым бизнесом
Цель дисциплины	Стратегическое управление торговым бизнесом» заключается в формировании у магистрантов базовых теоретических знаний и основных практических навыков в области стратегического управления предприятиями и организациями торговли.
Задачи дисциплины	<ul style="list-style-type: none"> - сформировать представления об особенностях стратегического управления предприятием или организацией торговли в условиях нестабильной, быстро изменяющейся внешней среды; - приобрести теоретические знания и практические навыки по определению возникающих возможностей и по оценке угроз предприятию, исходя из анализа внешней среды и особенностей (сильных и слабых сторон) предприятий;

	<ul style="list-style-type: none"> - выработать умение формулировать миссию и цели предприятия на основе стратегического анализа; - изучить возможные варианты стратегий, методы разработки стратегических альтернатив и выбора конкретной стратегии предприятия или организации торговли; - сформировать практические навыки разработки мероприятий по реализации стратегии с учетом возможности сопротивления изменениям; - рассмотреть конкретные деловые ситуации, изучить опыт стратегического управления торговым бизнесом на примере современных организаций; - развить творческое мышление в области стратегического управления торговым бизнесом- изучить методы стратегического контроля и разработки систем контроля реализации стратегии.
Основные разделы дисциплины	Стратегические проблемы развития торговых организаций и характеристика системы стратегического управления торговой организацией Характеристика конкурентных стратегий бизнеса и стратегия организации. Анализ внутренней среды. Стратегический анализ конкурентных преимуществ и потенциала торговой организации. Виды и характеристика корпоративных стратегий организации Разработка и реализация стратегического плана организации Методы проведения стратегических изменений руководством организации Особенности и практика использования стратегического управления торговым бизнесом на примерах предприятий и организаций
Общая трудоемкость дисциплины	4 ЗЕТ, 144 часа
Формы промежуточной аттестации	Экзамен 3 семестр

Фонд оценочных средств по дисциплине «Стратегическое управление торговым бизнесом»

Наименование компетенции	Знания	Умения	Навыки	Оценочные средства	Критерии оценки
1	2	3	4	5	6
ОК-6	основные понятия, методы, категории системы стратегического управления торговым бизнесом.	Уметь делать выбор стратегических целей организации, определять и конкретизировать миссию организации, основные стратегические цели и задачи	Принятия решений	Практическая работа	Знание теоретического материала, умение использовать его для решения практических задач

				Экзамен	Правильность, полнота ответов
				тест	% выполнения заданий
ПК-2	видов и характеристик функциональных, операционных стратегий, характеристику инвестиционной стратегии, Должен понимать формирование технологической политики предприятия.	определять место инновационной и производственной стратегий в стратегическом управлении торговым бизнесом.	обоснования выбранной стратегии	Практическая работа	Знание теоретического материала, умение использовать его для решения практических задач
				Расчетно-графическая работа	Умение проводить необходимые исследования и расчеты выбранными методами, делать выводы, обосновывать выбранные стратегии
				экзамен	Правильность, полнота ответов
ПК-6	Студент должен знать и внешнюю среду, влияющие на стратегическое развитие торговой организации. Проводить анализ возможностей и угроз бизнесу из внешней среды.	уметь анализировать факторы внешней среды, влияющие на стратегическое развитие торговой организации. Проводить анализ возможностей и угроз бизнесу из внешней среды. Уметь анализировать стратегические альтернативы развития торговой организации	разработки в сценариев развития организации и изменения внешней среды. анализа рыночных структур	Практическая работа	Знание теоретического материала, умение использовать его для решения практических задач Умение проводить необходимые исследования выбранными методами
				Расчетно-графическая работа	Умение проводить необходимые исследования и расчеты выбранными методами, делать выводы, обосновывать вы-

					бронные стратегии
				Экзамен	Правильность, полнота ответов
				тест	% выполнения заданий

Аннотация дисциплины «Компьютерные технологии»

Наименование дисциплины	КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
Цель дисциплины	Подготовка магистрантов в области направлений развития компьютерных технологий и методов их применения в коммерческой деятельности.
Задачи дисциплины	- формирование у магистрантов целостного представления о современных компьютерных технологиях, применяемых в работе конкретных предприятий; - формирование теоретических знаний, практических навыков и умений, необходимых для внедрения, использования и развития компьютерных технологий в коммерческой деятельности коммерческих предприятий различного профиля.
Основные разделы дисциплины	1. Общие сведения о компьютерных технологиях 2. Управление заказами покупателей 3. Управление внутренними заказами подразделений предприятия 4. Управление заказами поставщикам
Общая трудоемкость дисциплины	Очная форма обучения: лекции – 18 часов практические занятия – 36 часа самостоятельная работа – 63 часов Общее количество часов на освоение дисциплины – 72 часа
Формы промежуточной аттестации	Зачет

Фонд оценочных средств по дисциплине «Компьютерные технологии»

Наименование компетенции	Знания	Умения	Навыки	Оценочные средства	Критерии оценки
1	2	3	4	5	6
овладеют способностью к самостоятельному обучению новым методам исследования,	- знать методические основы создания технологий в управлении пред-	- уметь определять роль и место используемых компьютерных технологий	- приобрести навыки использования инструментальных средств компьютерных	Лабораторные занятия	1) За каждое выполненное задание студент получает 3 балла, которые умножаются на поправочный ко-

к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-2);	приятием	- уметь выделять главное, существенное изучая самостоятельно научную литературу, самостоятельно делать обобщающие выводы	технологий		эffiциент в зависимости от полноты выполнения задания (1,0 – задание выполнено полностью, 0,5 – задание выполнено, но отдельные аспекты не раскрыты, 0 – задание не выполнено)
- будут способны самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности, расширять и углублять свое научное мировоззрение (ОК-5)	- знать технологию решения управленческих задач	- уметь представлять результаты своей интеллектуальной деятельности в удобной для восприятия другими форме	- наработка теоретических знаний и практических навыков, необходимых для использования компьютерных технологий в коммерческой деятельности	Лабораторные занятия	Всего студент должен выполнить 4 модуля Итоговая оценка по дисциплине формируется исходя из объема набранных баллов: 95-100 (отлично), 75-94 (хорошо), 50-74 (удовлетворительно), 0-49 (неудовлетворительно)

Аннотация дисциплины «Мониторинг бизнес-среды»

Наименование дисциплины	Мониторинг бизнес-среды
Цель дисциплины	Развитие у обучающихся знаний, умений и навыков, формирующих профессиональные компетенции, в частности: знаний об основных элементах внешней и внутренней среды организации; умений и навыков владения инструментами и методами их мониторинга.

Задачи дисциплины	<p>Задачами являются приобретение:</p> <p>знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> - об основных элементах бизнес среды; о назначении и сущности мониторинга; - о различных методиках анализа внутренней и внешней среды организации; - о методиках прогнозирования основных показателей деятельности организации. <p>умений:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации, выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию. Уметь прогнозировать состояние основных характеристик деятельности. <p>Навыков владения:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основными методами анализа бизнес-среды любой организации в современных условиях ее функционирования.
Основные разделы дисциплины	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основные составляющие бизнес среды 2. Сущность и содержание понятия «Мониторинг». Организация мониторинга на предприятии 3. Инструменты и методы стратегического анализа элементов бизнес среды 4. Исследование факторов, оказывающих влияние на бизнес среду 5. Мониторинг финансовой деятельности 6. Мониторинг рынка 7. Мониторинг клиентов 8. Мониторинг бизнес-процессов 9. Мониторинг стратегических показателей
Общая трудоемкость дисциплины	144 часа, 4 зачетные единицы
Формы промежуточной аттестации	Экзамен

Фонд оценочных средств по дисциплине «Мониторинг бизнес-среды»

Наименование компетенции	Знания	Умения	Навыки	Оценочные средства	Критерии оценки
1	2	3	4	5	6
Готовность к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эффективности ее хозяйственной деятельности, способность	- об основных элементах бизнес среды; о назначении и сущности мониторинга; - о различ-	- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации; - выявлять ее ключевые элементы и	- владения основными методами анализа бизнес-среды любой организации в современных услови-	Промежуточный тест по темам	Ниже 30 % - «Неудовлетворительно»; от 30 до 50% - «Удовлетворительно»; От 51% до 70 % - «Хорошо»; От 71 % до 100 % - «Отлично»

Наименование компетенции	Знания	Умения	Навыки	Оценочные средства	Критерии оценки
к разработке стратегии, контролю за ее реализацией и оценке эффективности путем аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-6)	ных методиках анализа внутренней и внешней среды организации; - о методиках прогнозирования основных показателей деятельности организации.	оценивать их влияние на организацию; - прогнозировать состояние основных характеристик деятельности.	ях ее функционирования	Самостоятельная работа (решение типовых контрольных заданий)	Глубина проработки материала, краткость и четкость изложения в докладе, участие в обсуждении.
				Практикум. Разбор конкретных ситуаций	Правильность решений.
				Экзаменационные билеты	Объем и развернутость ответа. Степень проникновения в теоретический и практический материал
Способность к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-7);	- об основных элементах бизнес-среды; о назначении и сути мониторинга; - о различных методиках анализа внутренней и внешней среды организации; - о методиках прогнозирования основных показателей деятельности организации.	- анализировать внешнюю и внутреннюю среду организации; - выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; - прогнозировать состояние основных характеристик деятельности.	- владения основными методами анализа бизнес-среды любой организации в современных условиях ее функционирования	Промежуточный тест по темам	Ниже 30 % - «Неудовлетворительно»; от 30 до 50% - «Удовлетворительно»; От 51% до 70 % - «Хорошо»; От 71 % до 100 % - «Отлично»
				Контрольная работа	Правильность выполнения заданий.
				Экзаменационные билеты	Объем и развернутость ответа. Степень проникновения в теоретический и практический материал
Способность к исследованию, прогнозированию, моделированию,	- об основных элементах бизнес-среды; о на-	- анализировать внешнюю и внутреннюю	- владения основными методами анализа биз-	Промежуточный тест по темам	Ниже 30 % - «Неудовлетворительно»; от 30 до 50% -

Наименование компетенции	Знания	Умения	Навыки	Оценочные средства	Критерии оценки
ванию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов (ПК-11)	значении и сущности мониторинга; - о различных методах анализа внутренней и внешней среды организации; - о методах прогнозирования основных показателей деятельности организации.	среду организации; - выявлять ее ключевые элементы и оценивать их влияние на организацию; - прогнозировать состояние основных характеристик деятельности.	несреды любой организации в современных условиях ее функционирования		«Удовлетворительно»; От 51% до 70 % - «Хорошо»; От 71 % до 100 % - «Отлично»
				Самостоятельная работа (решение типовых контрольных заданий)	Глубина проработки материала, краткость и четкость изложения в докладе, участие в обсуждении.
				Контрольная работа	Правильность выполнения заданий.
				Промежуточный тест по темам	Ниже 30 % - «Неудовлетворительно»; от 30 до 50% - «Удовлетворительно»; От 51% до 70 % - «Хорошо»; От 71 % до 100 % - «Отлично»

Аннотация программ практик
Аннотация программы «Торгово-технологическая практика»

Наименование практики	Торгово-технологическая практика
Цель практики	Углубление и развитие теоретических знаний, практических умений и навыков в сфере организации, управления и проектирования процессов в области: коммерческой деятельности, маркетинга, торговой рекламы, логистики в торговле, товароведения и экспертизы, материально-технического снабжения и сбыта, торгово-посреднической деятельности
Задачи практики	1) Анализ состояния отрасли и бизнес-среды предприятия, определение конкурентной позиции предприятия на рынке. 2) Изучение и анализ эффективности торгово-технологического процесса предприятия в целом и в разрезе основных и вспомогательных операций. 3) Изучение системы закупки товаров. 4) Оценка состояния и перспектив развития и использования ресурсного и инновационного потенциала предприятия в области: коммерческой деятельности, маркетинга, торговой рекламы, логистики в торговле, товароведения и экспертизы, материально-технического снабжения и сбыта, торгово-посреднической деятельности. 5) Приобретение умений и навыков в управлении коллективом в одном из подразделений предприятия сферы товарного обращения, непосредственное участие в работе подразделения с принятием управленческих решений в области: коммерческой деятельности, маркетинга, торговой рекламы, логистики в торговле, товароведения и экспертизы, материально-технического снабжения и сбыта, торгово-посреднической деятельности.
Основные разделы практики	Оценка качества торгового обслуживания. Анализ эффективности использования ресурсов. Оценка эффективности функциональных бизнес-процессов. Оценка конкурентоспособности предприятия. Разработка рекомендаций по повышению социально-экономической эффективности розничного торгового предприятия.
Общая трудоемкость практики	Общее количество часов на практику – 432 часа (12 з.е.): 2 семестр – 108 часов (3 з.е.) 4 семестр – 324 часа (9 з.е.)
Формы промежуточной аттестации	Итоговая оценка

Фонд оценочных средств «Торгово-технологическая практика»

Наименование компетенции	Знания	Умения	Навыки	Оценочные средства	Критерии оценки
1	2	3	4	5	6
Готовность к активному общению в научной, производственной и социально-	Знание основных методов и инструментов	Умение декомпозиции общей задачи ис-	Навыки синтеза и анализа информа-	Отчёт по практике Собеседо-	Оценка по практике: 1) «Отлично» - выполнение программы практики в полном объёме, свое-

<p>общественной сферах деятельности; способность использовать на практике умения и навыки в организации научно-исследовательских и научно-производственных работ, в управлении коллективом, влиять на формирование целей команды, воздействовать на её социально-психологический климат в нужном для достижении целей направлении, оценивать качество результатов деятельности (ОК-3)</p>	<p>сбора маркетинговой и статистической информации предприятия для оценки качества торгового-технологического процесса и конкурентоспособности организации, в т.ч. с использованием технических средств контроля и измерения и программных продуктов</p>	<p>следования и распределение частных задач внутри коллектива. Умение использовать современные информационные технологии и специализированные программные продукты для решения частных профессиональных задач, в т.ч. в отдельных функциональных областях деятельности предприятия</p>	<p>ции по проблеме исследования. Навыки моделирования состояния объекта исследования в краткосрочной перспективе с помощью экономико-математических методов и программных продуктов.</p>	<p>вание с руководителем практики Доклад</p>	<p>временная подготовка и защита отчёта по практике; подготовка комплексного доклада по деятельности предприятия с использованием мультимедийных технологий; наличие документов по практике. 2) «Хорошо» - выполнение программы практики в полном объёме с небольшими погрешностями (неточностями), своевременная подготовка и защита отчёта по практике; подготовка доклада по ряду направлений деятельности с использованием мультимедийных технологий, наличие документов по практике. 3) «Удовлетворительно» - выполнение программы практики в неполном объёме или с ошибками, своевременная подготовка и защита отчёта по практике; подготовка доклада по отдельным направлениям деятельности без использования мультимедийных технологий, наличие документов по практике. 4) «Неудовлетворительно» - программа практики не выполнена, отчёт по практике не сдан в установленные учебным графиком сроки; доклад по оценке деятельности предприятия не подготовлен, отсутствие документов по практике.</p>
<p>Способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности, расширять и углублять своё научное мировоззрение (ОК-5)</p>					
<p>Способность адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей (ОК-6)</p>					
<p>1</p> <p>Способность самостоятельно осуществлять поиск и выбор инноваций, анализировать и оценивать экономическую эффективность профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-1)</p> <p>Готовность выявлять и оценивать риски в</p>	<p>2</p> <p>Знание основных методов и технологии проведения анализа эффективности деятельности предприятия в динамике.</p>	<p>3</p> <p>Умение практического использования инструментов детерминированного и стохастического анализа деятельности предприятия с целью установления</p>	<p>4</p> <p>Навыки оптимизации основного бизнес-процесса предприятия с учётом выявленных рисков и опасностей внешней среды и состояния внутренне-</p>	<p>5</p> <p>Отчёт по практике Собеседование с руководителем практики Доклад</p>	<p>6</p> <p>Оценка по практике: 1) «Отлично» - выполнение программы практики в полном объёме, своевременная подготовка и защита отчёта по практике; подготовка комплексного доклада по деятельности предприятия с использованием мультимедийных технологий; наличие документов по практике. 2) «Хорошо» - выполнение программы практики в полном объёме с не-</p>

<p>профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товаро-ведной) (ПК-2)</p>		<p>рисков и опасностей. Умение оценки эффективности использования внутреннего потенциала предприятия.</p>	<p>го потенциала его развития.</p>		<p>большими погрешностями (неточностями), своевременная подготовка и защита отчёта по практике; подготовка доклада по ряду направлений деятельности с использованием мультимедийных технологий, наличие документов по практике. 3) «Удовлетворительно» - выполнение программы практики в неполном объёме или с ошибками, своевременная подготовка и защита отчёта по практике; подготовка доклада по отдельным направлениям деятельности без использования мультимедийных технологий, наличие документов по практике. 4) «Неудовлетворительно» - программа практики не выполнена, отчёт по практике не сдан в установленные учебным графиком сроки; доклад по оценке деятельности предприятия не подготовлен, отсутствие документов по практике.</p>
<p>Способность к исследованию, анализу, прогнозированию и моделированию тенденций, результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товаро-ведной) (ПК-7)</p>					
1	2	3	4	5	6
<p>Способность определять объекты и основания проведения экспертизы и обосновывать её необходимость, готовность выбирать и рационально использовать средства и методы экспертизы в области профессиональной деятельности, организовывать и проводить её (ПК-8)</p>	<p>Знание основных методов и технологии оценки качества и конкурентоспособности товаров, процессов и предприятия в целом.</p>	<p>Умение расчёта частных, групповых и интегрального показателей качества и конкурентоспособности товаров и услуг предприятия. Умение оценки влияния внешней среды на конкурентоспособность предприятия. Умение составления оперативных технических за-</p>	<p>Навыки планирования изменения основных результирующих показателей деятельности предприятия в условиях динамичной внешней среды. Навыки подготовки аналитического заключения по результатам исследования.</p>	<p>Отчёт по практике Собеседование с руководителем практики Доклад</p>	<p>Оценка по практике: 1) «Отлично» - выполнение программы практики в полном объёме, своевременная подготовка и защита отчёта по практике; подготовка комплексного доклада по деятельности предприятия с использованием мультимедийных технологий; наличие документов по практике. 2) «Хорошо» - выполнение программы практики в полном объёме с небольшими погрешностями (неточностями), своевременная подготовка и защита отчёта по практике; подготовка доклада по ряду направлений деятельности с использованием мультимедийных технологий, наличие документов по практике. 3) «Удовлетворительно»</p>
<p>Способность к поиску инновационных идей при проектировании, разработке, экспертизе и рекламе новых товаров и услуг; способность к реальной конкурентоспособности товаров и организаций, её обеспечению, к прогнозированию и проектированию ассортимента товаров; го-</p>	<p>Знание методов и технологии проведения экспертизы товаров. Знание методики анализа внешней среды предприятия и оценки её влияния на</p>				

товность к проектированию и разработке бренд-технологий (ПК-10)	эффективность деятельности предприятия.	ключений относительно качества товаров и услуг.			- выполнение программы практики в неполном объеме или с ошибками, своевременная подготовка и защита отчёта по практике; подготовка доклада по отдельным направлениям деятельности без использования мультимедийных документов по практике. 4) «Неудовлетворительно» - программа практики не выполнена, отчёт по практике не сдан в установленные учебным графиком сроки; доклад по оценке деятельности предприятия не подготовлен, отсутствие документов по практике.
Способность к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов (ПК-11)					
Способность самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательских работ (ПК-13)					

Аннотация программы «Научно-исследовательская практика»

Наименование практики	Научно-исследовательская практика
Цель практики	Выработать у магистранта компетенции и навыки исследовательской работы в процессе подготовки магистерской диссертации по направлению «Торговое дело»
Задачи практики	1) Овладение методами поиска и отбора научной литературы по заданной теме магистерской диссертации. 2) Освоение приемов поиска материалов в электронном каталоге Государственной публичной научно-технической библиотеки, её филиалах и заказа отобранных источников литературы через межбиблиотечный абонемент. 3) Формирование навыков составления плана исследования: определения цели и задач, выдвижения рабочей гипотезы, выбора источников и способов сбора информации, а также статистических методов её обработки и анализа, формулирования выводов и разработки рекомендаций.
Основные разделы практики	Теоретическая часть: теоретическое обоснование актуальности и практической значимости предмета исследования. Аналитическая часть: изучение и анализ проблемы применительно к конкретному объекту исследования. Практическая часть: разработка предложений относительно механизма управления проблемной зоной предприятия..
Общая трудоемкость практики	Общее количество часов на практику – 216 часов (6 з.е.): 2 семестр – 108 часов (3 з.е.) 4 семестр – 108 часов (3 з.е.)
Формы промежуточной аттестации	Итоговая оценка

Фонд оценочных средств «Научно-исследовательская практика»

Наименование компетенции	Знания	Умения	Навыки	Оценочные средства	Критерии оценки
1	2	3	4	5	6
<p>Готовность к активному общению в научной, производственной и социально-общественной сферах деятельности; способность использовать на практике умения и навыки в организации научных и научно-производственных работ, в управлении коллективом, влиять на формирование целей команды, воздействовать на её социально-психологический климат в нужном для достижения целей направлении, оценивать качество результатов деятельности (ОК-3)</p>	<p>Знание технологии проведения научного исследования по заявленной теме</p> <p>Знание инструментария разработки плана научного исследования</p> <p>Знание алгоритма практической реализации плана научного исследования</p>	<p>Умение использования информационных технологий и технических средств для выдвижения рабочей гипотезы пути решения поставленной проблемы</p> <p>Умение разработки плана маркетингового исследования и его практической реализации</p> <p>Умение работать в команде, участвовать в реализации коллективного проекта</p>	<p>Навыки практической апробации разработанного плана маркетингового исследования с помощью известных методов и инструментов анализа внутренней и внешней среды объекта исследования</p> <p>Навыки подготовки аналитического отчёта о результатах научного (маркетингового) исследования</p> <p>Навыки принятия оптимального решения в профессиональной деятельности на основе обобщения результатов командной работы</p>	<p>Отчёт по практике</p> <p>Собеседование с руководителем практики</p> <p>Доклад/статья</p>	<p>Оценка по практике:</p> <p>1) «Отлично» - выполнение программы практики в полном объёме, своевременная подготовка и защита отчёта по практике; подготовка комплексного доклада по деятельности предприятия с использованием мультимедийных технологий; наличие документов по практике.</p> <p>2) «Хорошо» - выполнение программы практики в полном объёме с небольшими погрешностями (неточностями), своевременная подготовка и защита отчёта по практике; подготовка доклада по ряду направлений деятельности с использованием мультимедийных технологий, наличие документов по практике.</p> <p>3) «Удовлетворительно» - выполнение программы практики в неполном объёме или с ошибками, своевременная подготовка и защита отчёта по практике; подготовка доклада по отдельным направлениям деятельности без использования мультимедийных технологий, наличие документов по практике.</p> <p>4) «Неудовлетворительно» - программа практики не выполнена, отчёт по практике не сдан в установленные учебным графиком сроки; доклад по оценке деятельности предприятия не подготовлен, отсутствие документов по практике.</p>
<p>Способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в инновационных областях, непосредственно не связанных со сферой деятельности, расширять и углублять своё научное мировоззрение (ОК-5)</p>	<p>Знание методических подходов к сбору, оценке и анализу информации по проблеме исследования, формулированию выводов и рекомендаций</p>				
<p>Способность адаптироваться к новым ситуациям, переоценке накопленного опыта, анализу своих возможностей (ОК-6)</p>					
1	2	3	4	5	6
<p>Готовность к анализу и оценке бизнес-среды организации (предприятия), эф-</p>	<p>Знание технологии проведения научного</p>	<p>Умение использования информаци-</p>	<p>Навыки практической апробации раз-</p>	<p>Отчёт по практике</p> <p>Собеседо-</p>	<p>Оценка по практике:</p> <p>1) «Отлично» - выполнение программы практики в полном объёме, своев-</p>

<p>фективности её хозяйственной деятельности, способность к разработке стратегии, контролю за её реализацией и оценке эффективности путём аудита профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-6)</p>	<p>исследования по заявленной теме</p> <p>Знание инструментария разработки плана научного исследования</p> <p>Знание алгоритма практической реализации плана научного исследования</p> <p>Знание методических подходов к сбору, оценке и анализу информации по проблеме исследования, формулированию выводов и рекомендаций</p>	<p>онных технологий и технических средств для выдвижения рабочей гипотезы пути решения поставленной проблемы</p> <p>Умение разработки плана маркетингового исследования и его практической реализации</p> <p>Умение работать в команде, участвовать в реализации коллективного проекта</p>	<p>работанного плана маркетингового исследования с помощью известных методов и инструментов анализа внутренней и внешней среды объекта исследования</p> <p>Навыки подготовки аналитического отчёта о результатах научного (маркетингового) исследования</p> <p>Навыки принятия оптимального решения в профессиональной деятельности на основе обобщения результатов командной работы</p>	<p>вание с руководителем практики</p> <p>Доклад/статья</p>	<p>временная подготовка и защита отчёта по практике; подготовка комплексного доклада по деятельности предприятия с использованием мультимедийных технологий; наличие документов по практике.</p> <p>2) «Хорошо» - выполнение программы практики в полном объёме с небольшими погрешностями (неточностями), своевременная подготовка и защита отчёта по практике; подготовка доклада по ряду направлений деятельности с использованием мультимедийных технологий, наличие документов по практике.</p> <p>3) «Удовлетворительно» - выполнение программы практики в неполном объёме или с ошибками, своевременная подготовка и защита отчёта по практике; подготовка доклада по отдельным направлениям деятельности без использования мультимедийных технологий, наличие документов по практике.</p> <p>4) «Неудовлетворительно» - программа практики не выполнена, отчёт по практике не сдан в установленные учебным графиком сроки; доклад по оценке деятельности предприятия не подготовлен, отсутствие документов по практике.</p>
<p>Способность к исследованию, прогнозированию, моделированию и оценке конъюнктуры рынка и бизнес-технологий с использованием научных методов (ПК-11)</p>					
<p>Способность к исследованию прогрессивных направлений развития профессиональной деятельности в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения, или экспертизы (ПК-12)</p>					
<p>Способность самостоятельно обрабатывать, интегрировать и представлять результаты научно-исследовательских работ (ПК-13)</p>					

Аннотация программы «Преддипломная практика»

Наименование практики	Преддипломная практика
Цель практики	<ol style="list-style-type: none"> 1) Закрепление приобретённых знаний и умений в области управления бизнес-процессом предприятия. 2) Развитие умений практического использования инновационных технологий в функциональных областях деятельности предприятия. 3) Формирование навыков управления качеством и конкурентоспособностью товаров и предприятия в целом. 4) Использование умений анализа бизнес-среды предприятия в

	процессе стратегического планирования на микроуровне. 5) Развитие умений выявления и оценки разного рода рисков в функциональных областях деятельности предприятия.
Задачи практики	1) Описание основного бизнес-процесса предприятия. 2) Изучение состава и взаимосвязей функциональных направлений деятельности предприятия при выполнении основного бизнес-процесса. 3) Разработка экономико-математических моделей взаимосвязи показателей, описывающих основные подпроцессы и бизнес-процесс в целом. 4) Изучение процесса внедрения инноваций в функциональные направления деятельности предприятия. 5) Изучение механизма стратегического планирования на предприятии с учётом факторов риска.
Основные разделы практики	1) Общая организационная характеристика предприятия. 2) Характеристика и оценка эффективности основного бизнес-процесса на предприятии. 3) Анализ бизнес-среды предприятия. Прогнозирование покупательского спроса. 4) Анализ конкурентоспособности предприятия. 5) Характеристика инноваций и оценка их эффективности. 6) Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности предприятия. 7) Разработка стратегии и тактики развития предприятия и системы оперативных планов.
Общая трудоемкость практики	Общее количество часов на практику – 432 часа (12 з.е.)
Формы промежуточной аттестации	Итоговая оценка

Фонд оценочных средств «Преддипломная практика»

Наименование компетенции	Знания	Умения	Навыки	Оценочные средства	Критерии оценки
1	2	3	4	5	6
ОК-1	Знание целей и задач практики	Умение определения последовательности решения задач практики и их взаимосвязи	Владение общелогическими методами научного познания для определения способов решения задач практики	Отчёт по практике Собеседование с руководителем практики	Оценка по практике: 1) «Отлично» - выполнение программы практики в полном объёме, своевременная подготовка и защита отчёта по практике; подготовка комплексного доклада по деятельности предприятия с использованием мультимедийных технологий; наличие документов по практике. 2) «Хорошо» - выполнение программы практики в полном объёме с небольшими погрешностями (неточностями), своевременная подготовка и защита отчёта по практике; подготовка доклада по ряду направлений деятельно-
ПК-2 ПК-3 ПК-4 ПК-10	Знание основных видов инноваций в области профессиональной деятельности	Умение поиска, отбора и оценки инновационных идей в области профессиона-	Навыки оценки эффективности инновационных идей в области профессио-	Доклад	

	сти. Знание механизма разработки инноваций.	нальной деятельности	нальной деятельности		сти с использованием мультимедийных технологий, наличие документов по практике.
ПК-5 ПК-8 ПК-9	Знание технологического процесса предприятия. Знание технологии проведения экспертизы товаров. Знание информационных и технических инструментов оценки эффективности торгового технологического процесса предприятия.	Умение проведения экспертизы товаров. Умение оценки качества организации, осуществления и управления торгового технологическим процессом предприятия.	Навыки оптимизации торгового технологического процесса предприятия с целью повышения качества обслуживания и экономической эффективности деятельности. Навыки оптимизации торгового ассортимента предприятия.		3) «Удовлетворительно» - выполнение программы практики в неполном объеме или с ошибками, своевременная подготовка и защита отчёта по практике; подготовка доклада по отдельным направлениям деятельности без использования мультимедийных технологий, наличие документов по практике. 4) «Неудовлетворительно» - программа практики не выполнена, отчёт по практике не сдан в установленные учебным графиком сроки; доклад по оценке деятельности предприятия не подготовлен, отсутствие документов по практике.
1	2	3	4	5	6
ПК-6 ПК-7 ПК-11	Знание научных методов анализа состояния рынка. Знание основных методов оценки и прогнозирования эффективности деятельности предприятия. Знание процесса стратегического планирования.	Умение оценивать конъюнктуру рынка. Умение оценивать влияние внешней среды на стратегию развития предприятия. Умение оценки эффективности хозяйствования предприятия.	Навыки прогнозирования и моделирования конъюнктуры рынка. Навыки стратегического и тактического планирования. Навыки планирования результирующих показателей деятельности предприятия.	Отчёт по практике Собеседование с руководителем практики Доклад	Оценка по практике: 1) «Отлично» - выполнение программы практики в полном объеме, своевременная подготовка и защита отчёта по практике; подготовка комплексного доклада по деятельности предприятия с использованием мультимедийных технологий; наличие документов по практике. 2) «Хорошо» - выполнение программы практики в полном объеме с небольшими погрешностями (неточностями), своевременная подготовка и защита отчёта по практике; подготовка доклада по ряду направлений деятельности с использованием мультимедийных технологий, наличие документов по практике. 3) «Удовлетворительно» - выполнение программы практики в неполном объеме или с ошибками, своевременная подготовка и защита отчёта по
ПК-13					
ПК-14	Знание методологии подготовки учебно-методических и научных работ	Умение подготовки учебно-методических и научных трудов	Навыки проведения научных дискуссий и рецензирования публикаций		

					<p>практике; подготовка доклада по отдельным направлениям деятельности без использования мультимедийных технологий, наличие документов по практике.</p> <p>4) «Неудовлетворительно» - программа практики не выполнена, отчёт по практике не сдан в установленные учебным графиком сроки; доклад по оценке деятельности предприятия не подготовлен, отсутствие документов по практике.</p>
--	--	--	--	--	---