

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Петровская Анна Викторовна  
Должность: Директор  
Дата подписания: 25.07.2023 15:34:17  
Уникальный программный ключ:  
798bda6555fbd4ba827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6ac5a1f10c8c5199

*Приложение 3 к основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (профиль) программы «Коммерция»*



Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»  
КРАСНОДАРСКИЙ ФИЛИАЛ РЭУ им. Г.В.ПЛЕХАНОВА

УТВЕРЖДЕНО  
Протоколом заседания Совета  
Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова  
от «28» мая 2019 г. №11  
Председатель 



**Кафедра торговли и общественного питания**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
для студентов приема 2019 г.**

**Б1.В.ДВ.03.01.02 ИННОВАЦИИ В ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

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

**Уровень высшего образования Бакалавриат  
Программа подготовки академический бакалавриат**

**Рецензенты:**

Хохлова Т.П. к.э.н., доцент кафедры экономики и управления Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В.Плеханова

Жуков Б.М., д.э.н., профессор кафедры менеджмента и торгового дела Краснодарского кооперативного института автономной некоммерческой образовательной организации Центросоюза Российской Федерации «Российский университет кооперации»

**Аннотация рабочей программы дисциплины «Инновации в торговой деятельности»:**

**Целью** дисциплины «Инновации в торговой деятельности» является формирование у будущих специалистов комплекса знаний и практических навыков внедрения инновационных технологий в процесс организации и управления торговой деятельностью.

**Задачи дисциплины:**

- определить природу инноваций и причинно-следственную связь инновационных процессов в торговой деятельности;
- ознакомить студентов с инновациями, применяемыми в торговой деятельности предприятий;
- дать в концентрированном виде систему знаний и практических навыков в области инновационных методик и процедур организации деятельности торговых предприятий;
- ознакомить с видами инноваций и сферы их использования в торговле;
- расширить знания студентов в области использования инноваций коммерции, маркетинга, менеджмента, логистики и т.д.;
- изучить практические инструменты повышения инновационного потенциала торговых предприятий;
- раскрыть роль инновационной инфраструктуры в развитии товарных рынков;
- приобретение умений и навыков использования теоретических знаний в практических ситуациях, а также формирования необходимых для профессиональной деятельности компетенций.

Рабочая программа дисциплины составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта.

**Составитель:**

  
(подписи)

С.Н. Диянова, к.э.н., Н.И.Денисова, к.т.н., доценты кафедры торговли и общественного питания

Рабочая программа рекомендована к утверждению кафедрой торговли и общественного питания

Протокол от «28» марта 2019 г. № 8

Зав. КТП, к.э.н., доцент  С.Н. Диянова

Протокол заседания Учебно-методического совета от «18» 04 2019 г. № 6

СОГЛАСОВАНО



П.П. Шабанов, директор торгового центра  
ООО «Бауцентр Рус»

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.....</b>	<b>3</b>
<b>II. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>7</b>
<b>III. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....</b>	<b>10</b>
<b>IV. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>10</b>
<b>V. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>15</b>
<b>VI. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ.....</b>	<b>19</b>
<b>VII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>27</b>
<b>VIII. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.....</b>	<b>28</b>
<b>Лист регистрации изменений.....</b>	<b>34</b>

### **Приложения:**

Карта обеспеченности дисциплины учебными изданиями и иными информационно-библиотечными ресурсами

## I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

### 1.1 Цель дисциплины

Целью дисциплины «Инновации в торговой деятельности» является формирование у будущих специалистов комплекса знаний и практических навыков внедрения инновационных технологий в процесс организации и управления торговой деятельностью.

### 1.2 Учебные задачи дисциплины

Задачами дисциплины являются:

- определить природу инноваций и причинно-следственную связь инновационных процессов в торговой деятельности;
- ознакомить студентов с инновациями, применяемыми в торговой деятельности предприятий;
- дать в концентрированном виде систему знаний и практических навыков в области инновационных методик и процедур организации деятельности торговых предприятий;
- ознакомить с видами инноваций и сферы их использования в торговле;
- расширить знания студентов в области использования инноваций коммерции, маркетинга, менеджмента, логистики и т.д.;
- изучить практические инструменты повышения инновационного потенциала торговых предприятий;
- приобретение умений и навыков использования теоретических знаний в практических ситуациях, а также формирования необходимых для профессиональной деятельности компетенций.

### 1.3 Место дисциплины в структуре ОПОП ВО (основной профессиональной образовательной программы высшего образования)

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01.02 «Инновации в торговой деятельности» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана.

Дисциплина основывается на знаниях следующих дисциплин: «Маркетинг», «Коммерческая деятельность».

Для успешного освоения дисциплины «Инновации в торговой деятельности», студент должен:

1. **Знать:** нормативные документы в своей профессиональной деятельности; основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах, торгово-технологические процессы на предприятии, потребности покупателей товаров, спрос потребителей, необходимый уровень качества торгового обслуживания
2. **Уметь:** использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах, обобщать, анализировать, воспринимать информацию, пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, соблюдать действующие законодательства и требования нормативных документов, осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров, их формирование с помощью маркетинговых коммуникаций, выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение, обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания
3. **Владеть:** способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах, культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения, умением пользоваться нормативными документами в своей

профессиональной деятельности, способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью, способностью осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, способностью выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение, готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания

Изучение дисциплины «Инновации в торговой деятельности» необходимо для дальнейшего освоения таких дисциплин, как: «Мерчендайзинг», «Управление торговой организацией».

#### 1.4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Показатели объема дисциплины	Всего часов по формам обучения		
	Очная	Заочная	Очно-заочная
Объем дисциплины в зачетных единицах	5 ЗЕТ		
Объем дисциплины в часах	180		
Контактная работа обучающихся с преподавателем (Контакт. часы), всего	70,25	18,25	46,25
1. Аудиторная работа (Ауд), всего:	70	18	46
в том числе:			
лекции, в том числе интерактивные ( )	28 (12)	6 (4)	18 (6)
лабораторные занятия, в том числе интерактивные ( )	-	-	
практические (семинарские) занятия, в том числе интерактивные ( )	42 (12)	12 (4)	28 (8)
2. Электронное обучение (Элек.)	-	-	-
3. Индивидуальные консультации (ИК)	-	-	
4. Контактная работа по промежуточной аттестации (Катт)	-	-	-
5. Консультация перед экзаменом (КЭ)	-	-	-
6. Контактная работа по промежуточной аттестации в период экз. сессии (Катт)	0,25	0,25	0,25
Самостоятельная работа (СР) всего:	109,75	161,75	133,75
в том числе:			
самостоятельная работа в семестре (СРс)	109,75	158	133,75
самостоятельная работа на курсовую работу	-	-	-
самостоятельная работа в период экз. сессии (Контроль)	-	3,75	-

Контактная работа при проведении учебных занятий по дисциплине осуществляется в соответствии с приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 № 301 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

#### 1.5 Требования к результатам освоения содержания дисциплины

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие профессиональные компетенции:

**ПК-8** - готовностью обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания  
В результате освоения компетенции **ПК-8** студент должен:

**1. Знать:** основные инновационные элементы в организации процесса обслуживания покупателей на предприятиях торговли

**2. Уметь:** проводить оценку и повышать качество торгового обслуживания за счет инноваций

**3. Владеть:** способностью участвовать в разработке и внедрении инновационных технологий в торговой деятельности

**ПК-11** - способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)

В результате освоения компетенции **ПК-11** студент должен:

**1.Знать:** методы и средства инновационных технологий в торговой деятельности

**2.Уметь:** разрабатывать и внедрять инновационные технологии в торговой деятельности

**3.Владеть:** способностью участвовать в разработке и внедрении инновационных технологий в торговой деятельности

**ПК-13** - готовностью участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)

В результате освоения компетенции **ПК-13** студент должен:

**1.Знать:** основы разработки инновационных проектов в торговой деятельности

**2.Уметь:** участвовать в реализации инновационных проектов в области торговой деятельности

**3.Владеть:** навыками реализации инновационных проектов в торговой деятельности

## 1.6 Формы контроля

Текущий контроль (контроль самостоятельной работы студента-КСР) осуществляется в процессе освоения дисциплины лектором и преподавателем, ведущим семинарские и (или) практические занятия в соответствии с календарно-тематическим планом, в объеме запланированных в расчете педагогической нагрузки по дисциплине «Инновации в торговой деятельности» в виде следующих работ:

устный опрос;

оценка участие в дискуссии;

оценка выполнения реферата;

анализ кейс-ситуаций, ситуационных задач;

проверка тестовых заданий.

Промежуточная аттестация в б семестре – **зачет с оценкой**

Результаты текущего контроля и промежуточной аттестации формируют рейтинговую оценку работы студента. Распределение баллов при формировании рейтинговой оценки работы студента осуществляется в соответствии с «Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова». Распределение баллов по отдельным видам работ в процессе освоения дисциплины «Инновации в торговой деятельности» осуществляется в соответствии с разделом VIII.

## 1.7 Требования к адаптации учебно-методического обеспечения дисциплины для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Требования к адаптации учебно-методического обеспечения дисциплины для

обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов определены в «Положении об организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова». (<http://www.rea.ru>)

Набор адаптационных методов обучения, процедур текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации осуществляется исходя из специфических особенностей восприятия, переработки материала обучающимися с ограниченными возможностями здоровья с учетом рекомендаций медико-социальной экспертизы, программы реабилитации инвалида с учетом индивидуальных психофизических особенностей.

## II. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Содержание дисциплины «Инновации в торговой деятельности», описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования в процессе освоения ОПОП ВО представлено в таблице 2.1

Таблица 2.1

Наименование раздела дисциплины (темы)	Содержание	Формируемые компетенции	Образовательные технологии
<b>Семестр 6.</b>			
Тема 1. Теоретические и методологические основы инноваций в торговой деятельности	Инновация как экономическая категория. Понятие ин-новация, инновационный процесс, инновационный потенциал. Классификация инноваций. Виды инноваций и сферы их использования в торговле. Критерии оценки инновационного потенциала торговых предприятий.	ПК-13	Входной контроль, лекция, дискуссия; устный опрос, рефераты, самостоятельная работа студентов
Тема 2. Инвестиции как источник развития инновационной деятельности торгового предприятия	Экономическая и социальная эффективность инвестиций в инновационном развитии торговли. Инновационная деятельность как объект инвестирования. Источники и структура инвестиций в создание нововведений в торговле. Система финансирования инновационной деятельности торгового предприятия. Экономическая оценка инвестиций в инновационном развитии предприятий. Основные организационные формы финансирования. Основные риски инновационного проекта.	ПК-11	Лекция; устный опрос, рефераты; тесты, самостоятельная работа студентов
Тема 3. Совершенствование развития инновационной деятельности предприятий торговли.	Роль внедрения инноваций в торговле. Анализ инновационной деятельности в торговле. Основные задачи нововведений в торговле. Инновации в организации сетевой розничной торговли. Современные форматы розничной торговли и их торговая концепция. Особенности стратегии развития современных форматов в розничной торговле. Новые тенденции в российском ритейле. Инновационные процессы в оптовом комплексе и их влияние на развитие сферы торговли. Инновационная деятельность и их роль в интенсификации торгово-технологических процессов оптовой торговли. Основные тенденции в развитии оптового звена (кооперирование или концентрация, диверсификация). Прогрессивные типы оптовых предприятий. Новые направления механизации и автоматизации складов оптовой торговли. Внедрение IT – технологий на предприятия торговли	ПК-11	Интерактивная лекция; устный опрос; ситуационная задача с использованием кейс-метода, самостоятельная работа студентов



Тема 4. Инновационный подход в управлении торговой деятельностью	Системный подход в управлении торговой деятельностью предприятия. Система торговой деятельности предприятия во взаимодействии с внешней средой. Процессный подход в управлении торговой деятельностью предприятия. Моделирование торговых процессов деятельности на предприятиях торговли. Сущность и методология категорийного менеджмента. Маркетинговая стратегия торгового предприятия. Ассортиментная политика торгового предприятия на принципах категорийного менеджмента.	ПК-11	лекция; устный опрос, реферат, ситуационное задание с исп. кейс-метода; самостоятельная работа студентов
Тема 5. Состояние и перспективы развития внемагазинных форм продажи в России	Основные термины и классификация форм торговли вне торговых объектов. Классификация внемагазинных форм торговли. Анализ динамики, конкурентной среды и перспектив развития внемагазинной торговли в России. Прямые продажи. Торговля по почте. Интернет-торговля в России. Вендинговая торговля в России. Анализ конкурентной среды и проблем регулирования внемагазинной торговли.	ПК-8 ПК-13	Интерактивная лекция, устный опрос, рефераты, тест, самостоятельная работа студентов
Тема 6. Развитие клиентоориентированного подхода в работе торгового предприятия	Маркетинговый инструментарий повышения удовлетворенности клиентов торговых предприятий. Применение мерчандайзинга в сфере торговли. Сущность, требования и правила мерчандайзинга. Применения правил и принципов мерчандайзинга в торговой практике. CRM - технологии - управление взаимоотношениями с клиентами. Программы лояльности персонала торгового предприятия и покупателей. Формирование лояльности на основе реализации клиентоориентированного подхода в работе торгового предприятия на основе диверсификации.	ПК-11 ПК-13	интерактивная лекция; устный опрос; кейсы; тесты, самостоятельная работа студентов
Тема 7. Инновационные технологии в организации торговой деятельности	Развитие франчайзинговых моделей в современных условиях. Аутсорсинг или передача бизнес-процесса третьей стороне. Применение бенчмаркинга в розничной торговле. Эффективная организация ВТЛ, трейд-маркетинга и проведение различных видов промомероприятий.	ПК-11	Интерактивная лекция; устный опрос, кейс-ситуации, самостоятельная работа студентов

### III. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В процессе освоения дисциплины «Инновации в торговой деятельности» используются следующие образовательные технологии в виде контактной и самостоятельной работы:

#### 1. Стандартные методы обучения:

лекции;

практические занятия, на которых обсуждаются основные проблемы, раскрываемые в лекциях и сформулированные в домашних заданиях;

самостоятельная работа студентов, в которую входит освоение теоретического материала, подготовка к практическим занятиям, работа с литературой, подготовка рефератов.

#### 2. Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

- интерактивные лекции;

- анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода;

- дискуссия.

### IV. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 4.1 Литература

##### Основная литература:

1. Дашков Л.П., Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле) / Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К., Памбухчиянц О.В., - 12-е изд., перераб и доп. - М.: Дашков и К, 2019. - 456 с.: ISBN 978-5-394-02471-9 –

Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=358200>

2. Секерин В.Д. Инновационный маркетинг: Учебник / В.Д. Секерин. - М.: ИНФРА-М, 2016. - 237 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-011323-4

Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=222409>

3. Щербаков В.Н. Инвестиции и инновации: Учебник / Щербаков В.Н., Балдин К.В., Дубровский А.В. - М.: Дашков и К, 2020. - 658 с. ISBN 978-5-394-03904-1

Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=358134>

##### Нормативно-правовые документы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части первая, вторая, третья и четвертая. По состоянию на 02.10.2007 года. – М.: Кнорус, 2015. – 608 с. <https://znanium.com/read?id=282875>

2. Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28 декабря 2009 г. N 381-ФЗ. Принят Государственной Думой 18 декабря 2009 года. Одобрен Советом Федерации 25 декабря 2009 года. ред. от 29.08.2018. [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_95629/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/)

3. О защите прав потребителей» от 7 февраля 1992 г. №2300-1 (в редакции Федерального закона от 17 декабря 1999 г., ФЗ-212, с измен.и доп. ред. от 18.07.2019.). <https://znanium.com/read?id=78455>

4. Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 51303-2013 «Торговля. Термины и определения» (утв. приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 28 августа 2013 г. N 582-ст) (с изменениями и дополнениями) <http://docs.cntd.ru/document/1200108793>

5. Национальный стандарт РФ ГОСТ Р 51773-2009 "Услуги торговли. Классификация предприятий торговли" утв. [приказом](#) Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 15 декабря 2009 г. N771-ст) <http://docs.cntd.ru/document/1200079743>

6. Межгосударственный стандарт ГОСТ 17527-2003 «Упаковка. Термины и определения». Принят Межгосударственным Советом по стандартизации метрологии и сертификации, протокол (протокол N 24 от 5 декабря 2003 г.) <http://docs.cntd.ru/document/1200035676>

##### Дополнительная литература:

1. Горфинкель В.Я. Малый инновационный бизнес. Учебник. В.Я.Горфинкель, Т.Г. Попадюк. М.: Издательство: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2013. – 264 с. ISBN 978-5-9558-0245-9. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=284354>

2. Наумов В.Н. Стратегический маркетинг. Учебник. / В.Н.Наумов. М.: Издательство: ИНФРА-М, 2014. – 272 с. (Высшее образование: Магистратура) ISBN 978-5-16-009232-4. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=38424>

3. Основы коммерции: Учебное пособие / Г.А. Яковлев. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 224 с. – (Высшее образование: бакалавриат) ISBN 978-5-16-010331-0. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=223444>

4. Инновационная деятельность предприятия: Учебник / А.Ф. Наумов, А.А. Захарова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 256 с.: (Высшее образование: Бакалавриат). ISBN 978-5-16-009521-9. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=134773>

5. Антонов И. Ю. Стратегия и методология инновационного развития: зарубежный и отечественный опыт. Монография. / И.Ю.Антонов. М.: Издательство: Дашков и К, 2013. – 159 с. ISBN 978-5-394-02403-0 Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=28591>

Карта обеспеченности дисциплины учебными изданиями и иными информационно-библиотечными ресурсами представлена в приложении А.

#### **4.2 Перечень информационно-справочных систем**

1. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» <http://www.consultant.ru/>
2. Информационно-правовая система «Гарант» <http://garant.ru>
3. Информационно-правовая система «Законодательство России» <http://pravo.gov.ru/ips/>
4. Правовая справочно-консультационная система «Кодексы и законы РФ» <http://kodeks.systems.ru>

#### **4.3 Перечень электронно- образовательных ресурсов**

1. Электронно-библиотечная система «Znanium.com» <http://znanium.com>
2. Электронно-библиотечная система «ЮРАЙТ» <http://www.biblio-online.ru>
3. Электронно-библиотечная система BOOK.ru <http://www.book.ru>
4. Электронно-библиотечная система «Лань» <http://www.e.lanbook.com>
5. «Университетская библиотека online» <http://www.biblioclub.ru>
6. Электронно-библиотечная система «Grebennikon» <http://grebennikon.ru>
7. Электронно-библиотечная система «ИНФРА-М» <http://znanium.com>
8. Видеолекции НПР Краснодарского филиала <http://vrgteu.ru/course/view.php?id=6680>

#### **4.4 Перечень профессиональных баз данных**

1. База данных PATENTSCOPE <https://patentscope.wipo.int/search/ru/search.jsf>
2. Стандарты и регламенты (Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии Росстандарт) <http://www.gost.ru>
3. РАГС – Российский архив государственных стандартов, строительных норм и правил информационная система <http://www.rags.ru/gosts/2874> Крупнейший российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования [elibrary.ru](http://elibrary.ru) <http://elibrary.ru>

#### **4.5 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. Официальный сайт Министерства экономического развития <http://economy.gov.ru/minec/main>
3. Официальный сайт Министерства экономики Краснодарского края <http://economy.krasnodar.ru/>
4. Российский статистический ежегодник [http://www.gks.ru/bgd/regl/b18\\_13/Main.htm](http://www.gks.ru/bgd/regl/b18_13/Main.htm)
5. Научно-образовательный портал «Экономика и управление на предприятии». БИБЛИОТЕКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ <http://www.eup.ru>
7. Сайт «Компьютерная поддержка учебно-методической деятельности филиала» <http://vrgteu.ru>
8. Энциклопедиум [энциклопедии, словари, справочники] - справочный портал <http://enc.biblioclub.ru>
9. КиберЛенинка - научная электронная библиотека (журналы) <http://cyberleninka.ru/>
10. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) - тематическая электронная библиотека и база данных для исследований и учебных курсов <http://www.uirussia.msu.ru/>

11. Союз «Краснодарская торгово-промышленная палата» - . <http://www.tppkuban.ru>
12. Электронный журнал для потребителей «СПРОС» - [www.spros.ru](http://www.spros.ru) .
13. Официальный сайт Общества защиты прав потребителей - <http://www.ozpp.ru/>
14. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» - [www. dis. Ru](http://www.dis.Ru), <http://www.mavriz.ru/>

#### **4.6 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения**

1. Операционная система Windows 10
2. Пакет прикладных программ Office Professional Plus 2010 Rus,
3. Антивирусная программа Касперского Kaspersky Endpoint Security для бизнеса-Расширенный Rus Edition, PeaZip, Adobe Acrobat Reader DC

#### **4.7 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Задания для организации самостоятельной работы представлены на сайте компьютерной поддержки учебной деятельности Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова в «Методическом пособии по проведению практических занятий с использованием интерактивных методов обучения и организации самостоятельной работы» по дисциплине «Инновации в торговой деятельности». Режим доступа: <http://vrgteu.ru>.

Пример заданий по организации самостоятельной работы студента.

### **Тема 1. Теоретические и методологические основы инноваций в торговой деятельности**

**Литература: О-2, О-3, НТД-2, НТД-5, Д-4, Д-6.**

#### **Вопросы для собеседования:**

1. Какую роль играют инновации в современной экономике?
2. Сформулируйте общенаучное понятие «инновация».
3. Какие функции выполняют инновации?
4. Что собой представляет инновационный процесс?
5. Дайте разграничение понятий «новшества» и «инновации».
6. Можно ли считать инновацией любое изменение технологических процессов или выпускаемой предприятием продукции?
7. Что такое инновация? Какими преимуществами обладают инновационные компании?
8. Приведите примеры инновационной деятельности.

#### **Вопросы для самопроверки**

1. Что понимается под инновационной деятельностью предприятия?
2. Как выглядит структура инновационного процесса?
3. Какие типы инноваций существуют в торговле?
4. Что собой представляет инновационный потенциал предприятия?

#### **Тематика рефератов**

1. Сущность и классификация инноваций.
2. Значение инноваций в деятельности торгового предприятия.
3. Роль научно-технических нововведений или инноваций как источник экономического роста торговых предприятий.
4. Характеристика российского рынка инноваций в торговле в современных условиях

### **Тема 2. Инвестиции как источник развития инновационной деятельности торгового предприятия**

**Литература: О-1, О-3, НТД-5, Д-2, Д-4.**

**Вопросы для самопроверки:**

1. Назовите факторы, влияющие на уровень инвестиций торгового предприятия.
2. Перечислите основные условия инвестиционной деятельности торгового предприятия.
3. Укажите этапы формирования процесса инвестирования торгового предприятия?
4. Как инвесторы принимают решения о реализации инновации?
5. С чем связаны основные риски инновационного проекта?

**Вопросы и задания для самостоятельной работы:**

1. Изучить источники и структура инвестиций в торговле
2. Основные организационные формы финансирования.
3. Создание сетевой модели ведения бизнеса в торговле.
4. Инновации в организации сетевой розничной торговли.
5. Инновации в механизации и автоматизации транспортно – складских работ.

**Тематика рефератов:**

1. Основные направления инновационной политики в торговых предприятиях.
2. Виды инноваций и сферы их использования в торговле.
3. Нововведения в организации услуг розничной торговли

**Тема 3. Совершенствование развития инновационной деятельности предприятий торговли**

**Литература: О-1, О-3; Д-1, Д-3; НПД-1, НПД-5.**

**Вопросы для самопроверки:**

1. Роль внедрения инноваций в торговле. Анализ инновационной деятельности в торговле.
2. Основные задачи нововведений в торговле.
3. Особенности стратегии развития современных форматов в розничной торговле.
4. Инновационная деятельность и ее роль в интенсификации торгово-технологических процессов оптовой торговли.
5. Основные тенденции в развитии оптового звена (кооперирование или концентрация, диверсификация).

**Вопросы для собеседования:**

1. Назовите факторы, влияющие на уровень инвестиций торгового предприятия.
2. Перечислите основные условия инвестиционной деятельности торгового предприятия.
3. Укажите этапы формирования процесса инвестирования торгового предприятия?
4. Современные форматы розничной торговли и их торговая концепция.

**Тематика рефератов:**

1. Основные тенденции в развитии оптового звена: концентрация и диверсификация.
2. Процессы концентрации и кооперации в торговле.
3. Инновационные процессы в области организации оптовой торговли.
4. Инновационные процессы в области финансово-экономического обеспечения деятельности предприятий оптовой торговли.
5. Развитие сети предприятий оптовой торговли современных форматов.

**Тема 5. Состояние и перспективы развития внемагазинных форм продажи в России**

**Литература: О-1, О-3, Д-2, Д-6.**

**Вопросы для обсуждения**

1. Магазинные и внемагазинные формы продажи товаров.
2. Организация размещения и выкладки товаров в магазине
3. Организация и технология розничной продажи товаров.

4. Охарактеризуйте виды услуг, предоставляемых населению в современном магазине
5. Что вы понимаете под торгово-технологическим процессом магазина?

### **Тематика рефератов**

1. Внемагазинные формы торговли в России.
2. Прямые продажи в России.
3. Торговля по почте в России.
4. Интернет торговля в России.
5. Развитие вендинговой торговли в России.

## **Тема 6. Развитие клиентоориентированного подхода в работе торгового предприятия**

**Литература: О-1, О-2, Д-2, Д-6.**

### **Вопросы для обсуждения**

1. Применение мерчандайзинга в сфере торговли.
2. В чем заключается сущность, требования и правила мерчандайзинга.
3. Как применяются правила и принципы мерчандайзинга в торговой практике.
4. Как разрабатываются программы лояльности персонала торгового предприятия и покупателей.
5. В чем заключается формирование лояльности на основе реализации клиентоориентированного подхода в работе торгового предприятия

### **Вопросы для самопроверки:**

1. Что собой представляет ВТЛ-услуги? Назовите направления из развития.
2. Выделите особенности мерчандайзинга в торговых предприятиях различных видов и типов. 3. Назовите причины появления мерчандайзинга на российском рынке.
4. Назовите отличия мерчандайзинга от традиционных технологий продаж.

### **Тематика рефератов**

1. Инновационные процессы в области технологии оптовой торговли.
2. Инновационные процессы в области технологии розничной торговли.
3. Формирование лояльности на основе реализации клиентоориентированного подхода в работе торгового предприятия.
4. Разработка программы лояльности персонала торгового предприятия и покупателей.

## **Тема 7. Инновационные технологии в организации торговой деятельности**

**Литература: О-1,О-2; Д-1, Д-4; Д-5.**

### **Вопросы для обсуждения**

1. Дайте определение «франшиза» и «франчайзинговая система».
2. Назовите формы франчайзинга.
3. Расскажите о сущности регионального франчайзинга и субфранчайзинга. В чем различия.
4. Назовите виды франчайзинга и дайте определения каждого вида.
5. Какие виды аутсоринга Вы знаете?
6. Расскажите о преимуществах и недостатках аутсоринга.
7. Перечислите направления и этапы процесса бенчмаркинга.

### **Вопросы для самопроверки:**

1. Что является объектом франчайзинга и их признаки
2. Дайте характеристику субъектам франчайзинга: франчайзер, франчайзи.
3. Назовите основные принципы аутсорсинга
4. В каких целях используется бенчмаркинг?
5. Что собой представляет трейд-маркетинг.

6. Дайте понятие BTL- услуги.

### **Тематика рефератов**

1. Развитие франчайзинговых моделей в современных условиях.
2. Аутсорсинг или передача бизнес-процесса третьей стороне.
3. Применение бенчмаркинга в розничной торговле.
4. Организации трейдмаркетинговых и BTL- мероприятий

Учебно-методические материалы для самостоятельной и аудиторной работы обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

Для лиц с нарушениями зрения: в форме электронного документа; в печатной форме увеличенным шрифтом.

Для лиц с нарушениями слуха и нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

### **4.8 Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Для реализации дисциплины «Инновации в торговой деятельности» используются учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, оборудованные учебно-наглядными пособиями, для занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду филиала.

Освоение дисциплины лицами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения с учетом рекомендаций медико-социальной экспертизы, программы реабилитации инвалида с учетом индивидуальных психофизических особенностей на основании заявления студента.

## V. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Тематический план изучения дисциплины «Инновации в торговой деятельности» для студентов **очной формы обучения** представляет содержание учебной дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием часов и видов занятий, контактной и самостоятельной работы, формы контроля, таблица 5.1

Таблица 5.1

Наименование разделов и тем	Контактная работа /контактные часы									Самостоятельная работа*			Формы текущего контроля (КСР)	
	Аудиторные часы						Индивидуальная консультация <b>ИК</b>	Контактная работа по промежуточной аттестации, <b>Катт</b>	Консультация перед экзаменом, <b>КЭ</b>	Контактная работа по промежуточной аттестации и в период экз. сессии, <b>Катт</b>	формы	в семестре, час		контроль /СР в сессию
	лекции	практические занятия	лабораторные работы	всего	в т.ч. интерактивные формы /часы									
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>
Тема 1. Теоретические и методологические основы инноваций в торговой деятельности	2	4	-	6	-	Дис-2	-	-	-	-	Лит.	9	-	Входной контроль, устный опрос, тесты, дискуссия
Тема 2. Инвестиции как источник развития инновационной деятельности торгового предприятия	4	4	-	8	-	-	-	-	-	-	Лит.	10	-	устный опрос, рефераты; тесты
Тема 3. Совершенствование развития инновационной деятельности предприятий торговли.	6	8	-	14	И.Л.-4	КС-2	-	-	-	-	Лит.	22	-	устный опрос: творческое задание; рефераты; ситуационная задача с использованием кейс-метода
Тема 4. Инновационный подход в управлении торговой деятельностью	2	6	-	8	-	КС-2	-	-	-	-	Лит.	12	-	собеседование, кейс; реферат
Тема 5. Состояние и перспективы развития внемагазинных форм продажи в России	4	6	-	10	И.Л.-2	-	-	-	-	-	Лит.	18	-	устный опрос, рефераты, тесты



Тема 6. Развитие клиентоориентированного подхода в работе торгового предприятия	4	6	-	10	И.Л.-2	КС-2	-	-	-	-	Лит	18	устный опрос; кейсы; тесты
Тема 7. Инновационные технологии в организации торговой деятельности	6	8	-	14	И.Л.-4	Дис. 2 КС - 2	-	-	-	-	Лит.	20,75	устный опрос с эл. дискуссии, кейсы
<b>Итого:</b>	<b>28</b>	<b>42</b>	<b>-</b>	<b>70</b>	12	12	-	-	-	-		<b>109,75</b>	
<b>Зачет с оценкой</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	<b>0,25</b>	-	-	-
<b>Всего по дисциплине</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>70</b>	-	-	-	-	-	<b>0,25</b>	-	<b>109,75</b>	

Тематический план дисциплины «Инновации в торговой деятельности» для студентов **заочной формы** обучения представляет содержание учебной дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием часов и видов занятий, контактной и самостоятельной работы, формы контроля, таблица 5.2.

Таблица 5.2

Наименование разделов и тем	Контактная работа /контактные часы										Самостоятельная работа*			Формы текущего контроля (КСР)
	Аудиторные часы						Индивидуальная консультация ИК	Контактная работа по промежуточной аттестации, Катт	Консультация перед экзаменом, КЭ	Контактная работа по промежуточной аттестации в период. сессии, Катт	формы	в семестре, час	контроль /СР в сессию	
	лекции	практические занятия	лабораторные работы	всего	в т.ч. интерактивные формы /часы									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Тема 1. Теоретические и методологические основы инноваций в торговой деятельности	1	2	-	3	-	-	-	-	-	-	Лит	22	-	Устный опрос
Тема 2. Инвестиции как источник развития инновационной деятельности торгового предприятия	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	Лит	16	-	Устный опрос
Тема 3. Совершенствование развития инновационной	2	2	-	4	И.Л.-2	-	-	-	-	-	Лит	30	-	Устный опрос

деятельности предприятий торговли.														
Тема 4. Инновационный подход в управлении торговой деятельностью	-	1	-	1	-	КС-2	-	-	-	-	Лит	16	-	Устный опрос
Тема 5. Состояние и перспективы развития внемагазинных форм продажи в России	2	2	-	4	И.Л.-2	-	-	-	-	-	Лит	28	-	Устный опрос
Тема 6. Развитие клиентоориентированного подхода в работе торгового предприятия		2	-	2	-	КС-2	-	-	-	-	Лит	20	-	Устный опрос
Тема 7. Инновационные технологии в организации торговой деятельности	1	2	-	3	-	-	-	-	-	-	Лит	26	-	Устный опрос, КР
<b>Итого:</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	<b>-</b>	<b>18</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>		<b>158</b>		
<b>Зачет с оценкой</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0,25</b>	<b>-</b>	<b>3,75</b>	<b>-</b>	<b>-</b>		
<b>Всего по дисциплине</b>	<b>-</b>	<b>-</b>		<b>18</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0,25</b>	<b>-</b>	<b>3,75</b>	<b>-</b>	<b>158</b>		

Тематический план изучения дисциплины «Инновации в торговой деятельности» для студентов **очно-заочной формы** обучения представляет содержание учебной дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием часов и видов занятий, контактной и самостоятельной работы, формы контроля, таблица 5.3

Таблица 5.3

Наименование разделов и тем	Контактная работа /контактные часы									Самостоятельная работа*			Формы текущего контроля (КСР)	
	Аудиторные часы						Индивидуальная консультация <b>ИК</b>	Контактная работа по промежуточной аттестации, <b>Катт</b>	Консультация перед экзаменом, <b>КЭ</b>	Контактная работа по промежуточной аттестации и в период экз. сессии, <b>Катт</b>	Формы	в семестре, час		контроль /СР в сессию
	лекц	практические занятия	лабораторные работы	всего	в т.ч. интерактивные формы /часы									
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>
Тема 1. Теоретические и методологические основы	1	2	-	3	-	Дис-1	-	-	-	-	Лит	20	-	устный опрос, тесты, дискуссия.

иннова-ций в торговой деятельности														
Тема 2. Инвестиции как источник развития инновационной деятельности торгового предприятия	1	2	-	3	-.	Дис-1	-	-	-	-	Лит	15,75	-	устный опрос, рефераты; тесты
Тема 3. Совершенствование развития инновационной деятельности предприятий торговли.	2	6	-	8	И.Л.-4	КС - 2	-	-	-	-	Лит	20	-	устный опрос; рефераты; творческое задание, ситуационная задача с использованием кейс-метода
Тема 4. Инновационный подход в управлении торговой деятельностью	2	4	-	6	-	КС-2	-	-	-	-	Лит	16	-	кейс; реферат устный опрос
Тема 5. Состояние и перспективы развития внемагазинных форм продажи в России	2	4	-	6	И.Л.-2	-	-	-	-	-	Лит	24	-	устный опрос, рефераты, тесты
Тема 6. Развитие клиентоориентированного подхода в работе торгового предприятия	4	2	-	6	-	КС-1	-	-	-	-	Лит	18	-	устный опрос; кейсы; тесты
Тема 7. Инновационные технологии в организации торговой деятельности	6	8	-	14	-	КС-1	-	-	-	-	Лит	20	-	Устный опрос с элементами дискуссии, кейсы
<b>Итого:</b>	<b>18</b>	<b>28</b>	<b>-</b>	<b>46</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>		<b>133,75</b>		
<b>Зачет с оценкой</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0,25</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	
<b>Всего по дисциплине</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>46</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0,25</b>	<b>-</b>	<b>133,75</b>		<b>-</b>

\*

Формы самостоятельной работы и затраты времени студентов на самостоятельное выполнение конкретного содержания учебного задания по дисциплине «Инновации в торговой деятельности» определены в «Методическом пособии по организации самостоятельной работы» для студентов направления подготовки программы бакалавриата 38.03.06 Торговое дело направленность (профиль) Коммерция, представленного на сайте КФ РЭУ Г.В. Плеханова «Компьютерная поддержка учебно-методической деятельности Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова» режим доступа - <http://vrgteu.ru/>.

Затраты времени на самостоятельное выполнение конкретного содержания учебного задания определяются преподавателем, ведущим занятия по дисциплине, эмпирически.

Сокращения, используемые в тематическом плане изучения дисциплины, таблица 5.4

Таблица 5.4

Сокращение	Вид работы
Лит	Работа с литературой
И.л.	Интерактивная лекция
Дис	Дискуссия
КС	Кейс-ситуация
КР	Контрольная работа

## VI. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд оценочных средств по дисциплине «Инновации в торговой деятельности» разработаны в соответствии с требованиями Положения «О фонде оценочных средств в ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова». Оценочные и методические материалы хранятся на кафедре, обеспечивающей преподавание данной дисциплины.

Планируемые результаты обучения студентов по дисциплине «Инновации в торговой деятельности» представлены в разделе II «Содержание дисциплины».

Типовые контрольные задания по дисциплине «Инновации в торговой деятельности», необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы включают в себя:

**Диагностическое тестирование входного контроля уровня подготовки обучающихся или уровня профессиональной подготовки обучающихся в процессе изучения смежных дисциплин**

**1. Рынок, на котором спрос превышает предложение - это:**

- а) рынок производителя
- б) рынок посредника
- в) рынок продавца
- г) рынок покупателя

**2. Организационная структура представляет собой:**

- а) создание условий для эффективной работы сотрудников
- б) подбор специалистов, распределение задач, прав и ответственности, создание условий для эффективной работы сотрудников, организацию взаимодействия службы с другими подразделениями
- в) подбор специалистов, организацию взаимодействия службы с другими подразделениями
- г) руководство компании не интересуется организационной структурой, самое главное результат.

**3. В настоящее время двойственная природа маркетинга проявляется в том, что он выступает как:**

- а) отдельная функция менеджмента
- б) важная функция менеджмента
- в) философия управления организацией и как функция
- г) рыночный принцип

**4. Как функция маркетинг представляется:**

- а) движущей силой в успешных организациях

- б) концентрацией внимания на потребителе и эксплуатацией конкурентного преимущества
- в) набором рыночных инструментов и технологий, используемых организацией в работе на рынке
- г) рыночной концепцией управления

### 5. Проанализируйте следующие определения:

- А. Маркетинговое исследование для определения проблемы – маркетинговое исследование, предпринимаемое, чтобы помочь решить конкретные маркетинговые проблемы.
- Б. Процесс маркетингового исследования – это последовательность этапов в разработке, реализации исследовательского проекта
- а) А и Б – верно
- б) А – верно, Б – неверно

**2. Курсовая работа** по дисциплине «Инновации в торговой деятельности» учебным планом не предусмотрена.

### 2. Вопросы к зачету с оценкой

Номер вопроса	Перечень вопросов зачету с оценкой
1.	Экономическая и социальная эффективность инвестиций в инновационное развитие торговли.
2.	Виды инноваций и сферы их использования в торговле
3.	Понятие инновация, инновационный процесс, инновационный потенциал.
4.	Понятие инновация, инновационный процесс, инновационный потенциал.
5.	Классификация инноваций.
6.	Критерии оценки инновационного потенциала торговых предприятий.
7.	Инновационная деятельность как объект инвестирования.
8.	Источники и структура инвестиций в создание нововведений в торговле
9.	Система финансирования инновационной деятельности торгового предприятия.
10.	Экономическая оценка инвестиций в инновационном развитии предприятий
11.	Основные организационные формы финансирования.
12.	Основные риски инновационного проекта.
13.	Роль внедрения инноваций в торговле.
14.	Анализ инновационной деятельности в торговле
15.	Основные задачи нововведений в торговле.
16.	Инновации в организации сетевой розничной торговли
17.	Современные форматы розничной торговли и их торговая концепция.
18.	Особенности стратегии развития современных форматов в розничной торговле
19.	Новые тенденции в российском ритейле.
20.	Инновационные процессы в оптовом комплексе и их влияние на развитие сферы торговли.
21.	Инновационная деятельность и их роль в интенсификации торгово-технологических процессов оптовой торговли.
22.	Основные тенденции в развитии оптового звена (кооперирование или концентрация, диверсификация).
23.	Прогрессивные типы оптовых предприятий
24.	Новые направления механизации и автоматизации складов оптовой торговли
25.	Внедрение IT – технологий на предприятия торговли.
26.	Системный подход в управлении торговой деятельностью предприятия
27.	Процессный подход в управлении торговой деятельностью предприятия
28.	Моделирование торговых процессов деятельности на предприятиях торговли
29.	Сущность и методология категорийного менеджмента
30.	Маркетинговая стратегия и ассортиментная политика торгового предприятия

31.	Ассортиментная политика торгового предприятия на принципах категорийного менеджмента.
32.	Классификация внемагазинных форм торговли
33.	Анализ динамики, конкурентной среды и перспектив развития внемагазинной торговли в России.
34.	Прямые продажи. Торговля по почте
35.	Интернет-торговля в России. Вендинговая торговля в России.
36.	Анализ конкурентной среды и проблем регулирования внемагазинной торговли.
37.	Маркетинговый инструментарий повышения удовлетворенности клиентов торговых предприятий
38.	Применение мерчандайзинга в сфере торговли.
39.	Применения правил и принципов мерчандайзинга в торговой практике
40.	CRM - технологии - управление взаимоотношениями с клиентами.
41.	Сущность, требования и правила мерчандайзинга.
42.	Программы лояльности персонала торгового предприятия и покупателей.
43.	Формирование лояльности на основе реализации клиентоориентированного подхода в работе торгового предприятия.
44.	Эффективная организация ВТЛ, трейд-маркетинга и проведение различных видов промомероприятий.
45.	Применения комплекса маркетинга для повышения удовлетворенности клиентов торговых предприятий.
46.	Применение мерчандайзинга в сфере торговли.
47.	Развитие франчайзинговых моделей в современных условиях.
48.	Аутсорсинг или передача бизнес-процесса третьей стороне.
49.	Применение бенчмаркинга в розничной торговле
50.	Инновационные технологии в организации торговой деятельности
51.	Этапы финансирования инновационной деятельности торгового предприятия.
52.	Особенности стратегии развития современных форматов в розничной торговле
53.	Применения правил и принципов мерчандайзинга в торговой практике
54.	Применения комплекса маркетинга для повышения удовлетворенности клиентов торговых предприятий.
55.	Понятие риска в инновационном процессе
56.	Жизненный цикл нововведений: фазы, стадии, этапы.
57.	Государственное регулирование инновационных процессов.
58.	Виды риска.
59.	Направления инновационной маркетинговой деятельности
60.	Критерии сегментации рынка товаров

### Практические задания к зачету с оценкой

1.	Под термином "инновация" понимают: а) реализованный на рынке результат деятельности по созданию нового продукта, новой услуги или новой технологии; б) коммерциализированное новшество; в) внедрение, освоение и сбыт новой продукции, технологии, услуги.
2.	Базовые инновации: а) основаны на научных открытиях и крупных изобретениях; б) основаны на совершенствовании имеющейся техники и технологии; в) предназначены для расширения номенклатуры уже имеющихся товаров и услуг; г) способствуют переходу к новому технологическому укладу.
3.	Коммерциализация новшества представляет собой: а) процесс реализации новой продукции; б) патентование новой идеи, открытия; в) процесс доведения новшества до рынка; г) процесс выдачи лицензии на использование промышленной собственности.

4.	<p>Выберите перечень основных направлений инновационной деятельности:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) научные знания, маркетинг, персонал, транспорт, связь;</li> <li>б) новые продукты, новые услуги, новые рынки сбыта, новое качество труда, новые поставщики;</li> <li>в) новые знания, новые продукты, новые технологии, новые рынки сбыта, новые услуги, изменения в сфере управления.</li> </ul>
5.	<p>Описание ситуации: Сегодня, технологии, развиваясь, постоянно пересекаются. Все чаще кардинальным образом индустрию и ее технологии изменяют технологические новинки, о которых специалисты данной индустрии имеют самое общее представление. Сплошь и рядом эти «чужие» технологии заставляют специалистов изучать, приобретать, применять и изменять не только технологические знания, но и само отношение, общий подход к своей деятельности. Вопрос: Какие примеры этих технологий вы можете привести?</p>
6.	<p>Период времени, охватывающий жизненный цикл инновации:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) от создания новшества до его потребления;</li> <li>б) от начала проектирования новшества до момента освоения его в производстве;</li> <li>в) от зарождения идеи у новатора до освоения и использования инновации у потребителя-инноватора;</li> <li>г) от фундаментальных научных исследований до завершения периода эксплуатации;</li> <li>д) от начала научных исследований до завершения периода массового производства.</li> </ul>
7.	<p>Четвертая стадия жизненного цикла продуктовой инновации:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) НИОКР по созданию продукта;</li> <li>б) технологическая подготовка и организация серийного производства продукта;</li> <li>в) масштабный выпуск продукта;</li> <li>г) снижение объемов выпуска и прекращение производства продукта;</li> <li>д) доминирование продукта на рынке.</li> </ul>
8.	<p>Схематически изобразите возможные модификации жизненного цикла продукта и технологии:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) бум;</li> <li>б) провал;</li> <li>в) пиковый (увлечение, фетиш);</li> <li>г) продолжительное увлечение;</li> <li>д) повторный цикл (возобновление, ностальгия);</li> <li>е) гребешковый (сезонность или мода);</li> <li>ж) "Плодотворная" технология;</li> <li>з) "Изменчивая" технология.</li> </ul>
9.	<p>Какие группы новшеств (по содержанию) принято выделять в инноватике?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) технические;</li> <li>б) технологические;</li> <li>в) экономические;</li> <li>г) управленческие;</li> <li>д) организационные;</li> <li>е) финансовые;</li> <li>ж) социальные.</li> </ul>
10.	<p>Сколько пачек мороженого следует продать для покрытия издержек обращения, если на аренду киоска в месяц тратится 3 тыс. руб., заработную плату продавцу 2 тыс. руб., продается в месяц 4000 пачек мороженого по цене 6 руб. за пачку при цене закупки 4 руб.? Какую прибыль при этом получит предприниматель за месяц?</p>
11.	<p>Инновационная идея - это:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>а) предложение нового проекта, которое после технико-экономического обоснования может превратиться в инновацию;</li> <li>б) научно-техническое решение какой-либо проблемы, способствующее развитию системы научного знания;</li> </ul>

	в) постановка и решение определенной социально-экономической проблемы человечества.
12.	Что необходимо для быстрого распространения инновации: а) сплоченный творческий коллектив; б) наличие идей; в) развитая инфраструктура.
13.	Рассчитайте, на сколько процентов увеличится объем рынка товара, если рост объема продаж составил 20 % и средних цен 10 %. Насколько процентов Вы можете увеличить свою долю на рынке, если Вам предлагается увеличить свою долю рынка в 1,2 раза
14.	Первая стадия жизненного цикла инновации: а) освоение (внедрение) новшества; б) потребление новшества (включая обновление другой продукции или технологии); в) создание новшества; г) коммерциализация новшества (выведение на рынок); д) приобретение новшества потребителем.
15.	Закончите фразу: продвижение инновации - комплекс мер, направленных на ...
16.	Что является основным показателем, свидетельствующим о наступлении первой фазы жизненного цикла товара? а) окончание исследований и разработок по созданию нововведения-продукта; б) завершение испытаний опытного образца; в) заполнение товаром свободной рыночной ниши; г) стабилизация объемов производимой продукции; д) технологическое освоение масштабного производства новой продукции
17.	Новые технологии Телефонная компания Bell не смогла оценить реальную ценность созданного её учёными крупного изобретения – транзистора. И хотя телефонная кампания использовала изобретение в своей работе, основное применение транзисторам нашлось в других отраслях, связанных с электроникой. В то же время технологии, коренным образом изменившие телефонную связь, появились в отраслях, не связанных с телефонной связью. Вопрос: в каких?
18.	Инновационная идея - это: А) предложение нового проекта, которое после технико-экономического обоснования может превратиться в инновацию; Б) научно-техническое решение какой-либо проблемы, способствующее развитию системы научного знания; В) постановка и решение определенной социально-экономической проблемы человечества.
19.	Приоритетные направления развития науки, технологий и техники Российской Федерации утверждаются: а) Правительством РФ; б) Президентом РФ; в) Советом Федерации
20.	Что такое "жизненный цикл инновации"? Назовите этапы жизненного цикла продуктовой и технологической инновации.
21.	Характеристики бизнес-инкубаторов: а) комплексная программа поддержки бизнеса, отвечающая требованиям вновь создаваемых предприятий; б) наличие производственных площадей строго регламентированного размера; в) руководство бизнес-инкубатора должно обладать навыками по развитию вновь создаваемого предприятия.
22.	Задачи бизнес-инкубаторов: а) превращение новых технологий, разработанных университетами, лабораториями или исследовательскими институтами, в источник прибыли; б) восстановление экономики отстающих областей путем повышения благосостояния жителей данной области; в) проведение мероприятий по ускорению темпов воспроизводства основных фондов на предприятиях региона;



	<p>г) обеспечение возможности для получения финансовой прибыли по инвестициям в новые компании;</p> <p>д) увеличение численности студентов в регионе.</p>
23.	Перечислите основные свойства инновационной организации.
24.	<p>Инновационная деятельность это:</p> <p>а) деятельность, связанная с осознание потребности или возможности изменений, поиск и разработка новшества;</p> <p>б) вид деятельности, непосредственно связанный с получением, воспроизводством новых научных, научно-технических знаний и их реализацией в материальной сфере экономики; в) сертификация наукоемкой продукции, предоставление осваивающим и производящим ее предприятиям услуг в области стандартизации и контроля качества</p>
25.	<p>Что не является препятствием для успешной инновационной деятельности крупных организаций:</p> <p>а) сложность иерархической структуры;</p> <p>б) увеличения объема денежных средств;</p> <p>в) сопротивление переменам;</p> <p>г) ориентация на сбалансированное достижение высокого уровня показателей работы во всех организационных звеньях.</p>
26.	<p>Основное свойство нововведений – это</p> <p>а) совместимость со сложившейся практикой и технологической структурой</p> <p>б) новизна</p> <p>в) преимущества по сравнению с традиционными решениями</p>
27.	<p>Какую стратегию использует предприятие, имеющее сильную рыночную технологическую позицию?</p> <p>а) оборонительную;</p> <p>б) имитационную;</p> <p>в) наступательную</p>
28.	<p>Совокупность ресурсов, которые могут быть использованы для реализации инновационной политики, – это</p> <p>а) инновационный потенциал организации</p> <p>б) инновационная стратегия организации</p> <p>в) инновационная политика организации</p>
29.	<p>Система, ориентированная на внедрение новшеств с использованием мероприятий в рамках стандартного маркетингового комплекса, – это</p> <p>а) инновационный проект</p> <p>б) инновационная стратегия</p> <p>в) инновационный маркетинг</p>
30.	<p>На российском рынке получает развитие сеть торговых домов. Примером может служить сеть на рынке кондитерских изделий, объединения ОАО Кондитерский концерн «Бабаевский», объединяющий сеть торговых домов в Казани, Красноярске, Мурманске, Омске, Оренбурге и др. городах.</p> <p>Вид интеграции:</p> <p>а) при создании торгового дома, как формата интегрированной организации;</p> <p>б) при объединении торговых домов в концерн.</p> <p>Определите тип торговых домов, входящих в кондитерский концерн по характеру деятельности</p>

#### 4 Типовые задания к практическим занятиям

##### Тематика рефератов и докладов:

1. Инновационные процессы в области технологии оптовой торговли.
2. Внемагазинные формы торговли в России.
3. Интернет торговля в России.
4. Развитие вендинговой торговли в России.

5. Основные направления инновационной политики в торговых предприятиях.
6. Виды инноваций и сферы их использования в торговле.
7. Инновации в организации сетевой розничной торговли.

#### **Вопросы для собеседования:**

#### **Тема 4. Инновационный подход в управлении торговой деятельностью**

1. Назовите особенности внедрения категорийного менеджмента.
2. Расскажите, как осуществляется Интернет-торговля?
3. Что собой представляет Интернет-магазин?
4. Расскажите, что представляет собой вендинг?
5. Какова система коммерческих процессов в торговой деятельности во взаимодействии с внешней средой.

#### **Задания для контрольной работы (для заочной формы обучения).**

1. Основные источники финансирования инновационной деятельности в России
2. Формирование лояльности на основе реализации клиентоориентированного подхода в работе торгового предприятия.
3. Совокупность факторов инновационного процесса, представленное менеджерами, персоналом и организационной (корпоративной) культурой, называется инновационной
  - а) микросредой
  - б) макросредой
  - в) внутренней (внутрифирменной) средой

#### **5 Типовые задания к лабораторным занятиям – не предусмотрены**

#### **6. Типовые задания к интерактивным занятиям**

#### **Анализ деловой ситуации на основе кейс-метода**

#### **Тема 3. Совершенствование развития инновационной деятельности предприятий торговли.**

Группа специалистов оборонной организации решила использовать принцип двойных технологий и разработала для гражданской промышленности уникальный фильтр. Однако оборонное предприятие было совершенно не заинтересовано в продвижении продукта, поскольку само оказалось в чрезвычайно трудном положении из-за отсутствия заказов. Группа специалистов организовалась в самостоятельное малое предприятие и стала искать стратегического партнера по продвижению продукта.

Вопросы для обсуждения:

1. Группа занимается продуктовой и технологической инновацией. Представьте жизненный цикл изделия.
2. Представьте жизненный цикл товара.
3. По матрице Ансоффа «старые/новые товары и технологии – старые/новые рынки» опишите ситуацию при новом товаре и новом рынке.
4. Группе предстоит заниматься маркетинговой инновационной стратегией. В чем особенности инновационной стратегии?

**Дискуссия по обсуждению проблемы «Инновационные процессы в розничной торговле»;** проведение дискуссий по тематике: Совершенствование развития инновационной деятельности предприятий торговли.

**Вопрос к дискуссии:** Совершенствование развития инновационной деятельности предприятий торговли невозможно без разработки стратегии торгового предприятия. Согласны ли Вы, что выбор определенного формата для оказания розничных торговых услуг есть следование определенной бизнес-стратегии. В каждой из стратегий присутствуют особенности, вытекающие из форматности торговли, и с помощью которых она планирует обрести или поддерживать свое долгосрочное конкурентное преимущество, ориентируясь на свой целевой рынок.

### Творческое задание в рамках устного опроса по теме 3:

Приведите примеры стратегии для различных форматов розничной торговли. Например, стратегия гипермаркетов– «Конкурируй низкими ценами за счет больших объемов». Дайте пояснения данной стратегии.

Приведите примеры розничного торгового предприятия, стратегия которого – освоение новой формы торговли. Зачем розничному торговому предприятию нужно разрабатывать стратегии инновационного развития? Какие преимущества получает торговое предприятие, периодически пересматривая свою стратегию?

Объясните сходство и различие в применении инновационных технологий розничных торговых сетей «Магнит» и «Табрис».

## VII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины «Инновации в торговой деятельности» представлены в нормативно-методических документах:

Положение об интерактивных формах обучения (<http://www.rea.ru>)

Положение об организации самостоятельной работы студентов (<http://www.rea.ru>)

Положение о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов (<http://www.rea.ru>)

Положение об учебно-исследовательской работе студентов (<http://www.rea.ru>)

Организация деятельности студента по видам учебных занятий по дисциплине «Инновации в торговой деятельности» представлена в таблице 7.1:

Таблица 7.1

Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; отмечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание следующим понятиям (перечисление понятий) и др.
Интерактивная лекция	требует от участников активного участия и постоянной обработки информации. Интерактивная лекция объединяет в себе аспекты традиционной лекции и тренинговой игры. Передача информации может осуществляться в проблемно-поисковой форме.
Практические (семинарские занятия)	Проработка рабочей программ, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом (указать текст из источника и др.) Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме и др.
Контрольная работа (индивидуальные задания)	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Реферат	Поиск литературы и составление библиографии, использование от 3 до 5 научных работ, изложение мнения авторов и своего суждения по

	выбранному вопросу; изложение основных аспектов проблемы. Ознакомление со структурой и оформлением реферата
Устные ответы	Ответы на устные вопросы при текущем контроле. Выступление студента при ответе на поставленный вопрос является основной формой контроля и оценки его успеваемости. Когда контроль проводится в форме устного выступления, от студента требуется умение в сжатые сроки подготовить свой ответ, убедительно выступить и правильно ответить на дополнительные вопросы.
Ситуационные задания и кейс-метод	Условия задания, ситуационной задачи и кейса необходимо читать внимательно. Каждое предложение может иметь значение для правильного решения. От студента требуется точное исследование изложенных обстоятельств, определение проблемных моментов. Решение должно быть нацелено на тот вопрос, который поставлен в задании. Задания, задачи и кейсы необходимо решать таким образом, чтобы решение имело внутреннюю структуру и логику изложения материала. Другими словами, структура, например, решения кейса должна быть адаптирована к условиям конкретной ситуации. Любое задание завершается общим выводом. Личное мнение и отношение студента к условиям задания могут являться только дополнительным отступлением в общем решении, но не его основой.
Дискуссия	Форма учебной работы, в рамках которой студенты высказывают свое мнение о проблеме, заданной преподавателем. Проведение дискуссий по проблемным вопросам подразумевает написание студентами эссе, тезисов или реферата по предложенной тематике
Тестовое задание	Минимальная составляющая единица теста, которая состоит из условия (вопроса) и, в зависимости от типа задания, может содержать или не содержать набор ответов для выбора (может использоваться как промежуточный контроль по любой теме).

#### **VIII. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ**

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания представлено в разделе II «Содержание программы учебной дисциплины» и разделе VIII настоящей рабочей программы

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки успеваемости и качества знаний студентов в ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова» распределение баллов, формирующих рейтинговую оценку работы студента, осуществляется следующим образом, таблица 8.1:

Таблица 8.1

Виды работ	Максимальное количество баллов
Выполнение учебных заданий на аудиторных занятиях	20
Текущий и рубежный контроль	20
Творческий рейтинг	20
Промежуточная аттестация (зачет с оценкой)	40
Итого	100

Результаты входного контроля уровня подготовки обучающихся в начале изучения дисциплины, уровня профессиональной подготовки обучающихся в процессе изучения смежных дисциплин не формируют рейтинговую оценку работы обучающегося по дисциплине, критерии оценки входного контроля представлены в оценочных и методических материалах к дисциплине.

#### **Критерии оценки заданий текущего контроля успеваемости обучающегося в семестре**

1) Расчет баллов по результатам текущего контроля  
 Расчет баллов по результатам текущего контроля в 7 семестре представлен в таблице 8.2:

Таблица 8.2

Форма контроля	Наименование раздела (темы), выносимых на контроль	Форма проведения контроля	Количество баллов, максимально
Текущий контроль	Тема 1. Теоретические и методологические основы инноваций в торговой деятельности	устный опрос	1,0
		проверка теста	1,0
		дискуссия	1,0
		<b>Итого:</b>	<b>3</b>
	Тема 2. Инвестиции как источник развития инновационной деятельности торгового предприятия	устный опрос	1,0
		проверка теста	1,0
		рефераты	1,0
		<b>Итого:</b>	<b>3,0</b>
	Тема 3. Совершенствование развития инновационной деятельности предприятий торговли	устный опрос;	1,0
		рефераты;	1,0
		ситуационная задача с использованием кейс-метода	1,0
		<b>Итого:</b>	<b>3,0</b>
	Тема 4. Инновационный подход в управлении торговой деятельностью	устный опрос	1,0
		реферат	1,0
		ситуационная задача с использованием кейс-метода	1,0
		<b>Итого:</b>	<b>3,0</b>
Тема 5. Состояние и перспективы развития внемагазинных форм продажи в России	Устный опрос	1,0	
	реферат	1,0	
	тесты	1,0	
	<b>Итого:</b>	<b>3,0</b>	
Тема 6. Развитие клиентоориентированного подхода в работе торгового предприятия	устный опрос	1,0	
	кейсы;	1,0	
	тесты	1,0	
	<b>Итого:</b>	<b>3,0</b>	
Тема 7. Инновационные технологии в организации торговой деятельности	Устный опрос с эл. дискуссии	1,0	
	кейсы	1,0	
	<b>Итого:</b>	<b>2,0</b>	
Всего			<b>20</b>

2) Критерии оценки курсовой работы – *не предусмотрена*

3) Критерии оценки заданий к практическим (семинарским) занятиям

**Критерии оценивания реферата, доклада:**

**1 балл** - выставляется студенту, если содержание реферата соответствует заявленной в названии тематике; реферат оформлен в соответствии с общими требованиями написания и техническими требованиями оформления реферата; реферат имеет чёткую композицию и структуру; в тексте реферата отсутствуют логические нарушения в представлении материала; корректно оформлены и в полном объёме представлены список использованной литературы и ссылки на использованную литературу в тексте реферата; реферат представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала, отсутствуют факты плагиата;

**0,7 баллов** - выставляется студенту, если содержание реферата соответствует заявленной в названии тематике; реферат оформлен в соответствии с общими требованиями написания реферата,

но есть погрешности в техническом оформлении; реферат имеет чёткую композицию и структуру; в тексте реферата отсутствуют логические нарушения в представлении материала; в полном объёме представлены список использованной литературы, но есть ошибки в оформлении; корректно оформлены и в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте реферата; реферат представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала, отсутствуют факты плагиата;

**0,4 балла** - выставляется студенту, если содержание реферата соответствует заявленной в названии тематике; в целом реферат оформлен в соответствии с общими требованиями написания реферата, но есть погрешности в техническом оформлении; в целом реферат имеет чёткую композицию и структуру, но в тексте реферата есть логические нарушения в представлении материала; в полном объёме представлен список использованной литературы, но есть ошибки в оформлении; некорректно оформлены или не в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте реферата; в целом реферат представляет собой самостоятельное исследование, представлен анализ найденного материала, отсутствуют факты плагиата;

**0,2 балла** - выставляется студенту, если содержание реферата не соответствует заявленной в названии тематике или в реферате отмечены нарушения общих требований написания реферата; есть ошибки в техническом оформлении; есть нарушения композиции и структуры; в тексте реферата есть логические нарушения в представлении материала; не в полном объёме представлен список использованной литературы, есть ошибки в его оформлении; отсутствуют или некорректно оформлены и не в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте реферата; реферат не представляет собой самостоятельного исследования, отсутствует анализ найденного материала, текст реферата представляет собой непереработанный текст другого автора (других авторов).

При оценивании реферата нулём баллов он должен быть переделан в соответствии с полученными замечаниями и сдан на проверку заново не позднее срока окончания приёма рефератов.

Не получив максимальный балл, студент имеет право с разрешения преподавателя доработать реферат, исправить замечания и вновь сдать реферат на проверку.

### **Критерии оценки устного ответа студента:**

При оценке устных ответов студентов по дисциплине «Инновации в торговой деятельности» учитываются следующие критерии:

1. Знание основных процессов изучаемой предметной области, глубина и полнота раскрытия вопроса.
2. Владение терминологическим аппаратом и использование его при ответе.
3. Умение объяснить сущность явлений, событий, процессов, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы.
4. Владение монологической речью, логичность и последовательность ответа, умение отвечать на поставленные вопросы, выражать свое мнение по обсуждаемой проблеме.

**1 балл** - оценивается ответ, который показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа.

**0,7 баллов** - оценивается ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе.

**0,4 балла** - оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений,

процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа.

**0,2 балла** - оценивается ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа.

**Критерии балльной оценки контрольной работы** (для студентов заочной формы обучения).

**«зачтено»** (20-40 баллов) - выставляется студенту при глубоком и полном раскрытии вопросов контрольной работы, полных, последовательных, грамотных и логически излагаемых ответах с приведением достаточного количества примеров, на основе анализа нескольких современных литературных источников;

**«незачтено»** (менее 20 баллов) - выставляется студенту при недостаточном раскрытии вопросов контрольной работы на основе анализа одного литературного источника; если работа является плагиатом.

#### **Критерии оценивания тестовых заданий**

Оценка по результатам тестирования складывается исходя из суммарного результата ответов на блок вопросов. Общий максимальный балл по результатам тестирования – 2 балла. Соответственно каждый правильный ответ в блоке из 10 вопросов оценивается в 0,2 балла.

**8.3.4 Типовые задания к лабораторным занятиям не предусмотрены.**

**8.3.5 Типовые задания к интерактивным занятиям**

#### **Критерии оценивания работы студента в учебной дискуссии**

**1 балл** - выставляется студенту, если он демонстрирует полное понимание обсуждаемой проблемы, высказывает собственное суждение по вопросу, аргументировано отвечает на вопросы участников, соблюдает регламент выступления (0,8 балла); понимает суть рассматриваемой проблемы, может высказать типовое суждение по вопросу, отвечает на вопросы участников, однако выступление носит затянутый или не аргументированный характер (0,5); Принимает участие в обсуждении, однако собственного мнения по вопросу не высказывает, либо высказывает мнение, не отличающееся от мнения других докладчиков (0,3 балла).

#### **Критерии оценки кейс-задания**

**1 балл** выставляется студенту, если он исчерпывающе, логически и аргументировано излагает материал по теме задания; обосновывает собственную точку зрения при анализе конкретной проблемы по теме доклада, свободно отвечает на поставленные дополнительные вопросы, делает обоснованные выводы;

**0,7 балла** выставляется студенту, если он демонстрирует логичность и доказательность изложения материала по теме задания, но допускает отдельные неточности при использовании ключевых понятий; в ответах на дополнительные вопросы имеются незначительные ошибки;

**0,5 балл** выставляется студенту, если он поверхностно раскрывает материал по теме задания, у него имеются базовые знания специальной терминологии по обсуждаемому вопросу, излагаемый материал не систематизирован; выводы недостаточно аргументированы, имеются смысловые и речевые ошибки;

**0 балла** выставляется студенту, если он не раскрыл материал по теме задания

#### **Критерии оценки творческого рейтинга**

Распределение баллов осуществляется по решению кафедры и результат распределения баллов за соответствующие виды работ представляется в виде следующей таблицы

Вид работы по разделу (теме) дисциплины	Количество баллов, максимальное
---	---------------------------------

1. Написание научной статьи	10
2. Подготовка доклада на научно-практическую конференцию	10
Итого	<b>20</b>

### Критерии оценки промежуточной аттестации

**Зачет с оценкой** по результатам изучения дисциплины «Инновации в торговой деятельности» в 6 семестре проводится в устной форме и соответствует 40 баллам. Зачет состоит из двух теоретических вопросов и одного тестового задания.

Оценка по результатам зачета выставляется исходя из следующих критериев:

- теоретические вопросы – по 15 баллов каждый;
- тестовое задание –10 баллов.

**Итоговый балл** формируется суммированием баллов за промежуточную аттестацию и баллов, набранных перед аттестацией в течение семестра. Для обучающихся очной формы применяется 100-балльная оценка знаний, для обучающихся заочной формы обучения – традиционная четырехбалльная система оценки знаний.

### Показатели и критерии оценивания планируемых результатов освоения компетенций и результатов обучения, шкала оценивания

100-балльная система оценки	Традиционная четырехбалльная система оценки	Формируемые компетенции (индикаторы компетенций)	Критерии оценивания
85 – 100 баллов	зачтено «отлично»	ПК-8	<p><b>Знает верно и в полном объеме:</b> основные инновационные элементы в организации процесса обслуживания покупателей на предприятиях торговли</p> <p><b>Умеет верно и в полном объеме:</b> проводить оценку и повышать качество торгового обслуживания за счет инноваций</p> <p><b>Владет навыками верно и в полном объеме:</b> способностью участвовать в разработке и внедрении инновационных технологий в торговой деятельности</p>
		ПК-11	<p><b>Знает верно и в полном объеме:</b> методы и средства инновационных технологий в торговой деятельности</p> <p><b>Умеет верно и в полном объеме:</b> разрабатывать и внедрять инновационные технологии в торговой деятельности</p> <p><b>Владет навыками верно и в полном объеме:</b> способностью участвовать в разработке и внедрении инновационных технологий в торговой деятельности</p>
		ПК-13	<p><b>Знает верно и в полном объеме:</b> основы разработки инновационных проектов в торговой деятельности</p> <p><b>Умеет верно и в полном объеме:</b> участвовать в реализации инновационных проектов в области торговой деятельности</p> <p><b>Владет навыками верно и в полном объеме:</b> навыками реализации инновационных проектов в торговой деятельности</p>
70 – 84 баллов	зачтено «хорошо»	ПК-8	<b>Знает с незначительными замечаниями:</b>



			<p>основные инновационные элементы в организации процесса обслуживания покупателей на предприятиях торговли</p> <p><b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> проводить оценку и повышать качество торгового обслуживания за счет инноваций</p> <p><b>Владеет навыками с незначительными замечаниями:</b> способностью участвовать в разработке и внедрении инновационных технологий в торговой деятельности</p>
		ПК-11	<p><b>Знает с незначительными замечаниями:</b> методы и средства инновационных технологий в торговой деятельности</p> <p><b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> разрабатывать и внедрять инновационные технологии в торговой деятельности</p> <p><b>Владеет навыками с незначительными замечаниями:</b> способностью участвовать в разработке и внедрении инновационных технологий в торговой деятельности</p>
		ПК-13	<p><b>Знает с незначительными замечаниями:</b> основы разработки инновационных проектов в торговой деятельности</p> <p><b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> участвовать в реализации инновационных проектов в области торговой деятельности</p> <p><b>Владеет навыками с незначительными замечаниями:</b> навыками реализации инновационных проектов в торговой деятельности</p>
50 – 69 баллов	зачтено «удовлетворительно»	ПК-8	<p><b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b> основные инновационные элементы в организации процесса обслуживания покупателей на предприятиях торговли</p> <p><b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> проводить оценку и повышать качество торгового обслуживания за счет инноваций</p> <p><b>Владеет на базовом уровне, с ошибками:</b> способностью участвовать в разработке и внедрении инновационных технологий в торговой деятельности</p>
		ПК-11	<p><b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b> методы и средства инновационных технологий в торговой деятельности</p> <p><b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> разрабатывать и внедрять инновационные технологии в торговой деятельности</p> <p><b>Владеет на базовом уровне, с ошибками:</b> способностью участвовать в разработке и внедрении инновационных технологий в торговой деятельности</p>
		ПК-13	<p><b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b></p>

			<p>основы разработки инновационных проектов в торговой деятельности</p> <p><b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> участвовать в реализации инновационных проектов в области торговой деятельности</p> <p><b>Владет на базовом уровне, с ошибками:</b> навыками реализации инновационных проектов в торговой деятельности</p>
менее 50 баллов	зачтено «неудовлетворительно»	ПК-8	<p><b>Не знает на базовом уровне:</b> основные инновационные элементы в организации процесса обслуживания покупателей на предприятиях торговли</p> <p><b>Не умеет на базовом уровне:</b> проводить оценку и повышать качество торгового обслуживания за счет инноваций</p> <p><b>Не владеет на базовом уровне:</b> способностью участвовать в разработке и внедрении инновационных технологий в торговой деятельности</p>
		ПК-11	<p><b>Не знает на базовом уровне:</b> методы и средства инновационных технологий в торговой деятельности</p> <p><b>Не умеет на базовом уровне:</b> разрабатывать и внедрять инновационные технологии в торговой деятельности</p> <p><b>Не владеет на базовом уровне:</b> способностью участвовать в разработке и внедрении инновационных технологий в торговой деятельности</p>
		ПК-13	<p><b>Не знает на базовом уровне:</b> основы разработки инновационных проектов в торговой деятельности</p> <p><b>Не умеет на базовом уровне:</b> участвовать в реализации инновационных проектов в области торговой деятельности</p> <p><b>Не владеет на базовом уровне:</b> навыками реализации инновационных проектов в торговой деятельности</p>

### ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

1. Рабочая программа по дисциплине «Инновации в торговой деятельности»  
рекомендована к утверждению на заседании кафедры торговли и общественного питания

протокол № 8 от « 17 » марта 2020 г.  
Заведующий кафедрой [подпись] / В. П. Тура /

Согласовано на заседании УМС Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В.Плеханова  
протокол № 7 от « 19 » марта 2020 г.  
Председатель [подпись] / Т. Л. Аванян /

Утверждено советом Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В.Плеханова  
протокол № 8 от « 26 » марта 2020 г.  
Председатель [подпись] / Н. В. Петровская /

2. Рабочая программа по дисциплине «Инновации в торговой деятельности»  
рекомендована к утверждению на заседании кафедры торговли и общественного питания

протокол № 7 от « 18 » февраля 2021 г.  
Заведующий кафедрой [подпись] / В. П. Тура /

Согласовано на заседании УМС Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В.Плеханова  
протокол № 6 от « 11 » марта 2021 г.  
Председатель [подпись] / Т. Л. Аванян /

Утверждено советом Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В.Плеханова  
протокол № 14 от « 30 » марта 2021 г.  
Председатель [подпись] / Н. В. Петровская /

3. Рабочая программа по дисциплине «Инновации в торговой деятельности»  
рекомендована к утверждению на заседании кафедры торговли и общественного питания

протокол № \_\_\_\_\_ от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /

Согласовано на заседании УМС Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В.Плеханова  
протокол № \_\_\_\_\_ от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
Председатель \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /

Утверждено советом Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В.Плеханова  
протокол № \_\_\_\_\_ от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.  
Председатель \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /



**Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В.Плеханова**

**Карта обеспеченности дисциплины «Инновации в торговой деятельности» учебными изданиями и иными информационно-библиотечными ресурсами»**

Кафедра торговли и общественного питания

ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.06 Направление подготовки Торговое дело Направленность (профиль) Коммерция

Уровень подготовки Бакалавриат

№ п/п	Наименование, автор	Выходные данные	Количество печатных экземпляров (шт.)	Наличие в ЭБС (да/нет), название ЭБС	Количество экземпляров на кафедре (в лаборатории) (шт.)	Численность студентов (чел)	Показатель обеспеченности студентов литературой: = 1(при наличии в ЭБС); или =(столбец4/столбец7) (при отсутствии в ЭБС)
1	2	3	4	5	6	7	8
<b>Основная литература</b>							
1	Дашков Л.П., Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле) / Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К., Памбухчиянц О.В. – 12-е изд., перераб. и доп.	М.:Дашков и К, 2019. - 456 с.: ISBN 978-5-394-02471-9 - Режим доступа: <a href="https://znanium.com/read?id=358200">https://znanium.com/read?id=358200</a>	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
2	Секерин В.Д. Инновационный маркетинг: Учебник / В.Д. Секерин.	М.: ИНФРА-М, 2016. - 237 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-011323-4 Режим доступа: <a href="https://znanium.com/read?id=222409">https://znanium.com/read?id=222409</a>	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
3	Щербаков В.Н Инвестиции и инновации: Учебник / Щербаков В.Н., Дашков Л.П., Балдин А.В., Дубровский – 3-е изд.	М.:Дашков и К, 2017, 2020. - 658 с. ISBN 978-5-394-03904-1 - Режим доступа: <a href="https://znanium.com/read?id=358134">https://znanium.com/read?id=358134</a>	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
<b>Всего</b>				3			1,0
<b>Дополнительная литература</b>							
1	Горфинкель В.Я. Малый инновационный бизнес. Учебник. В.Я.Горфинкель, Т.Г.Попадюк.	М.: Издательство:Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2013. – 264 с. ISBN 978-5-9558-0245-9. Режим доступа:	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1

		<a href="https://znanium.com/read?id=284354">https://znanium.com/read?id=284354</a>					
2	Наумов В.Н. Стратегический маркетинг. Учебник. / В.Н.Наумов.	М.: Издательство: ИНФРА-М, 2014. – 272 с. (Высшее образование: Магистратура) ISBN 978-5-16-009232-4. Режим доступа: <a href="https://znanium.com/read?id=38424">https://znanium.com/read?id=38424</a>	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
3.	Основы коммерции: Учебное пособие / Г.А. Яковлев.	М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 224 с. – (Высшее образование: бакалавриат) ISBN 978-5-16-010331-0. Режим доступа: <a href="https://znanium.com/read?id=223444">https://znanium.com/read?id=223444</a>	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
4.	Инновационная деятельность предприятия: Учебник / А.Ф. Наумов, А.А. Захарова.	М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 256 с.: (Высшее образование: Бакалавриат). ISBN 978-5-16-009521-9. Режим доступа: <a href="https://znanium.com/read?id=134773">https://znanium.com/read?id=134773</a>	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
5.	Антонов И. Ю. Стратегия и методология инновационного развития: зарубежный и отечественный опыт. Монография. / И.Ю.Антонов.	М.: Издательство: Дашков и К, 2013. – 159 с. ISBN 978-5-394-02403-0 Режим доступа: <a href="https://znanium.com/read?id=28591">https://znanium.com/read?id=28591</a>	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
<b>Всего</b>				5			1

Преподаватель  Н.И.Денисова

И.о. зав. кафедрой  Е.Н. Губа

Библиотекарь  Н.И. Криво

Уровень подготовки Бакалавриат