

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Петровская Анна Викторовна
Должность: Директор
Дата подписания: 01.10.2024 11:48:15
Уникальный программный ключ:
798bda6555fbdebe827768f6f1710bd17a9070c31fdc1b6a6ac5a1f10c0c3199

Приложение 6
к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело»
направленность (профиль) программы
«Торговый менеджмент и маркетинг (во внутренней и
внешней торговле)»

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

Факультет экономики, менеджмента и торговли

Кафедра торговли и общественного питания

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Б2.О.02.02(П) ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ПРАКТИКА

Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль) программы

Торговый менеджмент и маркетинг (во внутренней и внешней торговле)

Уровень высшего образования Бакалавриат

Год начала подготовки 2021

Краснодар - 2021 г.

Составитель: Штезель А.Ю., к.э.н., доц. кафедры торговли и общественного питания

Оценочные материалы одобрены на заседании кафедры торговли и общественного питания

протокол № 6 от «21» января 2021 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

по производственной практике «Торгово-технологическая практика»

ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ И ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ ПО ПРАКТИКЕ

Формируемые компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения (знания, умения)	Наименование контролируемых разделов и тем
1	2	3	4
ОПК-4. Способен предлагать экономически обоснованные организационно-управленческие решения профессиональной деятельности и в	ОПК-4.2. Оценивает вероятные риски и ограничения в решении поставленных профессиональных задач, осуществляет выбор наиболее оптимального решения, в том числе, в условиях неопределенности	ОПК-4.1. 3-1. Знает традиционные методы исследования и диагностики хозяйственной деятельности и ресурсного потенциала торговой организации, порядок и инструменты анализа финансовой, бухгалтерской и иной информации и способы использования полученных сведений для принятия управленческих решений	Подготовительный этап
ОПК-4. Способен предлагать экономически обоснованные организационно-управленческие решения профессиональной деятельности и в	ОПК-4.1. Определяет ресурсное обеспечение для поиска и внедрения организационно-управленческого решения ОПК-4.2. Оценивает вероятные риски и ограничения в решении поставленных профессиональных задач, осуществляет выбор наиболее оптимального решения, в том числе, в условиях неопределенности	ОПК-4.1. 3-1. Знает традиционные методы исследования и диагностики хозяйственной деятельности и ресурсного потенциала торговой организации, порядок и инструменты анализа финансовой, бухгалтерской и иной информации и способы использования полученных сведений для принятия управленческих решений ОПК-4.1. У-1. Умеет определять основные экономические показатели на основании финансовой, бухгалтерской и иной документации и формировать мероприятия по повышению эффективности хозяйственной деятельности субъектов отрасли ОПК-4.2. 3-1. Знает возможные риски и ограничения при осуществлении профессиональной деятельности в условиях неопределенности ОПК-4.2. У-1. Умеет проводить экономические расчеты для принятия оптимальных управленческих решений по планированию и организации профессиональной деятельности	Производственный Выполнение индивидуального задания

<p>ОПК-4. Способен предлагать экономически обоснованные организационно-управленческие решения в профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-4.1. Определяет ресурсное обеспечение для поиска и внедрения организационно-управленческого решения ОПК-4.2. Оценивает вероятные риски и ограничения в решении поставленных профессиональных задач, осуществляет выбор наиболее оптимального решения, в том числе, в условиях неопределенности</p>	<p>ОПК-4.2. У-1. Умеет проводить экономические расчеты для принятия оптимальных управленческих решений по планированию и организации профессиональной деятельности</p>	<p>Аналитический</p> <p>Выполнение индивидуального задания</p>
<p>ОПК-5. Способен использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач</p>	<p>ОПК-5.1. Выбирает соответствующие содержанию профессиональных задач современные информационные технологии и программное обеспечение ОПК-5.2. Обрабатывает экономические и финансовые данные с использованием информационных технологий для решения профессиональных задач</p>	<p>ОПК-5.1. З-1. Знает современные цифровые технологические решения, которые сопряжены с деятельностью хозяйствующих субъектов торговой отрасли ОПК-5.1. У-1. Умеет использовать современные разработки цифровой индустрии для оптимизации торгово-технологических процессов ОПК-5.2. З-1. Знает и применяет методы информационных технологий для экономических и финансовых расчетов ОПК-5.2. У-1. Умеет применять традиционное программное обеспечение с учетом основных требований информационной безопасности, предназначенное для проведения экономико-статистических расчетов</p>	
<p>ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-6.1. Понимает принципы работы современных информационных технологий ОПК-6.2. Учитывает принципы работы современных информационных технологий при решении задач профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-6.1. З-1. Знает актуальные подходы к работе современных информационных технологий ОПК-6.1. У-1. Умеет использовать принципы работы современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности ОПК-6.2. З-1. Знает возможности использования современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности в соответствии с принципами их работы ОПК-6.2. У-1. Умеет учитывать особенности современных информационных технологий в профессиональной деятельности</p>	<p>Отчетный</p> <p>Защита отчета по практике</p>

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

1. Подготовительный этап

вводное занятие;
инструктаж по технике безопасности;
инструктаж по подготовке отчета и процедуре защиты (на кафедре);
встреча с руководителями практики, обсуждение и утверждение индивидуальных планов практикантов;
ознакомление с правилами внутреннего распорядка, охраны труда, действующими в организации прохождения практики.

2. Производственный этап

знакомство с базой практики; изучение деятельности организации в целом и избранного структурного подразделения;
выполнение индивидуального задания;
сбор материалов для выполнения задания по практике/по теме выпускной квалификационной работы;
участие в решении конкретных профессиональных задач.

3. Аналитический этап

анализ собранных материалов, проведение расчетов, составление графиков, диаграмм;
на основе анализа разработать возможные перспективы развития организации;
обработка и систематизация материала;
представление и обсуждение с руководителем проделанной части работы.
выполнение отчета по практике.

Перечень основных вопросов для анализа торгово - технологических процессов организации.

1. Опишите технологические процессы предприятия, оцените направления деятельности и решаемые задачи.
2. Охарактеризуйте устройство и планировку торгового предприятия, его техническую оснащенность.
3. Рассчитайте эффективность использования торговой площади.
4. Проанализируйте торгово-технологический процесс предприятия и оцените его эффективность.
5. Рассмотрите формы и качество торгового обслуживания покупателей, методы продажи товаров.
6. Дайте характеристику организации закупочной деятельности в торговом предприятии.
7. Проведите анализ источников поступления товаров, подготовки к заключению договоров и контрактов купли-продажи. (Рекомендуется проанализировать содержание договора и спецификацию к нему, данные об объемах закупки и фактическое поступление товаров по отдельным поставщикам и по ассортименту за 2 года).
8. Изучите оперативный учет выполнения поставок товаров, порядок и сроки предъявления претензий и исков по поставкам.
9. Охарактеризуйте используемые методы стимулирования продаж.
10. Изучить и подвергнуть критическому анализу управленческие решения

относительно торгово- технологических процессов предприятия.

11. Проведите анализ организации сбытовой политики, доставки товаров в торговое предприятие, составления и согласования графиков завоза товаров, контроль за их выполнением, частоты завоза товаров, договоров по перевозке грузов, взаимоотношений с транспортными организациями.

12. Проведите анализ организации взаимодействия в канале распределения предприятия.

13. Изучите планограмму торгового предприятия, разработайте рекомендации.

14. Анализ инноваций в торгово-технологическом процессе предприятия.

15. Разработка рекомендаций по совершенствованию торгово-технологических процессов предприятия.

16. Проведите анализ ассортиментной политики, разработайте рекомендации по управлению ассортиментом.

17. Охарактеризуйте организацию и планирование материально-технического обеспечения предприятий.

18. Проведите анализ товарных рынков, планирования коммерческой деятельности организации.

19. Разработайте мероприятия по внедрению инноваций в торгово-технологический процесс организации, рассчитайте их экономическую эффективность.

Типовые индивидуальные задания

1. Представьте результаты технологической практики в виде презентации.

2. Разработайте планограмму для организации, обоснуйте ее целесообразность.

3. Изучите назначение и функции складов, оборудование для хранения товаров организации.

4. Опишите складской технологический процесс и принципы его организации.

5. Охарактеризуйте роль транспорта в торговле и характеристика основных транспортных средств.

6. Опишите основные технологии ИМКМП организации.

7. Охарактеризуйте формы товароснабжения и схемы завоза товаров в розничную торговую сеть.

8. Изучите Интернет-технологии продвижения продукции организации.

9. Проведите сравнительный анализ торгово-технологических процессов объекта практики и ведущего конкурента.

10. Рассчитайте экономическую эффективность рекомендаций, направленных на внедрение инноваций в торгово-технологическом процессе организации.

4. Отчетный этап.

- подготовка и представление руководителю практики от организации задания на практику, дневника практики и отчета о прохождении практики, устранение его замечаний и получение характеристики-отзыва о прохождении практики;

- последующее представление указанных документов руководителю практики от кафедры, устранение его замечаний и получение отзыва на отчет о прохождении практики, справки о результатах проверки текстового документа на наличие заимствований;

- защита отчета о прохождении практики с последующим размещением всех документов в личном кабинете обучающегося.

Вопросы для написания отчета по торгово-технологической практике:

1. Анализ особенностей конкретных технологических процессов, необходимых для осуществления коммерческой деятельности в организации

2. Анализ мероприятий по организации и качеству торгового обслуживания
3. Анализ инноваций в торгово-технологическом процессе организации
4. Совершенствование организации торгово-технологических процессов на предприятии в сфере товарного обращения.

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

Таблица 2

Шкала оценивания		Формируемые компетенции	Индикатор достижения компетенции	Критерии оценивания	Уровень освоения компетенций
85 – 100 баллов	«зачтено»	ПК-1 Готов составлять планы и обоснования закупок	ПК-1.1. Организует на стадии планирования закупок консультации с поставщиками (подрядчиками, исполнителями) в целях определения состояния конкурентной среды на соответствующих рынках товаров, работ, услуг	<p>Знает верно и в полном объеме: требования законодательства Российской Федерации и нормативных правовых актов, регулирующих деятельность в сфере закупок, основы антимонопольного законодательства</p> <p>Умеет верно и в полном объеме: использовать вычислительную и иную вспомогательную технику, средства связи и коммуникаций</p>	Продвинутый
			ПК-1.2. Организует утверждение плана закупок и плана-графика	<p>Знает верно и в полном объеме: особенности составления закупочной документации</p> <p>Умеет верно и в полном объеме: работать с закупочной документацией</p>	
			ПК-1.3 Осуществляет обработку, формирование, хранение данных	<p>Знает верно и в полном объеме: основы информатики в части применения к закупкам</p> <p>Умеет верно и в полном объеме: обрабатывать и хранить данные</p>	
		ПК-2 Способен осуществлять процедуры закупок	ПК-2.1 Выбирает способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)	Умеет верно и в полном объеме: выбирать способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)	
			ПК-2.2 Ведет согласование требований к закупаемым заказчиком отдельным видам товаров, работ, услуг (в том числе начальным (максимальным) ценам) и (или)	Знает верно и в полном объеме: порядок согласования и формирования требований к закупаемым товарам, работам, услугам	

			нормативным затратам на обеспечение функций заказчика		
			ПК-2.3 Организует и контролирует разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов	Умеет верно и в полном объеме: организовывать и контролировать разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов заказчика	
	ПК-3. Способен осуществлять подготовку к проведению маркетингового исследования	ПК-3.1. Осуществляет поиск первичной и вторичной маркетинговой информации	Знает верно и в полном объеме: особенности проведения социологических исследований	Умеет верно и в полном объеме: применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования	
ПК-3.2. Планирует проведение маркетингового исследования			Умеет верно и в полном объеме: определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования		
ПК-3.3- Анализирует конъюнктуру рынка товаров и услуг			Знает верно и в полном объеме: методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов	Умеет верно и в полном объеме: анализировать текущую рыночную конъюнктуру	
ПК-4 Готов к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга		ПК-4.1 Обрабатывает полученные данные и готовит отчеты по результатам маркетинговых исследований	Знает верно и в полном объеме: методы проведения маркетингового исследования	Умеет верно и в полном объеме: систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации	
			Умеет верно и в полном объеме: создавать отчеты по результатам маркетингового исследования		
		ПК-4.2 Формирует предложения по	Знает верно и в полном объеме: особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг		

			совершенствованию товарной политики		
				Умеет верно и в полном объеме: давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга (в частности товарной политики)	
			ПК-4.3. Формирует предложения по совершенствованию ценовой политики	Знает верно и в полном объеме: нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность, в том числе в части ценообразования	
				Знает верно и в полном объеме: методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства	
				Умеет верно и в полном объеме: давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга (в частности ценовой политики)	
			ПК-4.4. Формирует предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж	Знает верно и в полном объеме: психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях (при выборе места и способа совершения покупки)	
				Умеет верно и в полном объеме: использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков	
				Умеет верно и в полном объеме: давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга (в частности систем сбыта и продаж)	
			ПК-4.5. Формирует предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	Умеет верно и в полном объеме: давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга (в частности системы продвижения товаров и услуг организации)	

		ПК-5. Способен разрабатывать стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПК-5.1. Осуществляет подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Знает верно и в полном объеме: систему инструментов интернет-маркетинга	
			ПК-5.2. Формирует бюджет на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Умеет верно и в полном объеме: обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке	
			ПК-5.3. Анализирует трафик на веб-сайт	Знает верно и в полном объеме: основы эффективной коммуникации	
				Умеет верно и в полном объеме: составлять алгоритмы улучшения качественных показателей трафика	
70-84 балла	«зачтено»	ПК-1 Готов составлять планы и обоснования закупок	ПК-1.1. Организует на стадии планирования закупок консультации с поставщиками (подрядчиками, исполнителями) в целях определения состояния конкурентной среды на соответствующих рынках товаров, работ, услуг	Знает с незначительными замечаниями: требования законодательства Российской Федерации и нормативных правовых актов, регулирующих деятельность в сфере закупок, основы антимонопольного законодательства	Повышенный
				Умеет с незначительными замечаниями: использовать вычислительную и иную вспомогательную технику, средства связи и коммуникаций	
			ПК-1.2. Организует утверждение плана закупок и плана-графика	Знает с незначительными замечаниями: особенности составления закупочной документации	
				Умеет с незначительными замечаниями: работать с закупочной документацией	
		ПК-1.3 Осуществляет обработку, формирование, хранение данных	Знает: с незначительными замечаниями основы информатики в части применения к закупкам		

				Умеет с незначительными замечаниями: обрабатывать и хранить данные	
	ПК-2 Способен осуществлять процедуры закупок	ПК-2.1 Выбирает способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)		Умеет с незначительными замечаниями: выбирать способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)	
		ПК-2.2 Ведет согласование требований к закупаемым заказчиком отдельным видам товаров, работ, услуг (в том числе начальным (максимальным) ценам) и (или) нормативным затратам на обеспечение функций заказчика		Знает с незначительными замечаниями: порядок согласования и формирования требований к закупаемым товарам, работам, услугам	
		ПК-2.3 Организует и контролирует разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов		Умеет с незначительными замечаниями: организовывать и контролировать разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов заказчика	
	ПК-3. Способен осуществлять подготовку к проведению маркетингового исследования	ПК-3.1. Осуществляет поиск первичной и вторичной маркетинговой информации		Знает с незначительными замечаниями: особенности проведения социологических исследований	
		ПК-3.2. Планирует проведение маркетингового исследования		Умеет с незначительными замечаниями: применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования	
		ПК-3.3- Анализирует конъюнктуру рынка товаров и услуг		Знает с незначительными замечаниями методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов	

				<p>Умеет с незначительными замечаниями анализировать текущую рыночную конъюнктуру</p>
	ПК-4 Готов к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-4.1 Обработывает полученные данные и готовит отчеты по результатам маркетинговых исследований	<p>Знает с незначительными замечаниями: методы проведения маркетингового исследования</p>	
<p>Умеет с незначительными замечаниями: систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации</p>				
<p>Умеет с незначительными замечаниями: создавать отчеты по результатам маркетингового исследования</p>				
ПК-4.2 Формирует предложения по совершенствованию товарной политики		<p>Знает с незначительными замечаниями: особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг</p>	<p>Умеет с незначительными замечаниями: давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга (в частности товарной политики)</p>	
ПК-4.3. Формирует предложения по совершенствованию ценовой политики		<p>Знает с незначительными замечаниями нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность, в том числе в части ценообразования</p>	<p>Знает с незначительными замечаниями: методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства</p>	<p>Умеет с незначительными замечаниями: давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга (в частности ценовой политики)</p>
ПК-4.4. Формирует предложения по		<p>Знает с незначительными замечаниями: психологические</p>		

			совершенствованию систем сбыта и продаж	особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях (при выборе места и способа совершения покупки)	
			Умеет с незначительными замечаниями: использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков		
			Умеет с незначительными замечаниями: давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга (в частности систем сбыта и продаж)		
			ПК-4.5. Формирует предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	Умеет с незначительными замечаниями: давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга (в частности системы продвижения товаров и услуг организации)	
		ПК-5. Способен разрабатывать стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПК-5.1. Осуществляет подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Знает с незначительными замечаниями систему инструментов интернет-маркетинга	
			ПК-5.2. Формирует бюджет на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Умеет с незначительными замечаниями обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке	
ПК-5.3. Анализирует трафик на веб-сайт	Знает с незначительными замечаниями основы эффективной коммуникации				
50 – 69 баллов	«зачтено»	ПК-1.1. Готов составлять планы и обоснования закупок	ПК-1.1. Организует на стадии планирования закупок консультации с поставщиками	Знает на базовом уровне, с ошибками: требования законодательства Российской Федерации и нормативных правовых	Базовый

			(подрядчиками, исполнителями) в целях определения состояния конкурентной среды на соответствующих рынках товаров, работ, услуг	актов, регулирующих деятельность в сфере закупок, основы антимонопольного законодательства	
				Умеет на базовом уровне, с ошибками: использовать вычислительную и иную вспомогательную технику, средства связи и коммуникаций	
			ПК-1.2. Организует утверждение плана закупок и плана-графика	Знает на базовом уровне, с ошибками: особенности составления закупочной документации	
			ПК-1.3 Осуществляет обработку, формирование, хранение данных	Умеет на базовом уровне, с ошибками: верно и в полном объеме: работать с закупочной документацией	
			Знает на базовом уровне, с ошибками: основы информатики в части применения к закупкам		
			Умеет на базовом уровне, с ошибками: обрабатывать и хранить данные		
			ПК-2 Способен осуществлять процедуры закупок	ПК-2.1 Выбирает способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)	Умеет на базовом уровне, с ошибками: выбирать способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)
	ПК-2.2 Ведет согласование требований к закупаемым заказчиком отдельным видам товаров, работ, услуг (в том числе начальным (максимальным) ценам) и (или) нормативным затратам на обеспечение функций заказчика	Знает на базовом уровне, с ошибками: порядок согласования и формирования требований к закупаемым товарам, работам, услугам			
	ПК-2.3 Организует и контролирует разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов	Умеет на базовом уровне, с ошибками: организовывать и контролировать разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов заказчика			
	ПК-3. Способен осуществлять подготовку к	ПК-3.1. Осуществляет поиск первичной и вторичной маркетинговой информации	Знает на базовом уровне, с ошибками: особенности проведения социологических исследований		

	проведению маркетингового исследования		Умеет на базовом уровне, с ошибками: применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования	
		ПК-3.2. Планирует проведение маркетингового исследования	Умеет на базовом уровне, с ошибками: определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования	
		ПК-3.3- Анализирует конъюнктуру рынка товаров и услуг	Знает на базовом уровне, с ошибками: методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов	
			Умеет на базовом уровне, с ошибками: анализировать текущую рыночную конъюнктуру	
	ПК-4 Готов к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-4.1 Обрабатывает полученные данные и готовит отчеты по результатам маркетинговых исследований	Знает на базовом уровне, с ошибками: методы проведения маркетингового исследования	
			Умеет на базовом уровне, с ошибками: систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации	
		Умеет на базовом уровне, с ошибками: создавать отчеты по результатам маркетингового исследования		
		ПК-4.2 Формирует предложения по совершенствованию товарной политики	Знает на базовом уровне, с ошибками: особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг	
		Умеет на базовом уровне, с ошибками: давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга (в частности товарной политики)		
	ПК-4.3. Формирует предложения по	Знает на базовом уровне, с ошибками: нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую		

			совершенствованию ценовой политики	деятельность, в том числе в части ценообразования	
			Знает на базовом уровне, с ошибками: методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства		
			Умеет на базовом уровне, с ошибками: давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга (в частности ценовой политики)		
		ПК-4.4. Формирует предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж	Знает на базовом уровне, с ошибками: психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях (при выборе места и способа совершения покупки)		
		Умеет на базовом уровне, с ошибками: использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков			
		Умеет на базовом уровне, с ошибками: давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга (в частности систем сбыта и продаж)			
			ПК-4.5. Формирует предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	Умеет на базовом уровне, с ошибками: давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга (в частности системы продвижения товаров и услуг организации)	
		ПК-5. Способен разрабатывать стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПК-5.1. Осуществляет подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Знает на базовом уровне, с ошибками: систему инструментов интернет-маркетинга	
				Умеет на базовом уровне, с ошибками: обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке	

			ПК-5.2. Формирует бюджет на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Знает на базовом уровне, с ошибками: основы эффективной коммуникации	
			ПК-5.3 Анализирует трафик на веб-сайт	Умеет на базовом уровне, с ошибками: составлять алгоритмы улучшения качественных показателей трафика	
менее 50 баллов	« не зачтено»	ПК-1 Готов составлять планы и обоснования закупок	ПК-1.1. Организует на стадии планирования закупок консультации с поставщиками (подрядчиками, исполнителями) в целях определения состояния конкурентной среды на соответствующих рынках товаров, работ, услуг	Не знает на базовом уровне: требования законодательства Российской Федерации и нормативных правовых актов, регулирующих деятельность в сфере закупок, основы антимонопольного законодательства	Компетенции не сформированы
				Не умеет на базовом уровне: использовать вычислительную и иную вспомогательную технику, средства связи и коммуникаций	
			ПК-1.2. Организует утверждение плана закупок и плана-графика	Не знает на базовом уровне: особенности составления закупочной документации	
		ПК-1.3 Осуществляет обработку, формирование, хранение данных	Не умеет на базовом уровне: работать с закупочной документацией		
			Не знает на базовом уровне: основы информатики в части применения к закупкам		
			Не умеет на базовом уровне: обрабатывать и хранить данные		
ПК-2 Способен осуществлять процедуры закупок	ПК-2.1 Выбирает способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)	Не умеет на базовом уровне: выбирать способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)			
	ПК-2.2 Ведет согласование требований к закупаемым заказчиком отдельным видам товаров, работ, услуг (в том числе начальным (максимальным) ценам) и (или)	Не знает на базовом уровне: порядок согласования и формирования требований к закупаемым товарам, работам, услугам			

			нормативным затратам на обеспечение функций заказчика		
			ПК-2.3 Организует и контролирует разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов	Не умеет на базовом уровне: организовывать и контролировать разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов заказчика	
	ПК-3. Способен осуществлять подготовку к проведению маркетингового исследования	ПК-3.1. Осуществляет поиск первичной и вторичной маркетинговой информации		Не знает на базовом уровне: особенности проведения социологических исследований	
			Не умеет на базовом уровне: применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования		
			Не умеет на базовом уровне: определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования		
		ПК-3.2. Планирует проведение маркетингового исследования		Не знает на базовом уровне: методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов	
			Не умеет на базовом уровне: анализировать текущую рыночную конъюнктуру		
		ПК-4 Готов к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-4.1 Обрабатывает полученные данные и готовит отчеты по результатам маркетинговых исследований		Не знает на базовом уровне: методы проведения маркетингового исследования
	Не умеет на базовом уровне: систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации				
	Не умеет на базовом уровне: создавать отчеты по результатам маркетингового исследования				
		ПК-4.2 Формирует предложения по		Не знает на базовом уровне:	

			совершенствованию товарной политики	особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг	
				Не умеет на базовом уровне: давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга (в частности товарной политики)	
			ПК-4.3. Формирует предложения по совершенствованию ценовой политики	Не знает на базовом уровне: нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность, в том числе в части ценообразования	
				Не знает на базовом уровне: методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства	
				Не умеет на базовом уровне: давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга (в частности ценовой политики)	
			ПК-4.4. Формирует предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж	Не знает на базовом уровне: психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях (при выборе места и способа совершения покупки)	
				Не умеет на базовом уровне: использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков	
				Не умеет на базовом уровне: давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга (в частности систем сбыта и продаж)	
			ПК-4.5. Формирует предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	Не умеет на базовом уровне: давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга (в частности системы продвижения товаров и услуг организации)	
				Не знает на базовом уровне:	

		ПК-5. Способен разрабатывать стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	ПК-5.1. Осуществляет подбор каналов и формирование системы показателей эффективности продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	систему инструментов интернет-маркетинга	
			ПК-5.2. Формирует бюджет на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	Не умеет на базовом уровне: обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке	
			ПК-5.3. Анализирует трафик на веб-сайт	Не знает на базовом уровне: основы эффективной коммуникации	
				Не умеет на базовом уровне: составлять алгоритмы улучшения качественных показателей трафика	

