

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Петровская Анна Викторовна  
Должность: Директор  
Дата подписания: 01.10.2024 11:57:36  
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 2022**

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 № 1 от «30» августа 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
<p>ОПК-4. Способен предлагать экономически обоснованные организационно-управленческие решения профессиональной деятельности</p>	<p>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-4.1. 3-1. <b>Знает</b> 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</p>	<p style="text-align: center;"><b>Подготовительный этап</b></p>
<p>ОПК-4. Способен предлагать экономически обоснованные организационно-управленческие решения 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-4.1. 3-1. <b>Знает</b> 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. <b>Умеет</b> 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. <b>Знает</b> возможные риски и ограничения при осуществлении профессиональной деятельности в условиях неопределенности ОПК-4.2. У-1. <b>Умеет</b> проводить экономические расчеты для принятия оптимальных управленческих решений по планированию и организации профессиональной деятельности</p>	<p style="text-align: center;"><b>Производственный</b></p> <p style="text-align: center;">Выполнение индивидуального задания</p>

<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. <b>Умеет</b> проводить экономические расчеты для принятия оптимальных управленческих решений по планированию и организации профессиональной деятельности</p>	<p><b>Аналитический</b></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. <b>Знает</b> современные цифровые технологические решения, которые сопряжены с деятельностью хозяйствующих субъектов торговой отрасли ОПК-5.1. У-1. <b>Умеет</b> использовать современные разработки цифровой индустрии для оптимизации торгово-технологических процессов ОПК-5.2. З-1. <b>Знает</b> и применяет методы информационных технологий для экономических и финансовых расчетов ОПК-5.2. У-1. <b>Умеет</b> 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. <b>Знает</b> актуальные подходы к работе современных информационных технологий ОПК-6.1. У-1. <b>Умеет</b> использовать принципы работы современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности ОПК-6.2. З-1. <b>Знает</b> возможности использования современных информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности в соответствии с принципами их работы ОПК-6.2. У-1. <b>Умеет</b> учитывать особенности современных информационных технологий в профессиональной деятельности</p>	<p><b>Отчетный</b></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	<b>Знает верно и в полном объеме:</b> требования законодательства Российской Федерации и нормативных правовых актов, регулирующих деятельность в сфере закупок, основы антимонопольного законодательства	Продвинутый
				<b>Умеет верно и в полном объеме:</b> использовать вычислительную и иную вспомогательную технику, средства связи и коммуникаций	
				<b>Знает верно и в полном объеме:</b> особенности составления закупочной документации	
		<b>Умеет верно и в полном объеме:</b> работать с закупочной документацией			
		ПК-1.2. Организует утверждение плана закупок и плана-графика	<b>Знает верно и в полном объеме:</b> основы информатики в части применения к закупкам		
			<b>Умеет верно и в полном объеме:</b> обрабатывать и хранить данные		
ПК-2 Способен осуществлять процедуры закупок	ПК-2.1 Выбирает способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)	<b>Умеет верно и в полном объеме:</b> выбирать способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)			
		<b>Знает верно и в полном объеме:</b> порядок согласования и формирования требований к закупаемым товарам, работам, услугам			
		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		
			ПК-2.3 Организует и контролирует разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов	<b>Умеет верно и в полном объеме:</b> 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		<b>Знает верно и в полном объеме:</b> особенности проведения социологических исследований	
			<b>Умеет верно и в полном объеме:</b> применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования		
			ПК-3.2. Планирует проведение маркетингового исследования	<b>Умеет верно и в полном объеме:</b> определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования	
			ПК-3.3- Анализирует конъюнктуру рынка товаров и услуг	<b>Знает верно и в полном объеме:</b> методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов	
				<b>Умеет верно и в полном объеме:</b> 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		<b>Знает верно и в полном объеме:</b> методы проведения маркетингового исследования	
			<b>Умеет верно и в полном объеме:</b> систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации		
			<b>Умеет верно и в полном объеме:</b> создавать отчеты по результатам маркетингового исследования		
		ПК-4.2 Формирует предложения по		<b>Знает верно и в полном объеме:</b> особенности конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка товаров и услуг	

			совершенствованию товарной политики		
				<b>Умеет верно и в полном объеме:</b> давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга (в частности товарной политики)	
			ПК-4.3. Формирует предложения по совершенствованию ценовой политики	<b>Знает верно и в полном объеме:</b> нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность, в том числе в части ценообразования	
				<b>Знает верно и в полном объеме:</b> методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства	
				<b>Умеет верно и в полном объеме:</b> давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга (в частности ценовой политики)	
			ПК-4.4. Формирует предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж	<b>Знает верно и в полном объеме:</b> психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях (при выборе места и способа совершения покупки)	
				<b>Умеет верно и в полном объеме:</b> использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков	
				<b>Умеет верно и в полном объеме:</b> 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	<b>Умеет верно и в полном объеме:</b> 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"	<b>Знает верно и в полном объеме:</b> систему инструментов интернет-маркетинга	
			ПК-5.2. Формирует бюджет на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	<b>Умеет верно и в полном объеме:</b> обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке	
			ПК-5.3. Анализирует трафик на веб-сайт	<b>Знает верно и в полном объеме:</b> основы эффективной коммуникации	
				<b>Умеет верно и в полном объеме:</b> составлять алгоритмы улучшения качественных показателей трафика	
<b>70-84 балла</b>	<b>«зачтено»</b>	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	<b>Знает с незначительными замечаниями:</b> требования законодательства Российской Федерации и нормативных правовых актов, регулирующих деятельность в сфере закупок, основы антимонопольного законодательства	<b>Повышенный</b>
				<b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> использовать вычислительную и иную вспомогательную технику, средства связи и коммуникаций	
			ПК-1.2. Организует утверждение плана закупок и плана-графика	<b>Знает с незначительными замечаниями:</b> особенности составления закупочной документации	
				<b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> работать с закупочной документацией	
		ПК-1.3 Осуществляет обработку, формирование, хранение данных	<b>Знает: с незначительными замечаниями</b> основы информатики в части применения к закупкам		

				<b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> обрабатывать и хранить данные	
	ПК-2 Способен осуществлять процедуры закупок	ПК-2.1 Выбирает способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)		<b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> 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		<b>Знает с незначительными замечаниями:</b> порядок согласования и формирования требований к закупаемым товарам, работам, услугам	
		ПК-2.3 Организует и контролирует разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов		<b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> 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		<b>Знает с незначительными замечаниями:</b> особенности проведения социологических исследований	
		ПК-3.2. Планирует проведение маркетингового исследования		<b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования	
		ПК-3.3- Анализирует конъюнктуру рынка товаров и услуг		<b>Знает с незначительными замечаниями</b> методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов	

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

			совершенствованию систем сбыта и продаж	особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях (при выборе места и способа совершения покупки)	
			<b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков		
			<b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> 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	<b>Умеет с незначительными замечаниями:</b> 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"	<b>Знает с незначительными замечаниями</b> систему инструментов интернет-маркетинга	
			ПК-5.2. Формирует бюджет на продвижение в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"	<b>Умеет с незначительными замечаниями</b> обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке	
ПК-5.3. Анализирует трафик на веб-сайт	<b>Знает с незначительными замечаниями</b> основы эффективной коммуникации				
<b>50 – 69 баллов</b>	<b>«зачтено»</b>	ПК-1. Готов составлять планы и обоснования закупок	ПК-1.1. Организует на стадии планирования закупок консультации с поставщиками	<b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b> требования законодательства Российской Федерации и нормативных правовых	<b>Базовый</b>

			(подрядчиками, исполнителями) в целях определения состояния конкурентной среды на соответствующих рынках товаров, работ, услуг	актов, регулирующих деятельность в сфере закупок, основы антимонопольного законодательства		
				<b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> использовать вычислительную и иную вспомогательную технику, средства связи и коммуникаций		
			ПК-1.2. Организует утверждение плана закупок и плана-графика	<b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b> особенности составления закупочной документации		
			ПК-1.3 Осуществляет обработку, формирование, хранение данных	<b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> работать с закупочной документацией	<b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b> основы информатики в части применения к закупкам	
				<b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> обрабатывать и хранить данные		
		ПК-2 Способен осуществлять процедуры закупок	ПК-2.1 Выбирает способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)	<b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> выбирать способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)	<b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b> порядок согласования и формирования требований к закупаемым товарам, работам, услугам	
			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			
ПК-2.3 Организует и контролирует разработку проектов контрактов, типовых условий контрактов	<b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> 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	<b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b> особенности проведения социологических исследований			

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



			совершенствованию ценовой политики	деятельность, в том числе в части ценообразования	
			<b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b> методики расчета показателей прибыли, эффективности, рентабельности и издержек производства		
			<b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> давать рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга (в частности ценовой политики)		
		ПК-4.4. Формирует предложения по совершенствованию систем сбыта и продаж	<b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b> психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях (при выборе места и способа совершения покупки)		
		<b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков			
		<b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> 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	<b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> 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"	<b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b> систему инструментов интернет-маркетинга	<b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> 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"	<b>Знает на базовом уровне, с ошибками:</b> основы эффективной коммуникации	
			ПК-5.3 Анализирует трафик на веб-сайт	<b>Умеет на базовом уровне, с ошибками:</b> составлять алгоритмы улучшения качественных показателей трафика	
<b>менее 50 баллов</b>	<b>« не зачтено»</b>	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	<b>Не знает на базовом уровне:</b> требования законодательства Российской Федерации и нормативных правовых актов, регулирующих деятельность в сфере закупок, основы антимонопольного законодательства	<b>Компетенции не сформированы</b>
				<b>Не умеет на базовом уровне:</b> использовать вычислительную и иную вспомогательную технику, средства связи и коммуникаций	
			ПК-1.2. Организует утверждение плана закупок и плана-графика	<b>Не знает на базовом уровне:</b> особенности составления закупочной документации	
			<b>Не умеет на базовом уровне:</b> работать с закупочной документацией		
		ПК-1.3 Осуществляет обработку, формирование, хранение данных	<b>Не знает на базовом уровне:</b> основы информатики в части применения к закупкам		
			<b>Не умеет на базовом уровне:</b> обрабатывать и хранить данные		
		ПК-2 Способен осуществлять процедуры закупок	ПК-2.1 Выбирает способ определения поставщика (подрядчика, исполнителя)	<b>Не умеет на базовом уровне:</b> 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)	<b>Не знает на базовом уровне:</b> 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	<b>Не умеет на базовом уровне:</b> 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		<b>Не знает на базовом уровне:</b> особенности проведения социологических исследований	
			<b>Не умеет на базовом уровне:</b> применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования		
			ПК-3.2. Планирует проведение маркетингового исследования	<b>Не умеет на базовом уровне:</b> определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования	
			ПК-3.3- Анализирует конъюнктуру рынка товаров и услуг	<b>Не знает на базовом уровне:</b> методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов <b>Не умеет на базовом уровне:</b> 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		<b>Не знает на базовом уровне:</b> методы проведения маркетингового исследования	
			<b>Не умеет на базовом уровне:</b> систематизировать и обобщать большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации <b>Не умеет на базовом уровне:</b> создавать отчеты по результатам маркетингового исследования		
		ПК-4.2 Формирует предложения по		<b>Не знает на базовом уровне:</b>	

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

		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"	<b>Не умеет на базовом уровне:</b> обосновывать выбор каналов продвижения с точки зрения общей эффективности работы организации на рынке	
			ПК-5.3. Анализирует трафик на веб-сайт	<b>Не знает на базовом уровне:</b> основы эффективной коммуникации	
				<b>Не умеет на базовом уровне:</b> составлять алгоритмы улучшения качественных показателей трафика	

