

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Петровская Анна Викторовна

Должность: Директор

Дата подписания: 15.10.2024 13:24:25


Уникальный программный ключ:

798bda63758f8e8e32778f6f1710bd17a9070c31fd1b6a6ac5a1f10c8c5199



Приложение 3 к основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение направленность (профиль) программы Товарная экспертиза и оценочная деятельность

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 28.05.2019 № 11
Председатель  Г.Л. Авагян



Кафедра торговли и общественного питания

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
для студентов приема 2020 г.

ФТД.В.03 ИННОВАЦИИ В ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Направление подготовки 38.03.07 Товароведение

Направленность (профиль) Товарная экспертиза и оценочная деятельность

Уровень высшего образования Бакалавриат

Программа подготовки прикладной бакалавриат

Краснодар
2019 г.

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 дисциплины рекомендована к утверждению кафедрой торговли и общественного питания. Протокол от 28.03.2019 № 8

Зав. КТП, к.э.н., доцент

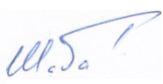


С.Н. Диянова

Согласовано

Протокол заседания Учебно-методического совета от 18.04.2019 № 6

СОГЛАСОВАНО



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

СОДЕРЖАНИЕ

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ.....	4
II. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ.....	9
III. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ.....	12
IV. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ.....	12
V. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	19
VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ.....	24
VII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....	32
VIII. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	34
Лист регистрации изменений.....	42

Приложения:

Карта обеспеченности дисциплины учебными изданиями и иными информационно-библиотечными ресурсами.....	43
---	----

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 ФТД.В.03 «Инновации в торговой деятельности» относится к факультативным дисциплинам учебного плана.

Дисциплина основывается на знаниях следующих дисциплин: «Менеджмент», «Маркетинг», «Экономика организации», «Организация и управление коммерческой деятельности», «Упаковка товаров».

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

1. **Знать:** основы экономических знаний, базовые экономические категории и законы, основные положения, базовые категории и законы социальных, гуманитарных и экономических наук, научные основы ценообразования, ценообразующие характеристики товаров, требования к упаковке и маркировке товаров, правила и сроки хранения, транспортирования и реализации товаров, правила их выкладки в местах продажи согласно стандартам мерчандайзинга, принятым на предприятии, способы предупреждения и сокращения товарных потерь, российские и международные нормативно-правовые документы, регламентирующие качество и безопасность потребительских товаров, основные критерии выбора поставщиков потребительских товаров, порядок организации закупки и составления коммерческих предложений и договоров, основные правила организации и ведения торгово-закупочной деятельности, нормативные акты в области оформления товаросопроводительных документов, их состав и содержание; базовые условия договоров, применяемых в коммерческой деятельности

2. **Уметь:** использовать экономические знания в оценке эффективности результатов в различных сферах деятельности, использовать нормативно-правовые акты и техническую документацию в своей профессиональной деятельности, использовать социальные, гуманитарные и экономические знания при решении профессиональных задач, анализировать коммерческие предложения с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, моды и спроса, новых технологий производства, организовывать и поддерживать торговые связи с поставщиками и покупателями, контролировать выполнение договорных обязательств,

выявлять ценообразующие характеристики товаров на основе анализа потребительских свойств для оценки их рыночной стоимости, осуществлять контроль за соблюдением правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товарно-материальных ценностей, оценивать соблюдение требований к упаковке и маркировке товаров; разрабатывать предложения по предупреждению и сокращению товарных потерь, работать с товаросопроводительными документами, контролировать выполнение условий и сроков поставки товаров, осуществлять документирование и учет торговых операций, контроль наличия материальных ресурсов и продукции на складах, использовать современные информационные технологии в торговой деятельности, проводить инвентаризацию товарно-материальных ценностей.

3. Владеть: способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности, навыками поиска, использования и актуализации правовой и нормативно-технической документации, способностью использовать отдельные методы и приемы социальных, гуманитарных и экономических наук в профессиональной деятельности, навыками анализа и оценки коммерческих предложений и деловой репутации поставщиков, технологией организации торгово-закупочной деятельности в масштабах отдельного торгового предприятия, методами оценки эффективности работы с контрагентами, методами контроля выполнения договорных обязательств, методами выявления ценообразующих характеристик товаров, оценки рыночной стоимости товаров на основе анализа потребительских свойств, методами контроля за соблюдением правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товарно-материальных ценностей, навыками выкладки товаров, способностью разрабатывать предложения по предупреждению и сокращению товарных потерь, методами документальной экспертизы, навыками документирования и учета торговых операций, способностью использовать современные информационные технологии в торговой деятельности, навыками проведения инвентаризации товарно-материальных ценностей.

Изучение дисциплины «Инновации в торговой деятельности» необходимо для дальнейшего освоения таких дисциплин, как: «Таможенная экспертиза», «Экспертиза и оценка продуктов детского питания», «Экспертиза и оценка электробытовых товаров».

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	1 ЗЕТ		
Объем дисциплины в часах	36		
Контактная работа обучающихся с преподавателем (Контакт. часы), всего	18,25	6,25	12,25
1. Аудиторная работа (Ауд), всего:	18	6	12
в том числе:			
лекции, в том числе интерактивные ()	8	2	6
лабораторные занятия, в том числе интерактивные ()	-	-	-
практические (семинарские) занятия, в том числе интерактивные ()	10	4	6
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	0,3
Самостоятельная работа (СР) всего:	17,75	29,75	23,8
в том числе:			
самостоятельная работа в семестре (СРС)	-	26	-

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 в соответствии с видами профессиональной деятельности: торгово-технологической; организационно - управленческой; научно-исследовательской; проектной, логистической, на которые ориентирована программа бакалавриата, должны быть решены следующие профессиональные задачи и сформированы следующие компетенции:

профессиональными компетенциями (ПК-1, ПК-2, ПК-14)

ПК-1 - умением анализировать коммерческие предложения и выбирать поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства;

В результате освоения компетенции **ПК-1** студент должен:

1.Знать: классификацию инноваций, виды инноваций и сферы их использования в торговле, критерии оценки инновационного потенциала торговых предприятий, виды коммерческих предложений, правила выбора поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства

2.Уметь: анализировать коммерческие предложения и выбирать поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства; осуществлять CRM - технологии - управление взаимоотношениями с клиентами; программы лояльности персонала торгового предприятия и покупателей; формировать лояльность на основе реализации клиентоориентированного подхода в работе торгового предприятия на основе диверсификации

3.Владеть: умением анализировать коммерческие предложения и выбирать поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства; развивать франчайзинговые и иные инновационные модели в торговле, владеть аутсорсингом или передачей бизнес-процесса третьей стороне.

ПК-2 - способностью организовывать закупку и поставку товаров, осуществлять связи с поставщиками и покупателями, контролировать выполнение договорных обязательств, повышать эффективность торгово-закупочной деятельности;

В результате освоения компетенции **ПК-2** студент должен:

1.Знать: правила и методы закупки и поставки товаров, основы договорных отношений; системный подход в управлении торговой деятельностью предприятия; систему торговой деятельности предприятия во взаимодействии с внешней средой; процессный подход в управлении торговой деятельностью предприятия; моделирование торгово-закупочных процессов деятельности на предприятиях торговли

2.Уметь: организовывать закупку и поставку товаров, осуществлять связи с поставщиками и покупателями, контролировать выполнение договорных обязательств, повышать эффективность торгово-закупочной деятельности; внедрять ИТ – технологии в закупочную деятельность на предприятия торговли

3. Владеть навыками: способностью организовывать торгово-закупочную деятельность предприятия с применением инновационных технологий, осуществлять связи с поставщиками и покупателями с помощью IT-технологий, контролировать выполнение договорных обязательств, повышать инновационную составляющую торгово-закупочной деятельности

ПК-14 - способностью осуществлять контроль за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи согласно стандартам мерчандайзинга, принятым на предприятии, разрабатывать предложения по предупреждению и сокращению товарных потерь;

В результате освоения компетенции **ПК-14** студент должен:

1. Знать: инновационные подходы к упаковке и маркировке товаров, к организации хранения, транспортирования и реализации товаров, роль инновационной деятельности в интенсификации торгово-технологических процессов, стандарты мерчандайзинга, инновационные пути предупреждения и сокращения товарных потерь

2. Уметь: применять правила и принципы мерчандайзинга в торговой практике; применять бенчмаркинг в торговле, ВТЛ-мероприятия, трейд-маркетинг, проводить различные виды промомероприятий; осуществлять моделирование торговых процессов на предприятии торговли, искать инновационные пути сокращения товарных потерь

3. Владеть: новыми направлениями механизации и автоматизации складов оптовой торговли, внедрением IT – технологий в торгово-технологический процесс, инновационными методиками реализации товаров, правилами мерчандайзинга

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 по вопросам собеседования «Круглый стол»;
- оценка выполнение и представление (презентаций, доклада) реферата, эссе;
- анализ кейс-ситуаций, ситуационных задач,
- проверка выполнение индивидуальных заданий;
- проверка выполнение письменных домашних заданий;
- проверка тестовых заданий.

Промежуточная аттестация проводится:

для очной формы обучения – в 7 семестре – **зачет**

для очно-заочной формы обучения – в 7 семестре – **зачет**

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
Тема 1. Теоретические и методологические основы инноваций в торговой деятельности	Инновация как экономическая категория. Понятие инновация, инновационный процесс, инновационный потенциал. Классификация инноваций. Виды инноваций и сферы их использования в торговле. Критерии оценки инновационного потенциала торговых предприятий.	ПК-1	Входной контроль, лекции, дискуссия; устный опрос, рефераты; тесты, домашнее задание
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-1 ПК-2	Лекции; устный опрос, рефераты; тесты, домашнее задание
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.	ПК-14	лекции; устный опрос; собеседование с элементами дискуссии «Круглый стол»; рефераты; творческое задание, ситуационная задача с использованием кейс-метода

	Новые направления механизации и автоматизации складов оптовой торговли. Внедрение IT – технологий на предприятия торговли		
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-1 ПК-2	лекции; собеседование, ситуационное творческое задание; кейс; эссе
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-14	лекция; собеседование, индивидуальные творческие задания, рефераты, презентации
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-1	интерактивная лекция; устный опрос; кейсы; тесты
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-14	лекции; собеседование с элементами дискуссии «Круглый стол», ситуационное задание; рефераты, кейсы; тесты

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;
письменные или устные домашние задания;
самостоятельная работа студентов, в которую входит освоение теоретического материала, подготовка к практическим занятиям, выполнение письменных или устных заданий, работа с литературой.

2. Методы обучения с применением интерактивных форм образовательных технологий:

интерактивные лекции;
анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода;
индивидуальные творческие задания;
деловые ситуации;
круглые столы;
обсуждение подготовленных студентами рефератов;
обсуждение подготовленных студентами эссе;
презентации.

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) : учебник для бакалавров / Л. П. Дашков, В. К. Памбуччианц, О. В. Памбуччианц. — 12-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 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. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 237 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-011323-4. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=353911>
3. Щербаков, В. Н. Инвестиции и инновации : учебник / В. Н. Щербаков, Л. П. Дашков, К. В. Балдин [и др.] ; под ред. д.э.н., проф. В. Н. Щербакова. — 3-е изд. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К^о», 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/
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. Синяева, И.М. Модель коммерческой системы инновационного маркетинга [Электронный ресурс] : Монография / И. М. Синяева. — Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 166 с. - ISBN 978-5-394-02523-5. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=69334>
2. Парамонова, Т. Н. Маркетинг торгового предприятия : учебник для бакалавров / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк, В. В. Лукашевич ; под ред. Т. Н. Парамоновой. - 2-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. — 282 с. - ISBN 978-5-394-03540-1.Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=358504>
3. Яковлев, Г. А. Основы коммерции : учебное пособие / Г.А. Яковлев. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 224 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-014364-4. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=345087>
- 4.Инновационная деятельность предприятия: Учебник / А.Ф. Наумов, А.А. Захарова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 256 с.: (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-009521-. - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=134773>
- 5.Полетаев В.Э. Государство и бизнес в России: инновации и перспективы. Монография. Уровень образования: Дополнительное профессиональное образование / В.Э.Полетаев. Издательство: ИНФРА-М, 2016. – 282 с. Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=352119>
- 6.Менеджмент инноваций: Учебное пособие / Ю.П.Анисимов, В.П.Бычков, И.В.Куксова - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 147 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Обложка) ISBN 978-5-16-010775-2 - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=193722>

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

Перечень информационно-справочных систем

1. Информационная справочно-правовая система Консультант плюс (локальная версия)
2. Справочно-правовая система Гарант (локальная версия)
3. Информационно-правовая система «Законодательство России» <http://pravo.gov.ru/ips/>
4. Правовая справочно-консультационная система «Кодексы и законы РФ» <http://kodeks.systems.ru>
5. Электронный фонд нормативно-технической и нормативно-правовой информации <http://docs.cntd.ru/>

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 НПП Краснодарского филиала <http://vrgteu.ru/course/view.php?id=6680>

Перечень профессиональных баз данных

1. Библиографическая и реферативная база данных Scopus
<https://www.elsevier.com/solutions/scopus>
2. Исследовательская база данных EBSCO <https://www.ebsco.com/>
3. База данных PATENTSCOPE <https://patentscope.wipo.int/search/ru/search.jsf>
4. База данных стандартов и регламентов Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии (Росстандарт)
<https://www.rst.gov.ru/portal/gost/home/standarts/catalognational>

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

1. Официальный сайт Министерства экономического развития <http://economy.gov.ru/minec/main>
2. Официальный сайт Министерства экономики Краснодарского края <http://economy.krasnodar.ru/>
3. Российский статистический ежегодник http://www.gks.ru/bgd/regl/b18_13/Main.htm
4. Научно-образовательный портал «Экономика и управление на предприятии». БИБЛИОТЕКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ <http://www.eup.ru>
5. Сайт «Компьютерная поддержка учебно-методической деятельности филиала» <http://vrgteu.ru>
6. Энциклопедиум [энциклопедии, словари, справочники] - справочный портал
<http://enc.biblioclub.ru>
7. КиберЛенинка - научная электронная библиотека (журналы) <http://cyberleninka.ru/>
8. Университетская информационная система РОССИЯ (УИС РОССИЯ) - тематическая электронная библиотека и база данных для исследований и учебных курсов
<http://www.uisrussia.msu.ru/>
9. Союз «Краснодарская торгово-промышленная палата» - . <http://www.tppkuban.ru>
10. Электронный журнал для потребителей «СПРОС» - www.spros.ru .
11. Официальный сайт Общества защиты прав потребителей - <http://www.ozpp.ru/>
12. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» - [www. dis. Ru](http://www.dis.Ru), <http://www.mavriz.ru/>

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,
4. PeaZip,
5. 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?

Эссе, рефераты, доклады по теме

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.

Рефераты, доклады по теме:

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.

Рефераты, доклады по теме:

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?

Рефераты, доклады по теме:

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 мерчендайзинга в торговых предприятиях различных видов и типов. 3. Назовите причины появления мерчендайзинга на российском рынке.
4. Назовите отличия мерчендайзинга от традиционных технологий продаж.

Рефераты, доклады по теме:

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 ВТЛ- услуги.

Рефераты, доклады по теме:

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 ВТЛ- 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 мультимедийным оборудованием и учебно-наглядными пособиями, для практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, 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 дисциплинами 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 ИК	Контактная работа по промежуточной аттестации, Катт	Консультация перед экзаменом, КЭ	Контактная работа по промежуточной аттестации и в период экз. 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	1	-	2	-	-	-	-	-	-	Лит., П.з	2	-	Входной контроль, лекции, дискуссия; устный опрос, рефераты; тесты, презентации, домашнее задание
Тема 2. Инвестиции как источник развития инновационной деятельности торгового предприятия	1	1	-	2	-	-	-	-	-	-	Лит., П.з	2	-	Лекции; устный опрос, рефераты; тесты, домашнее задание
Тема 3. Совершенствование развития инновационной деятельности предприятий торговли.	1	2	-	3	-	-	-	-	-	-	Лит., П.з	2	-	лекции; устный опрос; рефераты; презентации, собеседование с элементами дискуссии «Круглый стол»; творческое задание,

	ц и и	кие зая тия	ные рабо ты	г о	л е к ц и и	практ . заян тия	суль тация ИК	промежу т-очной аттеста ции, Катт	ном, КЭ	аттеста ции в период. сессии, Катт		час	сию	
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	<i>1</i>	<i>1</i>	-	<i>2</i>	-	-	-	-	-	-	Лит., П.з	4	-	практические занятия, самостоятельная работа студентов, контрольная работа
Тема 2. Инвестиции как источник развития инновационной деятельности торгового предприятия	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Лит., П.з	4	-	практические занятия, самостоятельная работа студентов, контрольная работа
Тема 3. Совершенствование развития инновационной деятельности предприятий торговли.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Лит., П.з	4	-	практические занятия, самостоятельная работа студентов, контрольная работа
Тема 4. Инновационный подход в управлении торговой деятельностью	-	<i>1</i>	-	<i>1</i>	-	-	-	-	-	-	Лит., П.з	4	-	практические занятия, самостоятельная работа студентов, контрольная работа
Тема 5. Состояние и перспективы развития внемагазинных форм продажи в России	-	<i>1</i>	-	<i>1</i>	-	-	-	-	-	-	Лит., П.з	4	-	практические занятия, самостоятельная работа студентов, контрольная работа
Тема 6. Развитие клиентоориентированного подхода в работе торгового предприятия	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Лит., П.з	3	-	практические занятия, самостоятельная работа студентов, контрольная работа
Тема 7. Инновационные технологии в организации торговой деятельности	<i>1</i>	<i>1</i>	-	<i>2</i>	-	-	-	-	-	-	Лит., П.з	3	-	практические занятия, самостоятельная работа студентов, контрольная работа
Итого:	2	4	-	6	-	-	-	-	-	-		26		
Зачет	-	-	-	-	-	-	-	0,25	-	3,75	-	-	-	

Всего по дисциплине	-	-	-	6	-	-	-	0,25	-	3,75	-	26	-	36
----------------------------	---	---	---	----------	---	---	---	-------------	---	-------------	---	-----------	---	-----------

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 ИК	Контактная работа по промежуточной аттестации, Катт	Консультация перед экзаменом, КЭ	Контактная работа по промежуточной аттестации и в период экз. 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	-	1	-	-	-	-	-	-	Лит., П.з	3	-	устный опрос, тест, проверка письм. дом. задания, рефераты,
Тема 2. Инвестиции как источник развития инновационной деятельности торгового предприятия	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	Лит., П.з	2	-	устный опрос, проверка письм. дом. задания, рефераты, тест
Тема 3. Совершенствование развития инновационной деятельности предприятий торговли.	1	1	-	2	-	-	-	-	-	-	Лит., П.з	4	-	устный опрос, собеседование, дискуссия «Круглый стол»; кейс, рефераты; творческое задание, тест
Тема 4. Инновационный подход в управлении торговой деятельностью	1	2	-	3	-	-	-	-	-	-	Лит., П.з/2	4	-	тест, проверка, письм. дом. задания, ситуационное задание, кейс, эссе
Тема 5. Состояние и перспективы развития	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	Лит., П.з	4	-	собеседование, проверка индивид. дом.

внемагазинных форм продажи в России														заданий, рефераты, презентации
Тема 6. Развитие клиентоориентированного подхода в работе торгового предприятия	-	-		-	-	-					Лит., П.з	3		устный опрос, проверка письм.дом. задания, тест, кейсы
Тема 7. Инновационные технологии в организации торговой деятельности	2	2		4		-					Лит., П.з	3,8		устный опрос, дискуссия в форме «Круглого стола», проверка письм. дом. задания, анализ деловой ситуации на основе кейса, тест, рефераты
Итого:	6	6	-	12		-	-	-	-			23,8		
Зачет	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,3	-	-	-	
Всего по дисциплине	-	-	-	18	-	-	-	-	-	0,3	-	23,8		-

Формы самостоятельной работы и затраты времени студентов на самостоятельное выполнение конкретного содержания учебного задания (контрольной, расчетной работы и др.) по дисциплине «Инновации в торговой деятельности» определены в «Методическом пособии по организации самостоятельной работы» для студентов направления подготовки программы бакалавриата 38.03.07 Товароведение направленность (профиль) Товарная экспертиза и оценочная деятельность, 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 (контрольной, курсовой, расчетной работы и др.) определяются преподавателем, ведущим занятия по дисциплине, эмпирически.

Сокращения, используемые в Тематическом плане изучения дисциплины, таблица 5.3

Таблица 5.3

Сокращение	Вид работы
Док.пр.	Доклад презентация
А.д.с.	Анализ деловых ситуаций на основе кейс-метода
Лит	Работа с литературой
П.з.	Письменные задания- выполнение письменной домашней работы
И.л.	Интерактивная лекция
Дис.к.с	Дискуссия (круглый стол)

VI. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Оценочные материалы 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:

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

Задание 1

Франчайзи в системе:

- а) может быть несколько в одной франчайзинговой системе;
- б) в зависимости от условий договора с франчайзером;
- в) всегда один.

Задание 2

Поддержка и контроль со стороны франчайзера осуществляется:

- а) на всех этапах функционирования франчайзи;
- б) только после открытия магазина;
- в) только до открытия магазина.

Задание 3

Франчайзинг эффективен:

- а) в капиталоемких отраслях;
- б) в отраслях, где трудовые затраты являются показателем более предпочтительным, чем эффективность;
- в) если компании отрасли осуществляют свою деятельность в пределах ограниченного географического региона;
- г) в отраслях, в которых существует возможность применения технологий невысокой стоимости, доступных для большей части производителей.

Задание 4

Получение франчайзи права производить и реализовать товары под знаком франчайзера:

- а) товарный франчайзинг;
- б) бизнес- формат;
- в) производственный франчайзинг;
- г) субфранчайзинг.

Задание 5

Франчайзи, который управляет более, чем одной торговой точкой, данной франшизы:

- а) множественная франшиза;
- б) добросовестная франшиза;
- в) мобильная франшиза.

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

3. Вопросы к зачету

Номер вопроса	Перечень вопросов к зачету
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 ВТL, 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.	Основные признаки классификации инноваций
52.	Основные мотивы развития инновационной деятельности
53.	Жизненный цикл инноваций
54.	Этапы реализации инновационного цикла
55.	Понятие о новшествах и инновациях
56.	Оценка инновационного потенциала
57.	Основные источники финансирования инноваций
58.	Магазинные и внемагазинные формы продажи товаров.
59.	Организация размещения и выкладки товаров с учетом мерчандайзинга
60.	Характеристика внемагазинным формам торговли.

Практические задания к зачету

№ п/п	Перечень вопросов к зачету
1.	<i>Инновация это:</i> а) новшество б) нововведение в) инновационный процесс г) инновационная деятельность д) инновационный потенциал
2.	<i>В зависимости от глубины вносимых изменений инновации подразделяются на:</i> а) радикальные; б) научные; в) модификационные; г) улучшающие; д) процессные; е) предметные
3.	<i>Как называются инновации, характеризующие применение новых методов организации производства:</i> а) продуктовые б) процессные в) технические г) рыночные
4.	Товарный рынок – это сфера реализации конкретного....
5.	Товар - это средство удовлетворения потребностей потребителей, которое выступает в качестве объекта сделки купли-продажи или просто....
6.	<i>Установите соответствие между видом эффекта от использования инноваций в деятельности предприятия питания и их показателями, отражающими влияние инноваций на неё</i>

	<p>Экономический =</p> <p>Научно-технический =</p> <p>Финансовый =</p> <p>Ресурсный =</p> <p>Социальный =</p> <p>Экологический =</p> <p>а) расчет показателей базируется на финансовых показателях</p> <p>а) новизна, простота, полезность, эстетичность, компактность</p> <p>а) показатели учитывают в стоимостном выражении все виды результатов и затрат, обусловленных реализацией инноваций</p> <p>а) показатели отражают влияние инновации на объем производства и потребления того или иного вида ресурса</p> <p>а) шум, электромагнитное поле, освещенность (зрительный комфорт), вибрация. Показатели учитывают влияние инноваций на окружающую среду</p> <p>а) показатели учитывают результаты влияния инноваций на человеческий потенциал</p>
7.	<p><i>По степени рыночной новизны инновации различают:</i></p> <p>а) адаптационные</p> <p>б) опережающие</p> <p>в) первичные</p> <p>г) вторичные</p>
8.	<p><i>Инновационный проект это:</i></p> <p>а) форма целевого управления инновационной деятельностью</p> <p>б) комплект документов</p> <p>в) новация</p>
9.	<p><i>Относительно внешней среды инновационная стратегия может быть:</i></p> <p>а) наступательная</p> <p>б) оборонительная</p> <p>в) адаптационная</p> <p>г) ситуационная</p>
10.	<p><i>Методами управления инвестиционным риском может быть:</i></p> <p>а) диверсификация</p> <p>б) передача (аутсорсинг)</p> <p>в) вероятность возникновения</p> <p>г) хеджирование</p> <p>д) логическое сложение рисков</p>
11.	<p><i>Функции государства в инновационной сфере это:</i></p> <p>а) аккумулярование средств</p> <p>б) стимулирование инноваций</p> <p>в) координация инновационной деятельности</p> <p>г) правовое обеспечение</p> <p>д) кадровое обеспечение</p>
12.	<p><i>Какие из этапов жизненного цикла продукции связаны со значительными рискоинвестициями?</i></p> <p>а) снижение объемов производства и продаж</p> <p>б) технологическое освоение выпуска новой продукции</p> <p>в) стабилизация объемов производства промышленной продукции</p> <p>г) исследования и разработки по созданию новой продукции</p>
13.	<p><i>Франчайзи в системе:</i></p> <p>а) может быть несколько в одной франчайзинговой системе;</p> <p>б) в зависимости от условий договора с франчайзером;</p> <p>в) всегда один.</p>
14.	<p><i>Поддержка и контроль со стороны франчайзера осуществляется:</i></p>

	<ul style="list-style-type: none"> а) на всех этапах функционирования франчайзи; б) только после открытия магазина; в) только до открытия магазина.
15.	<p><i>Франчайзинг эффективен:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) в капиталоемких отраслях; б) в отраслях, где трудовые затраты являются показателем более предпочтительным, чем эффективность; в) если компании отрасли осуществляют свою деятельность в пределах ограниченного географического региона; г) в отраслях, в которых существует возможность применения технологий невысокой стоимости, доступных для большей части производителей.
16.	<p><i>Получение франчайзи права производить и реализовать товары под знаком франчайзера:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) товарный франчайзинг; б) бизнес- формат; в) производственный франчайзинг; г) субфранчайзинг.
17.	<p><i>Франчайзи, который управляет более, чем одной торговой точкой, данной франшизы:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) множественная франшиза; б) добросовестная франшиза; в) мобильная франшиза.
18.	<p><i>Какова основная цель мерчендайзинга?</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) повышение культуры обслуживания покупателей б) повышение конкурентоспособности розничного предприятия в) продвижение товаров и повышение лояльности покупателей
19.	<p><i>Основными задачами мерчендайзинга можно считать следующие:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) управление сбытом б) оптимизация товарных запасов в) поддержание конкурентоспособности предприятия г) совершенствование рекламно-коммуникационной политики д) совершенствование торгово-технологического процесса в магазине е) управление поведением потребителей
20.	<p><i>Какие факторы учитываются при размещении товаров в торговом зале?</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) оптимальное расположение товарных групп б) размеры площади торгового зала в) оптимальное использование пространства торгового зала г) специфика ассортимента д) способы замедления потока покупателей е) расположение основных и дополнительных точек продажи
21.	<p><i>С помощью средств мерчендайзинга можно:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) увеличить оборот по наиболее выгодной категории товара б) использовать методы ценового стимулирования в) улучшить качество товаров г) привлечь внимание покупателей к новым торговым маркам
22.	<p><i>Мерчендайзинговый подход к распределению торгового зала на зоны учитывает:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) эффективность использования торговой площади б) характеристику основных состояний поведения посетителей во время движения по торговому залу в) размеры торгового зала г) специфику ассортимента поставщика
23.	<p><i>Основные процедуры мерчендайзинга:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) представление товаров в торговом зале б) проведение ПР-компаний магазина 9

	<ul style="list-style-type: none"> в) оформление места продажи г) реклама в СМИ
24.	<p><i>Основные процедуры мерчендайзинга:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) оформление мест продажи б) реклама в СМИ в) представление товаров в торговом зале г) проведение специальных акций (промо-акций, дегустации)
25.	<p><i>Разновидность франчайзинга, при котором в качестве товара выступает сервисная услуга:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) сервисный франчайзинг; б) субфранчайзинг; в) товарный франчайзинг.
26.	<p><i>Франчайзинг – это:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) это продажа прав на использование товарной маркой фирмы и/или технологии обслуживания; б) регистрация прав на изобретения и ноу-хау; в) финансирование поставщика в обмен на уступку долга покупателя за отгруженные товары или оказанные услуги; г) комплекс имущественных и экономических отношений, возникающих в связи с приобретением в собственность имущества и последующей сдачей его во временное пользование за определенную плату.
27.	<p><i>Компания, которая выдает лицензию или передает в право пользования свой товарный знак, ноу-хау и операционные системы, называется:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) лицензиат; б) франчайзор; в) лицензиар; г) франчайзи; д) делькредере
28.	<p><i>Мероприятия по стимулированию торгового персонала следующие:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) прямой маркетинг б) мотивация через материальные и моральные стимулы в) мерчендайзинг г) обучение
29.	<p><i>Франчайзи, который обычно несет ответственность за более, чем одну торговую точку, и, в большинстве случаев, полностью отвечает за развитие франчайзинговой деятельности (через других франчайзи) на конкретной территории:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) держатель генеральной лицензии; б) конверсионный франчайзи; в) франчайзинг бизнес-формата.
30.1.	<p><i>Соглашение между франчайзером и франчайзи, описывающее условия соглашения, права и обязанности обеих заинтересованных сторон:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) франшиза; б) роялти; в) франчайзинговый контракт.
31.	<p><i>Компонентами инновационной микросреды (ближнее окружение) являются:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) инновационный потенциал б) давление потребителей в) организационная инновационная культура г) условие отраслевой конкуренции д) персонала предприятия е) инвесторы и партнеры по кооперации
32.	<p><i>Компонентами инновационной внутренней среды являются:</i></p>

	<ul style="list-style-type: none"> а) инновационный потенциал б) инфраструктура инновационной деятельности в) организационная инновационная культура г) условия отраслевой конкуренции д) персонал предприятия е) технология производства
33.	<p><i>Компонентами инновационной макросреды (далее окружение) являются:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) ресурсное обеспечение инновационного процесса б) технология и организационная структура инновационной деятельности в) нормативно-правовое регулирование инновационной деятельности г) инвестиционный климат д) демографическая ситуация е) государственная инновационная политика
34.	<p><i>Задачами федерального уровня государственного регулирования торговой деятельности являются:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) таможенное, валютное и финансовое регулирование б) создание нормативной базы и формирование единой политики в области стандартизации, сертификации услуг торговли и общественного питания в) установление правил продажи отдельных товаров и оказания отдельных видов услуг г) установление ценовой политики торговых предприятий
35.	<p><i>В зависимости от глубины вносимых изменений инновации подразделяются на:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) радикальные б) научные в) модификационные г) улучшающие д) процессные е) предметные
36.	<p><i>Как называют организационный механизм предприятия, обеспечивающий реализацию инновационной стратегии?</i></p> <ul style="list-style-type: none"> а) инновационный потенциал б) стратегический потенциал в) инновационный проект г) производственный потенциал д) организационная структура

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 3. Совершенствование развития инновационной деятельности предприятий торговли

1. Роль внедрения инноваций в торговле. Анализ инновационной деятельности в торговле.
2. Основные задачи нововведений в торговле.
3. Инновации в организации сетевой розничной торговли.
4. Современные форматы розничной торговли и их торговая концепция.

5. Особенности стратегии развития современных форматов в розничной торговле.
6. Инновационная деятельность и их роль в интенсификации торгово-технологических процессов оптовой торговли.
7. Основные тенденции в развитии оптового звена (кооперирование или концентрация, диверсификация).

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.

Тематика эссе

1. Содержания работ по закупке товаров.
2. Организации работ по оптовой продаже товаров со склада.
3. Управления финансами.
4. Мониторинг платежей товарополучателями.
5. Ценообразования.
6. Управления товарными запасами.

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

Ситуационное задание: проблемная ситуация

Цель задания: закрепление знаний об организационных формах управления интегрированными формами коммерческой деятельности.

Содержание задания: на российском рынке получает развитие сеть торговых домов. Примером может служить такая сеть на рынке кондитерских изделий, объединенная ОАО Кондитерским концерном «Бабаевский», объединяющем сеть торговых домов в Казани, Красноярске, Мурманске, Омске, Оренбурге и др. городах.

Каковы цели добровольного объединения торговых домов в единый концерн? Вид интеграции: а) при создании торгового дома, как формата интегрированной организации; б) при объединении торговых домов в концерн. Определите тип торговых домов, входящих в кондитерский концерн по характеру деятельности.

Ситуационная задача с использованием кейс-метода

Структура кейса: предъявление темы занятия, формулировка проблемы, вопросов, задания, подробное описание практических ситуаций, сопутствующие факты, положения, варианты, альтернативы.

Учебно-методическое обеспечение: наглядный, раздаточный, иллюстративный материал, рекомендации по работе с кейсом, литература основная и дополнительная.

Режим работы с кейсом.

Оценка работы по этапам.

Алгоритм и продолжительность работы по кейс-методу

Номер этапа	Наименование этапа	Время этапа, мин
1	Подготовка к занятию преподавателем и студентами	Домашняя работа
2	Организационная часть. Выдача кейса	5
3	Индивидуальная самостоятельная работа студентов с кейсом. Получение дополнительной информации	10
4	Проверка усвоения теоретического материала по теме	10
5	Работа студентов в микрогруппах	30
6	Дискуссия (коллективная работа студентов)	15
7	Оформление студентами итогов работы	5
8	Подведение итогов преподавателем	5

Собеседование с элементами дискуссии «Круглый стол» по обсуждению проблемы «Инновационные процессы в торговле»; проведение дискуссий по тематике:

1. Основные направления развития сети современных форматов розничной торговли в России и за рубежом. Обоснуйте перспективные направления развития розничной торговой сети.
2. Инновационные процессы в области организации оптовой торговли.
3. Развитие сети предприятий оптовой торговли современных форматов.
4. Современные проблемы в сфере информационно-компьютерного обеспечения деятельности предприятий оптовой торговли.
5. Инновационные процессы в области технологии оптовой торговли.
6. Инновации в области механизации и автоматизации складских предприятий.

«Круглый стол» 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:

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».

7. Примеры тестов для контроля знаний (не более 5 примеров)

1. Инновационная деятельность это:

- 1) деятельность, связанная с осознание потребности или возможности изменений, поиск и разработка новшества;
- 2) вид деятельности, непосредственно связанный с получением, воспроизводством новых научных, научно-технических знаний и их реализацией в материальной сфере экономики;
- 3) сертификация наукоемкой продукции, предоставление осваивающим и производящим ее предприятиям услуг в области стандартизации и контроля качества.

2. *Что не является препятствием для успешной инновационной деятельности крупных организаций:*

- 1) сложность иерархической структуры;
- 2) увеличения объема денежных средств;
- 3) сопротивление переменам;
- 4) ориентация на сбалансированное достижение высокого уровня показателей работы во всех организационных звеньях.

3. *Что представляет собой агломерацию наукоемких фирм и исследовательских подразделений промышленных компаний, группирующихся вокруг крупных научных и учебных центров, главным образом, университетов:*

- 1) технопарк;
- 2) промышленный парк;
- 3) научный парк;
- 4) инновационный центр.

4. *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.

5. *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

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 курсовых работах (<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.
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
Эссе	Эссе от французского «essai», англ. «essay», «assay» - попытка, проба, очерк; от латинского «exagium» - взвешивание. Создателем жанра эссе считается М.Монтень («Опыты», 1580 г.). Это прозаическое сочинение - рассуждение небольшого объема со свободной композицией. Жанр критики и публицистики, свободная трактовка какой-либо проблемы. Эссе выражает индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу и заведомо не претендует на определяющую или исчерпывающую трактовку предмета. Эссе должно содержать: четкое изложение сути поставленной проблемы, включать самостоятельно проведенный анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария, рассматриваемого в рамках дисциплины, выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. В зависимости от специфики дисциплины формы эссе могут значительно дифференцироваться. В некоторых случаях это может быть анализ имеющихся статистических данных по изучаемой проблеме, анализ материалов из средств массовой информации и использованием изучаемых моделей, подробный разбор предложенной ситуационной задачи с развернутыми мнениями, подбор и детальный анализ примеров, иллюстрирующих проблему и т.д.
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.
Метод кейс-стади	Обучение, при котором студенты и преподаватели участвуют в непосредственном обсуждении деловых ситуаций или задач. При данном методе обучения студент самостоятельно вынужден принимать решение и обосновать его
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
Круглый стол	Один из наиболее эффективных способов для обсуждения острых, сложных и актуальных на текущий момент вопросов в любой профессиональной сфере, обмена опытом и творческих инициатив. Такая форма общения позволяет лучше усвоить материал, найти необходимые решения в процессе эффективного диалога
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.

8.1 Формирование балльной оценки по дисциплине «Инновации в торговой деятельности» для студентов очной и очно-заочной формы обучения программы бакалавриата

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 (экзамен, зачет)	40
Итого	100

Критерии оценки заданий текущего контроля успеваемости обучающегося в семестре

- 1) Расчет баллов по результатам текущего контроля
- для студентов очной и очно-заочной формы обучения

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	0,5
		проверка теста	1,0
		дискуссия	0,5
		рефераты	1,0
		Итого:	3
	Тема 2. Инвестиции как источник развития инновационной деятельности торгового предприятия	устный опрос	0,5
		проверка теста	0,7
		дискуссия	0,5
		рефераты	0,8
		Итого:	2,5
	Тема 3. Совершенствование развития инновационной деятельности предприятий торговли	устный опрос;	0,3
		собеседование с элементами дискуссии «Круглый стол»	0,5
		рефераты;	0,5
		творческое задание,	1,0
		ситуационная задача с использованием кейс-метода	0,7
		Итого:	3
	Тема 4. Инновационный подход в управлении торговой деятельностью	устный опрос	0,7
		эссе	0,8
		собеседование	0,7
		ситуационная задача с использованием кейс-метода	0,8
Итого:		3	
Тема 5. Состояние и перспективы развития внемагазинных форм продажи в России	собеседование	0,7	
	индивидуальные творческие задания	0,8	
	рефераты,	0,7	
	тесты	0,8	
	Итого:	3	
Тема 6. Развитие клиентоориентированного подхода в работе торгового предприятия	устный опрос	0,5	
	кейсы;	1,0	
	тесты	1,0	
	Итого:	2,5	
Тема 7. Инновационные технологии в организации торговой деятельности	собеседование	0,5	
	дискуссия «Круглый стол»	0,5	
	ситуационное задание	0,5	
	рефераты	0,5	
	кейсы	0,5	
	тесты	0,5	
	Итого:	3	
Всего		20	

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 оценивания письменного домашнего задания:

1 балл - выставляется студенту, если исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает материал, умеет тесно увязывать теорию с практикой, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач;

0,7 баллов - выставляется студенту, если он по существу излагает материал, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения;

0,4 балла - выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

0,2 балла - выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями отвечает на практикоориентированные вопросы.

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

Каждая форма интерактивного занятия нацелена на формирование у студентов навыков коллективной работы, а также навыков формулирования собственных выводов и суждений относительно проблемного вопроса. Вместе с тем, формы проведения предусмотренных занятий различаются, поэтому критерии оценивания устанавливаются отдельно для каждой формы занятий. Максимальный балл за участие в круглом столе, учебной дискуссии или деловой игре – 3 балла.

Критерии оценивания с элементами дискуссии «Круглый стол»

3 балла - выставляется студенту, если он высказывает собственное суждение по вопросу (1 балл), аргументировано отвечает на вопросы оппонентов; выступает с проблемным вопросом (1 балл); демонстрирует предварительную информационную готовность к обсуждению (0,5балла); грамотно и четко формулирует вопросы к выступающему (0,5балла)

Критерии оценивания работы студента в учебной дискуссии

3 балла - выставляется студенту, если он демонстрирует полное понимание обсуждаемой проблемы, высказывает собственное суждение по вопросу, аргументировано отвечает на вопросы участников, соблюдает регламент выступления (1,4 балла); понимает суть рассматриваемой проблемы, может высказать типовое суждение по вопросу, отвечает на вопросы участников, однако выступление носит затянутый или не аргументированный характер (1 балл); Принимает участие в обсуждении, однако собственного мнения по вопросу не высказывает, либо высказывает мнение, не отличающееся от мнения других докладчиков (0,6 балла).

Критерии оценки кейс-задания

3 балла 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;

2 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;

1 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 эссе

3 балла выставляется студенту, если представлена собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы; проблема раскрыта на теоретическом уровне, в связях и с обоснованиями, с корректным использованием обществоведческих терминов и понятий в контексте ответа; дана аргументация своего мнения с опорой на факты общественной жизни или личный опыт.

2 балла выставляется студенту, если представлена собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы; проблема раскрыта с корректным использованием обществоведческих терминов и понятий в контексте ответа (теоретические связи и обоснования не присутствуют или явно не прослеживаются); дана аргументация своего мнения с опорой на факты общественной жизни или личный социальный опыт.

1 балл выставляется студенту, если представлена собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии проблемы; проблема раскрыта при формальном использовании обществоведческих терминов; дана аргументация своего мнения с опорой на факты общественной

жизни или личный социальный опыт без теоретического обоснования.

0,5 балла выставляется студенту, если представлена собственная точка зрения (позиция, отношение) при раскрытии темы; проблемы, проблема раскрыта на бытовом уровне; аргументация своего мнения слабо связана с раскрытием проблемы.

Обобщая, подчеркнем три важнейших компонента оценки:

- четко сформулированное понимание проблемы и ясно выраженное отношение к ней;
- логически соединенные в единое повествование термины, понятия, теоретические обобщения, относящиеся к раскрываемой проблеме;
- четкая аргументация, доказывающая позицию студента (в виде исторических фактов, современных социальных процессов, конкретных случаев из вашей жизни и жизни ваших близких, статистических данных и т. п.). Важно связать выбранное высказывание с содержанием науки, к которой оно отнесено.

Критерии оценки индивидуального творческого задания

5 баллов выставляется студенту, если он правильно выполнил индивидуальное творческое задание. Показал отличное владение навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. Ответил на все дополнительные вопросы на защите.

4 балла выставляется студенту, если он выполнил индивидуальное творческое задание с небольшими неточностями. Показал хорошие владения навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. Ответил на большинство дополнительных вопросов на защите.

3 балла выставляется студенту, если он выполнил индивидуальное творческое задание с существенными неточностями. Показал удовлетворительное владение навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. При ответах на дополнительные вопросы на защите было допущено много неточностей.

2 балла выставляется студенту, если при выполнении индивидуального творческого задания студент продемонстрировал недостаточный уровень владения умениями и навыками при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала. При ответах на дополнительные вопросы на защите было допущено множество неточностей.

Критерии оценки выступления с использованием электронной презентации

3 балла выставляется студенту, если соответствует:

- структура - количество слайдов соответствует содержанию и продолжительности выступления (для 5-минутного выступления рекомендуется использовать не более 12-15 слайдов); наличие титульного слайда; наличие информации об авторах; оформлены ссылки на все использованные источники
- текст на слайдах - текст на слайде представляет собой опорный конспект (ключевые слова, маркированный или нумерованный список), без полных предложений; наиболее важная информация выделяется с помощью цвета, размера, эффектов анимации и т.д.
- наглядность - оформление слайдов соответствует теме, не препятствует восприятию содержания; для всех слайдов презентации используется один и тот же шаблон оформления; текст легко читается; презентация не перегружена эффектами.
- содержание - презентация отражает основные этапы исследования (проблема, цель, гипотеза, ход работы, выводы, ресурсы); содержит ценную, полную, понятную информацию по теме; ошибки и опечатки отсутствуют.

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, максимально
1. Написание научной статьи	10
2. Подготовка доклада на научно-практическую конференцию	10
Итого	20

Критерии оценки промежуточной аттестации

Зачет по результатам изучения дисциплины «Инновации в торговой деятельности» в 7 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;
- тестовые задания – по 10 баллов.

В случае частично правильного ответа на вопрос или тестового задания, студенту начисляется определенное преподавателем количество 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	«отлично» «зачтено»	ПК-1	<p>Знает верно и в полном объеме: классификацию инноваций, виды инноваций и сферы их использования в торговле, критерии оценки инновационного потенциала торговых предприятий, виды коммерческих предложений, правила выбора поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства</p> <p>Умеет верно и в полном объеме: анализировать коммерческие предложения и выбирать поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства; осуществлять CRM - технологии - управление взаимоотношениями с клиентами; программы лояльности персонала торгового предприятия и покупателей; формировать лояльность на основе реализации клиентоориентированного подхода в работе торгового предприятия на основе диверсификации</p> <p>Владеет навыками верно и в полном объеме: умением анализировать коммерческие предложения и выбирать поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства; развивать франчайзинговые и иные инновационные модели в торговле, владеть аутсорсингом или передачей бизнес-процесса третьей стороне</p>
		ПК-2	<p>Знает верно и в полном объеме: правила и методы закупки и поставки товаров, основы договорных отношений; системный подход в управлении торговой деятельностью предприятия; систему торговой деятельности предприятия во взаимодействии с внешней средой; процессный подход в управлении торговой деятельностью предприятия; моделирование торгово-закупочных процессов деятельности на предприятиях торговли</p> <p>Умеет верно и в полном объеме: организовывать закупку и поставку товаров, осуществлять связи с поставщиками и покупателями, контролировать выполнение договорных обязательств, повышать эффективность торгово-закупочной деятельности; внедрять ИТ – технологии в закупочную деятельность на предприятия торговли</p> <p>Владеет навыками верно и в полном объеме: способностью организовывать торгово-закупочную деятельность предприятия с применением инновационных технологий, осуществлять связи с поставщиками и покупателями с помощью ИТ-технологий, контролировать выполнение договорных обязательств, повышать инновационную составляющую торгово-закупочной деятельности</p>

		ПК-14	<p>Знает верно и в полном объеме: инновационные подходы к упаковке и маркировке товаров, к организации хранения, транспортирования и реализации товаров, роль инновационной деятельности в интенсификации торгово-технологических процессов, стандарты мерчандайзинга, инновационные пути предупреждения и сокращения товарных потерь</p> <p>Умеет верно и в полном объеме: применять правила и принципы мерчандайзинга в торговой практике; применять бенчмаркинг в торговле, BTL-мероприятия, трейд-маркетинг, проводить различные виды промомероприятий; осуществлять моделирование торговых процессов на предприятии торговли, искать инновационные пути сокращения товарных потерь</p> <p>Владеет навыками верно и в полном объеме: новыми направлениями механизации и автоматизации складов оптовой торговли, внедрением IT – технологий в торгово-технологический процесс, инновационными методиками реализации товаров, правилами мерчандайзинга</p>
70 – 84 баллов	«хорошо» «зачтено»	ПК-1	<p>Знает с незначительными замечаниями: классификацию инноваций, виды инноваций и сферы их использования в торговле, критерии оценки инновационного потенциала торговых предприятий, виды коммерческих предложений, правила выбора поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства</p> <p>Умеет с незначительными замечаниями: анализировать коммерческие предложения и выбирать поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства; осуществлять CRM - технологии - управление взаимоотношениями с клиентами; программы лояльности персонала торгового предприятия и покупателей; формировать лояльность на основе реализации клиентоориентированного подхода в работе торгового предприятия на основе диверсификации</p> <p>Владеет навыками с незначительными замечаниями: умением анализировать коммерческие предложения и выбирать поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства; развивать франчайзинговые и иные инновационные модели в торговле, владеть аутсорсингом или передачей бизнес-процесса третьей стороне</p>
		ПК-2	<p>Знает с незначительными замечаниями: правила и методы закупки и поставки товаров, основы договорных отношений; системный подход в управлении торговой деятельностью предприятия; систему торговой деятельности предприятия во взаимодействии с внешней средой; процессный подход в управлении торговой деятельностью предприятия; моделирование торгово-закупочных процессов деятельности на предприятиях торговли</p> <p>Умеет с незначительными замечаниями: организовывать закупку и поставку товаров, осуществлять</p>

			<p>связи с поставщиками и покупателями, контролировать выполнение договорных обязательств, повышать эффективность торгово-закупочной деятельности; внедрять ИТ – технологии в закупочную деятельность на предприятия торговли</p> <p>Владет навыками с незначительными замечаниями: способностью организовывать торгово-закупочную деятельность предприятия с применением инновационных технологий, осуществлять связи с поставщиками и покупателями с помощью ИТ-технологий, контролировать выполнение договорных обязательств, повышать инновационную составляющую торгово-закупочной деятельности</p>
		ПК-14	<p>Знает с незначительными замечаниями: инновационные подходы к упаковке и маркировке товаров, к организации хранения, транспортирования и реализации товаров, роль инновационной деятельности в интенсификации торгово-технологических процессов, стандарты мерчандайзинга, инновационные пути предупреждения и сокращения товарных потерь</p> <p>Умеет с незначительными замечаниями: применять правила и принципы мерчандайзинга в торговой практике; применять бенчмаркинг в торговле, ВТL-мероприятия, трейд-маркетинг, проводить различные виды промомероприятий; осуществлять моделирование торговых процессов на предприятии торговли, искать инновационные пути сокращения товарных потерь</p> <p>Владет навыками с незначительными замечаниями: новыми направлениями механизации и автоматизации складов оптовой торговли, внедрением ИТ – технологий в торгово-технологический процесс, инновационными методиками реализации товаров, правилами мерчандайзинга</p>
50 – 69 баллов	«удовлетворительно» «зачтено»	ПК-1	<p>Знает на базовом уровне, с ошибками: классификацию инноваций, виды инноваций и сферы их использования в торговле, критерии оценки инновационного потенциала торговых предприятий, виды коммерческих предложений, правила выбора поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства</p> <p>Умеет на базовом уровне, с ошибками: анализировать коммерческие предложения и выбирать поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства; осуществлять CRM - технологии - управление взаимоотношениями с клиентами; программы лояльности персонала торгового предприятия и покупателей; формировать лояльность на основе реализации клиентоориентированного подхода в работе торгового предприятия на основе диверсификации</p> <p>Владет на базовом уровне, с ошибками: умением анализировать коммерческие предложения и выбирать поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства; развивать франчайзинговые и иные инновационные модели в торговле, владеть аутсорсингом или передачей бизнес-процесса третьей стороне</p>


		ПК-2	<p>Знает на базовом уровне, с ошибками: правила и методы закупки и поставки товаров, основы договорных отношений; системный подход в управлении торговой деятельностью предприятия; систему торговой деятельности предприятия во взаимодействии с внешней средой; процессный подход в управлении торговой деятельностью предприятия; моделирование торгово-закупочных процессов деятельности на предприятиях торговли</p> <p>Умеет на базовом уровне, с ошибками: организовывать закупку и поставку товаров, осуществлять связи с поставщиками и покупателями, контролировать выполнение договорных обязательств, повышать эффективность торгово-закупочной деятельности; внедрять ИТ – технологии в закупочную деятельность на предприятия торговли</p> <p>Владеет на базовом уровне, с ошибками: способностью организовывать торгово-закупочную деятельность предприятия с применением инновационных технологий, осуществлять связи с поставщиками и покупателями с помощью ИТ-технологий, контролировать выполнение договорных обязательств, повышать инновационную составляющую торгово-закупочной деятельности</p>
		ПК-14	<p>Знает на базовом уровне, с ошибками: инновационные подходы к упаковке и маркировке товаров, к организации хранения, транспортирования и реализации товаров, роль инновационной деятельности в интенсификации торгово-технологических процессов, стандарты мерчандайзинга, инновационные пути предупреждения и сокращения товарных потерь</p> <p>Умеет на базовом уровне, с ошибками: применять правила и принципы мерчандайзинга в торговой практике; применять бенчмаркинг в торговле, ВТL-мероприятия, трейд-маркетинг, проводить различные виды промомероприятий; осуществлять моделирование торговых процессов на предприятии торговли, искать инновационные пути сокращения товарных потерь</p> <p>Владеет на базовом уровне, с ошибками: новыми направлениями механизации и автоматизации складов оптовой торговли, внедрением ИТ – технологий в торгово-технологический процесс, инновационными методиками реализации товаров, правилами мерчандайзинга</p>
менее 50 баллов	«неудовлетворительно» «не зачтено»	ПК-1	<p>Не знает на базовом уровне: классификацию инноваций, виды инноваций и сферы их использования в торговле, критерии оценки инновационного потенциала торговых предприятий, виды коммерческих предложений, правила выбора поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства</p> <p>Не умеет на базовом уровне: анализировать коммерческие предложения и выбирать поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства; осуществлять CRM - технологии - управление взаимоотношениями с клиентами; программы лояльности персонала торгового предприятия и покупателей; формировать</p>

			<p>лояльность на основе реализации клиентоориентированного подхода в работе торгового предприятия на основе диверсификации</p> <p>Не владеет на базовом уровне: умением анализировать коммерческие предложения и выбирать поставщиков потребительских товаров с учетом требований к качеству и безопасности, экологии, тенденций спроса, моды, новых технологий производства; развивать франчайзинговые и иные инновационные модели в торговле, владеть аутсорсингом или передачей бизнес-процесса третьей стороне</p>
		ПК-2	<p>Не знает на базовом уровне: правила и методы закупки и поставки товаров, основы договорных отношений; системный подход в управлении торговой деятельностью предприятия; систему торговой деятельности предприятия во взаимодействии с внешней средой; процессный подход в управлении торговой деятельностью предприятия; моделирование торгово-закупочных процессов деятельности на предприятиях торговли</p> <p>Не умеет на базовом уровне: организовывать закупку и поставку товаров, осуществлять связи с поставщиками и покупателями, контролировать выполнение договорных обязательств, повышать эффективность торгово-закупочной деятельности; внедрять ИТ – технологии в закупочную деятельность на предприятии торговли</p> <p>Не владеет на базовом уровне: способностью организовывать торгово-закупочную деятельность предприятия с применением инновационных технологий, осуществлять связи с поставщиками и покупателями с помощью ИТ-технологий, контролировать выполнение договорных обязательств, повышать инновационную составляющую торгово-закупочной деятельности</p>
		ПК-14	<p>Не знает на базовом уровне: инновационные подходы к упаковке и маркировке товаров, к организации хранения, транспортирования и реализации товаров, роль инновационной деятельности в интенсификации торгово-технологических процессов, стандарты мерчандайзинга, инновационные пути предупреждения и сокращения товарных потерь</p> <p>Не умеет на базовом уровне: применять правила и принципы мерчандайзинга в торговой практике; применять бенчмаркинг в торговле, ВТL-мероприятия, трейд-маркетинг, проводить различные виды промомероприятий; осуществлять моделирование торговых процессов на предприятии торговли, искать инновационные пути сокращения товарных потерь</p> <p>Не владеет на базовом уровне: новыми направлениями механизации и автоматизации складов оптовой торговли, внедрением ИТ – технологий в торгово-технологический процесс, инновационными методиками реализации товаров, правилами мерчандайзинга</p>

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ (АКТУАЛИЗАЦИИ)

1. Рабочая программа по учебной дисциплине с внесенными дополнениями и изменениями рекомендована к утверждению на заседании кафедры торговли и общественного питания, протокол от 17.03.2020 № 8

И.о. зав. кафедрой

 Е.Н. Губа

Согласовано на заседании УМС Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова, протокол от 19.03.2020 № 7

Председатель

 Г.Л. Авагян

Утверждено советом Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова, протокол 26.03.2020 № 11

Председатель

 А.В. Петровская


2. Рабочая программа по учебной дисциплине с внесенными дополнениями и изменениями рекомендована к утверждению на заседании кафедры товарной экспертизы, технологии торговли и ресторанного бизнеса, протокол от 28.02.2023 № 7

Зав. кафедрой

 Е.Н. Губа

Согласовано на заседании МС Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова, протокол от 23.03.2023 № 5

Председатель

 Э.Г. Баладыга

Утверждено Советом Краснодарского филиала РЭУ им. Г.В. Плеханова, протокол 27.04.2023 № 13

Председатель

 А.В. Петровская

Краснодарский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

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

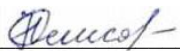
Кафедра торговли и общественного питания

ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.07 Товароведение направленность (профиль) Товарная экспертиза и оценочная деятельность

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
Основная литература							
1	Дашков, Л. П. Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле) : учебник для бакалавров / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц, О. В. Памбухчиянц. — 12-е изд., перераб. и доп.	Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. — 456 с. - ISBN 978-5-394-02471-9. Режим доступа: https://znanium.com/read?id=358200	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
2	Секерин, В. Д. Инновационный маркетинг : учебник / В.Д. Секерин.	Москва : ИНФРА-М, 2020. — 237 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-011323-4. Режим доступа: https://znanium.com/read?id=353911	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
3	Щербаков, В. Н. Инвестиции и инновации : учебник / В. Н. Щербаков, Л. П. Дашков, К. В. Балдин [и др.] ; под ред. д.э.н., проф. В. Н. Щербакова. — 3-е изд.	Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 658 с. - ISBN 978-5-394-03904-1. - Режим доступа: https://znanium.com/read?id=358134	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
Всего							1,0
Дополнительная литература							
1	Синяева, И.М. Модель коммерческой системы инновационного маркетинга [Электронный ресурс] : Монография / И. М. Синяева.	М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. — 166 с. - ISBN 978-5-394-02523-5 – Режим доступа : https://znanium.com/read?id=69334	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
2	Парамонова, Т. Н. Маркетинг торгового предприятия : учебник для бакалавров /	Москва : Издательско-торговая	x	да, ЭБС	x	x	1

	Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк, В. В. Лукашевич ; под ред. Т. Н. Парамоновой. - 2-е изд., стер.	корпорация «Дашков и К°», 2020. — 282 с. - ISBN 978-5-394-03540-1. Режим доступа: https://znanium.com/read?id=358504		«Znanium»			
3.	Яковлев, Г. А. Основы коммерции : учебное пособие / Г.А. Яковлев.	Москва : ИНФРА-М, 2020. — 224 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-014364-4. Режим доступа: https://znanium.com/read?id=345087	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). (переплет) ISBN 978-5-16-009521-9 – Режим доступа: https://znanium.com/read?id=134773	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
5.	Полетаев, В. Э. Государство и бизнес в России: инновации и перспективы : монография / В.Э. Полетаев.	Москва : ИНФРА-М, 2020. — 282 с. — (Научная мысль). - ISBN 978-5-16-015989-8. - Режим доступа: https://znanium.com/read?id=352119	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1
6.	Менеджмент инноваций: Учебное пособие / Ю.П.Анисимов, В.П.Бычков, И.В.Куксова	М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 147 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат) (Обложка) ISBN 978-5-16-010775-2 - Режим доступа: . https://znanium.com/read?id=193722	x	да, ЭБС «Znanium»	x	x	1

Преподаватель  Н.И. Денисова

И.о. зав. кафедрой  Е.Н. Губа

СОГЛАСОВАНО

Библиотекарь



Н.И. Криво