

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования "Пермский
государственный национальный исследовательский
университет"

Кафедра маркетинга

Авторы-составители: **Антинескул Екатерина Александровна**
Ежова Лариса Сергеевна

Рабочая программа дисциплины
ВВЕДЕНИЕ В СПЕЦИАЛЬНОСТЬ
Код УМК 94693

Утверждено
Протокол №10
от «03» июня 2020 г.

Пермь, 2020

1. Наименование дисциплины

Введение в специальность

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина входит в обязательную часть Блока « Б.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление: **38.03.06** Торговое дело
направленность Маркетинг

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины **Введение в специальность** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

38.03.06 Торговое дело (направленность : Маркетинг)

УК.2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать способы их решения, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений

Индикаторы

УК.2.1 Формулирует задачи, исходя из поставленной цели

УК.2.3 Обосновывает способ решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений

УК.9 Знает правовые и этические нормы, способен оценивать последствия нарушения этих норм

Индикаторы

УК.9.2 Ориентируется в этических нормах поведения в разных видах профессиональной деятельности и последствиях их нарушения

ОПК.1 способность понимать закономерности развития экономической системы и ориентируясь на них предлагать обоснованные организационно-управленческие решения в рамках своей профессиональной деятельности

ПК.6 способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение

4. Объем и содержание дисциплины

Направления подготовки	38.03.06 Торговое дело (направленность: Маркетинг)
форма обучения	очная
№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины	1
Объем дисциплины (з.е.)	3
Объем дисциплины (ак.час.)	108
Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:	42
Проведение лекционных занятий	28
Проведение практических занятий, семинаров	14
Самостоятельная работа (ак.час.)	66
Формы текущего контроля	Входное тестирование (1) Итоговое контрольное мероприятие (1) Письменное контрольное мероприятие (2)
Формы промежуточной аттестации	Зачет (1 триместр)

5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины

Введение в специальность

Входной контроль

Оценка знания студентов основных понятий маркетинга и коммерции при помощи проведения письменного тестирования.

Общая характеристика направленности Коммерция

Лекции.

Лекция №1. Коммерция. URL: <https://yadi.sk/i/0tP-OC-WEkkgMw>

Темы лекции.

1. Основы специальности коммерция.
2. Приведение примеров операций, выполняемых специалистом коммерции, при организации коммерческих взаиморасчетов; организации товародвижения и создании системы стимулирования сбыта.
3. Управлении товарными запасами.

Практические занятия/семинары.

Кейс. Киты еды "Ломай стереотипы". Задача кейса: Разработать стратегический план борьбы с ключевыми проблемами и предложить как минимум по 2 решения на каждую (решения должны приводить к стабильному увеличению продаж в долгосрочной перспективе, НЕ краткосрочные акции).

Самостоятельная работа:

Самостоятельное изучение тем по дисциплине:

1. Классификация товарооборота : в зависимости от организаций, по назначению.
2. Схема транзитного товарооборота .
3. элементы хозяйственной деятельности.
4. Организация хозяйственных связей коммерческой деятельности B2B рынка.

Общая характеристика направленности Маркетинг

Лекции

Лекция №2. Маркетинг. URL:

<https://yadi.sk/i/9LTcFVUJZ4xcFA>

1. Основы специальности маркетинг.
2. Приведение примеров операций, выполняемых маркетологами, при организации маркетинговой деятельности; организации продвижения товаров и создании маркетинговой стратегии; управлении маркетинговой деятельностью.

Практические занятия/семинары.

Ситуация 1. ООО «Виолет»

Текущее позиционирование компании больше не привлекает новых клиентов и все сложнее оставаться на плаву.

Предложите программу расширения рынка и развития ассортимента.

Ситуация 2. ООО «Ашатли-молоко»

Компания занимает небольшую долю рынка молока Пермского края и не видит дальнейших перспектив

для развития.

Дайте свои рекомендации и предложения

Ситуация 3. ООО «МАКСИСПОРТ»

Компания осуществляет производство спортивной одежды, но не может конкурировать с федеральными лидерами рынка.

Предложите программу развития.

Самостоятельная работа студента:

Темы для самостоятельного изучения дисциплины:

1. Комплекс маркетинга.
2. Этапы позиционирования.

Кейс. Ситуационная задача . URL:

<https://yadi.sk/i/n1wglGbtBWdymQ>.

Задание.

Предложите мероприятия для реализации выбранной стратегии.

Назовите виды (типы), которые необходимо использовать.

Предложить соответствующее название для кафе и спроектировать рекламу, которую необходимо представить в виде презентации (не менее 5 слайдов). Оцените потенциальные затраты

Общесистемные особенности торгового дела в современных условиях

Лекции. Лекция №3 Инструменты выстраивания каналов сбыта. URL:

https://yadi.sk/i/XsR3xqDuHtS_ow.

1. Понятие сбыт;
2. Каналы распределения;
3. Принципы каналов распределения;
4. Функции каналов распределения;
5. Посредники (Дилеры, агенты);
6. Система распределения в маркетинге.

Практические занятия / семинары.

Ситуация 1. ООО «Бонифаций»

Сеть магазинов очень популярна среди жителей Перми. Но некоторые объекты компания вынуждена закрывать. Предложите перспективные места для открытия новых магазинов и программу их развития.

Ситуация 2. ООО «Киты еды»

В связи с ростом цен на сырье и желанием руководства не менять ценовую политику, предложите решения для удержания цен или для изменения ассортимента, при условии, что цены будут оставаться на прежнем уровне.

Самостоятельные работы:

Изучить самостоятельно темы:

1. Сфера обращения как совокупность процессов обмена, распределения и потребления товаров.

2. Общая схема обращения товаров.
3. Торговля и ее роль в экономике, в том числе в сфере обращения.
4. Суть торговли как основной части сферы обращения.

Формирование потребительского рынка

Лекции. Лекция 4. Анализ потребителей. URL:<https://yadi.sk/i/Bq8dtCJjKzus1g>

1. Покупательское поведение;
2. Анализ потребителей;
3. Маркетинговые исследования потребителей;
4. Портрет целевого потребителя;

Практические занятия / семинары

Кейс: Зачем производителю собственная розничная сеть. URL:

file:///D:/Маркетинг/Лекция%204%20Система%20распределения.pdf

Задания:

1. Как Вы считаете, с чем именно связаны наибольшие расходы данного предприятия в процессе сбыта?
2. Какой тип распределения подойдет для данного вида бизнеса? Почему?
3. На Ваш взгляд, получится ли реализовывать товар на 100% через собственную розничную сеть или же ввиду экономической ситуации придется прибегнуть к помощи иных сетей? Почему?

Самостоятельные работы: Изучить темы:

Конъюнктура рынка.

Основные показатели современного состояния потребительского рынка.

Основные признаки структуризации потребительского рынка и меры по его стабилизации.

Развитие инфраструктуры рынка.

Планирование коммерческой и маркетинговой деятельности

Лекции.

Темы лекции:

Сущность проектно-аналитической деятельности.

Рассмотрение операций, выполняемых специалистами коммерции и маркетинга, на практических примерах: проведение исследований и анализа товарных рынков; ассортимента и конкурентоспособности товаров.

Значение коммерческо-организационной деятельности.

Приведение примеров операций, выполняемых специалистом коммерции и маркетинга, при планировании и организации процессов закупки и продаж товаров. Сущность и показатели планирования деятельности предприятия.

Практические занятия / семинары:

Кейс: Зачем производителю собственная розничная сеть. URL:

file:///D:/Маркетинг/Лекция%204%20Система%20распределения.pdf

Задания:

4. Подумайте, как бы Вы организовали систему распределения товаров в данном предприятии? Кратко опишите ключевые моменты.
5. Разбейтесь по парам. Сформулируйте основные принципы логистики для оптовой продуктовой базы.
6. Разбейтесь на группы по 2 человека. Выберите любое из привлекательных для Вас производств.

Продумайте систему распределения товаров для Вашего предприятия, каким образом Вы будете стимулировать сбыт, планируемый объем продаваемой продукции и т.д. Представьте проект в форме презентации.

Самостоятельная работа:

Изучить темы:

Стратегическое планирование коммерческой деятельности.

Текущее планирование.

Основные этапы и содержание технологии стратегического планирования.

Содержание разделов текущего плана.

Схема построения бизнес-плана при организации предприятия. Контроль за реализацией планов.

Прогнозирование коммерческой деятельности.

Использование бизнес-планов в деятельности предприятия.

Коммерческие и маркетинговые процессы и операции

Лекции.

Лекция Сервис как фактор повышения конкурентоспособности. URL: <https://yadi.sk/i/AoPIDfGqPyLyTA>.

1. Структура коммерческих и маркетинговых процессов на предприятии и последовательность выполнения операций по доведению товаров до потребителей. 2. Формирование ассортимента.

Практические занятия / семинары.

Ситуация 1. АО Кондитерская фабрика Пермская

Найти новый продукт с потенциально высокой долей рынка (ЦА) и предложить программу выведения на нее с коммерческим обоснованием

Ситуация 2. ООО «Точка зрения»

Компания имеет два интернет магазина (по продаже очков и линз), но доля продаж через них увеличивается в последние годы, не смотря на тенденции развития Интернет-торговли. Предложите программы развития сайтов и их продвижения.

Самостоятельные работы:

Темы для самостоятельного изучения темы:

Обслуживание: услуги, системы и формы обслуживания, формы и методы продажи товаров, реклама, культура обслуживания.

Эффективность коммерческой и маркетинговой деятельности

Лекции. 1. Показатели эффективности коммерческой и маркетинговой деятельности.

2. Модель экономического потенциала предприятия.

Практические занятия / семинары

Рассмотрение и обсуждение примеров по оценке эффективности коммерческой и маркетинговой деятельности.

Самостоятельные работы.

Изучить самостоятельно темы: 1. Особенности оценки коммерческой и маркетинговой деятельности

предприятия.

2. Определения понятия эффективности коммерческой и маркетинговой деятельности предприятия.

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторные занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная:

1. Минько, Э. В. Основы коммерции : учебное пособие / Э. В. Минько, А. Э. Минько. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 327 с. — ISBN 978-5-4486-0018-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/74229.html>
2. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 474 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3749-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://urait.ru/bcode/426253>
3. Пичурин, И. И. Основы маркетинга. Теория и практика : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)», «Маркетинг» / И. И. Пичурин, О. В. Обухов, Н. Д. Эриашвили. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 383 с. — ISBN 978-5-238-02090-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/8110>

Дополнительная:

1. Половцева Ф. П. Коммерческая деятельность: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности: " Коммерция", "Маркетинг", "Товароведение и экспертиза товаров", "Юриспруденция" со специализацией "Коммерческое право" и по направлению "Коммерция"/Ф. П. Половцева.- Москва:ИНФРА-М,2010, ISBN 978-5-16-002274-1.-248.-Библиогр.: с. 241-243
2. Соловьев Б. А.,Мешков А. А.,Мусатов Б. В. Маркетинг:учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению "Экономика" и экономическим специальностям/Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов.-Москва:ИНФРА-М,2011, ISBN 978-5-16-003647-2.-336.-Библиогр.: с. 335
3. Васильева, Е. А. Система маркетинговых исследований и информации в сервисе : учебное пособие / Е. А. Васильева, Я. О. Гришанова. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 70 с. — ISBN 978-5-4486-0198-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/71588.html>

9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

<http://www.gks.ru> Федеральная служба государственной статистики

<http://www.master-class.spb.ru> Мастер-класс (статьи и тренинги)

<http://www.shop-academy.com/articles> «Shop Academy»

<http://www.marketing.spb.ru> Энциклопедия маркетинга

<https://new-retail.ru> New Retail - интернет-журнал о розничной и онлайн торговле

<https://www.smartinsights.com> Smart Insights

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Образовательный процесс по дисциплине **Введение в специальность** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

1. Презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий);
2. Доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС);
3. Доступ в электронную информационно-образовательную среду университета;
4. Офисный пакет приложений;
5. Приложение, позволяющее просматривать и воспроизводить медиаконтент PDF-файлов;
6. Программы для демонстрации видео материалов (проигрыватель);
7. Программа для просмотра интернет контента (браузер);
8. Облачные сервисы, размещенные в сети Интернет в свободном доступе и не требующие лицензионной платы: Trello.com, ZOOM//jitsi, GoogleDocs;
9. Редактор файлов от Яндекс.Диск, Google;
10. Социальные сети: VK/Facebook/Instagram/YouTube.

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ (student.psu.ru).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).

система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Лекционные занятия - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
2. Занятий семинарского типа (семинары, практические занятия) - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.
3. Самостоятельная работа - аудитория для самостоятельной работы, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченный доступом в электронную информационно-образовательную среду университета. Помещения Научной библиотеки ПГНИУ.
4. Текущий контроль - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран,

компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

5. Индивидуальные и групповые консультации - аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

В случае инклюзивного обучения занятия будут проводиться в корпусе 8, имеющем пандус, лифт.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине
Введение в специальность**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции.
Индикаторы и критерии их оценивания**

ОПК.1

способность понимать закономерности развития экономической системы и ориентируясь на них предлагать обоснованные организационно-управленческие решения в рамках своей профессиональной деятельности

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
ОПК.1 способность понимать закономерности развития экономической системы и ориентируясь на них предлагать обоснованные организационно-управленческие решения в рамках своей профессиональной деятельности	Знать методы оценки закономерностей маркетинговой и коммерческий систем организации и подходы в разработке обоснованных организационно-управленческих решений. Уметь выбирать методы оценки закономерностей маркетинговой и коммерческий систем организации и подходы в разработке обоснованных организационно-управленческих решений	<p style="text-align: center;">Неудовлетворител</p> Не знает методы оценки закономерностей маркетинговой и коммерческий систем организации и подходы в разработке обоснованных организационно-управленческих решений. Не умеет выбирать методы оценки закономерностей маркетинговой и коммерческий систем организации и подходы в разработке обоснованных организационно-управленческих решений <p style="text-align: center;">Удовлетворительн</p> Демонстрирует частично знание методов оценки закономерностей маркетинговой и коммерческий систем организации и подходы в разработке обоснованных организационно-управленческих решений. Демонстрирует частично умение выбирать методы оценки закономерностей маркетинговой и коммерческий систем организации и подходы в разработке обоснованных организационно-управленческих решений <p style="text-align: center;">Хорошо</p> Знает, допуская ошибки, методы оценки закономерностей маркетинговой и коммерческий систем организации и подходы в разработке обоснованных организационно-управленческих решений. Умеет, допуская ошибки, выбирать методы оценки закономерностей маркетинговой и коммерческий систем организации и подходы в разработке обоснованных организационно-управленческих решений <p style="text-align: center;">Отлично</p>

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p>Отлично</p> <p>Знает методы оценки закономерностей маркетинговой и коммерческой систем организации и подходы в разработке обоснованных организационно-управленческих решений.</p> <p>Умеет выбирать методы оценки закономерностей маркетинговой и коммерческой систем организации и подходы в разработке обоснованных организационно-управленческих решений</p>

ПК.6

способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p>ПК.6</p> <p>способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение</p>	Знать и уметь выбирать методологию подбора деловых партнеров для заключения договора в маркетинговой и коммерческой деятельности	<p>Неудовлетворител</p> <p>не знает и не умеет выбирать методологию подбора деловых партнеров, заключения договора в маркетинговой и коммерческой деятельности</p> <p>Удовлетворительн</p> <p>демонстрирует частично знания и умения выбирать методологию подбора деловых партнеров, заключения договора в маркетинговой и коммерческой деятельности</p> <p>Хорошо</p> <p>знает и умеет, допуская ошибки, выбирать методологию подбора деловых партнеров, заключения договора в маркетинговой и коммерческой деятельности</p> <p>Отлично</p> <p>знает и умеет выбирать методологию подбора деловых партнеров, заключения договора в маркетинговой и коммерческой деятельности</p>

УК.2

Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать способы их решения, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
УК.2.3	Знать методы и подходы к	Неудовлетворител

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
Обосновывает способ решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений	<p>обоснованию предлагаемых способов решения поставленных задач.</p> <p>Уметь выбирать методы обоснования способов решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений</p>	<p>Неудовлетворител</p> <p>Не знает методологию обоснования способов решения маркетинговых и коммерческих задач с учетом имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>Не уметь выбирать методы обоснования способов решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>Удовлетворительн</p> <p>Демонстрирует частично знания методологии обоснования способов решения маркетинговых и коммерческих задач с учетом имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>Хорошо</p> <p>Знает, допуская ошибки, методологию обоснования способов решения маркетинговых и коммерческих задач с учетом имеющихся ресурсов и ограничений. Умеет, допуская ошибки, выбирать методы обоснования способов решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>Отлично</p> <p>Знает методологию обоснования способов решения маркетинговых и коммерческих задач с учетом имеющихся ресурсов и ограничений.</p> <p>Умеет выбирать методы обоснования способов решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений</p>
<p>УК.2.1</p> <p>Формулирует задачи, исходя из поставленной цели</p>	<p>Знать ключевые задачи коммерческой и маркетинговой деятельности.</p> <p>Уметь формулировать задачи коммерческой и маркетинговой деятельности, исходя из поставленной цели</p>	<p>Неудовлетворител</p> <p>Не знает и не умеет формулировать задачи коммерческой и маркетинговой деятельности, исходя из поставленной цели</p> <p>Удовлетворительн</p> <p>демонстрирует частично знание и умение формулировать задачи коммерческой и маркетинговой деятельности, исходя из поставленной цели</p> <p>Хорошо</p> <p>Знает и умеет, допуская ошибки, формулировать задачи коммерческой и маркетинговой деятельности, исходя из поставленной цели</p> <p>Отлично</p> <p>Знает и умеет формулировать задачи</p>

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		Отлично коммерческой и маркетинговой деятельности, исходя из поставленной цели

УК.9

Знает правовые и этические нормы, способен оценивать последствия нарушения этих норм

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
УК.9.2 Ориентируется в этических нормах поведения в разных видах профессиональной деятельности и последствиях их нарушения	Знать этические нормы поведения в маркетинговой и коммерческой деятельности и последствия их нарушения Уметь соблюдать этические нормы поведения в маркетинговой и коммерческой деятельности и последствия их нарушения	Неудовлетворител не знает и не умеет соблюдать этические нормы поведения в маркетинговой и коммерческой деятельности и последствиях их нарушения Удовлетворительн демонстрирует частично знание этических норм поведения в маркетинговой и коммерческой деятельности и последствиях их нарушения Хорошо знает и умеет соблюдать, допуская ошибки, этические нормы поведения в маркетинговой и коммерческой деятельности и последствиях их нарушения Отлично знает и умеет соблюдать этические нормы поведения в маркетинговой и коммерческой деятельности и последствиях их нарушения

Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : Базовая

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Зачет

Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации : Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

Максимальное количество баллов : 100

Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 45 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 45 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
Входной контроль	Входной контроль Входное тестирование	Иметь представление об основных принципах коммерции и маркетинга.
ОПК.1 способность понимать закономерности развития экономической системы и ориентируясь на них предлагать обоснованные организационно-управленческие решения в рамках своей профессиональной деятельности УК.2.3 Обосновывает способ решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений УК.9.2 Ориентируется в этических нормах поведения в разных видах профессиональной деятельности и последствиях их нарушения	Общесистемные особенности торгового дела в современных условиях Письменное контрольное мероприятие	- знать основы организации коммерческих и маркетинговых процессов на предприятии;- знать особенности торговых процессов в современных условиях.

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<p>ОПК.1 способность понимать закономерности развития экономической системы и ориентируясь на них предлагать обоснованные организационно-управленческие решения в рамках своей профессиональной деятельности</p> <p>УК.2.3 Обосновывает способ решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>ПК.6 способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение</p> <p>УК.9.2 Ориентируется в этических нормах поведения в разных видах профессиональной деятельности и последствиях их нарушения</p>	<p>Коммерческие и маркетинговые процессы и операции</p> <p>Письменное контрольное мероприятие</p>	<p>- знать специфику организации стратегических и текущих планов коммерческой и маркетинговой деятельности предприятия; - знать направления развития коммерческих и маркетинговых процессов и операций.</p>

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
ОПК.1 способность понимать закономерности развития экономической системы и ориентируясь на них предлагать обоснованные организационно-управленческие решения в рамках своей профессиональной деятельности УК.2.1 Формулирует задачи, исходя из поставленной цели УК.2.3 Обосновывает способ решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений ПК.6 способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение УК.9.2 Ориентируется в этических нормах поведения в разных видах профессиональной деятельности и последствиях их нарушения	Эффективность коммерческой и маркетинговой деятельности Итоговое контрольное мероприятие	- уметь использовать подходы к организации и управлению коммерческими и маркетинговыми процессами;- уметь использовать методы оценки эффективности коммерческой и маркетинговой деятельности предприятия.

Спецификация мероприятий текущего контроля

Входной контроль

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **0**

Проходной балл: **0**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	5
61-70% правильных ответов	4
41-60% правильных ответов	3
менее 41% правильных ответов	2

Общесистемные особенности торгового дела в современных условиях

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **14**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	30
61-70% правильных ответов	24
41-60% правильных ответов	17
41% правильных ответов	14
менее 41% правильных ответов	13

Коммерческие и маркетинговые процессы и операции

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **14**

Показатели оценивания	Баллы
81-100% правильных ответов	30
61-70% правильных ответов	24
41-60% правильных ответов	17
41% правильных ответов	14
менее 41% правильных ответов	13

Эффективность коммерческой и маркетинговой деятельности

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

Показатели оценивания	Баллы
Наличие результатов анализа проблемного вопроса - развернутая аналитическая записка (не менее 3 стр.)	6
Обозначение причинно-следственных связей проблем и результатов деятельности предприятия	6
Корректность выборки предложений по решению обозначенных проблем	6
Наличие экономического обоснования предложений	6
Содержательность материала	6
Актуальность рассматриваемого вопроса	5
Структурное изложение изучаемого вопроса	5