

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования "Пермский  
государственный национальный исследовательский  
университет"**

**Кафедра менеджмента, маркетинга и коммерции**

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

Рабочая программа дисциплины  
**ВВЕДЕНИЕ В СПЕЦИАЛЬНОСТЬ**  
Код УМК 94693

Утверждено  
Протокол №10  
от «08» июня 2022 г.

Пермь, 2022

## **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 подготовки: **38.03.06** Торговое дело  
направленность Маркетинг и коммерция

### **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 и коммерция)

**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.9** Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов

**Индикаторы**

**ОПК.9.2** Анализирует и оценивает профессиональную деятельность (коммерческую, или маркетинговую, или рекламную, или логистическую или товароведную) для разработки стратегии организации (предприятия)

#### 4. Объем и содержание дисциплины

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

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.
4. Организация хозяйственных связей коммерческой деятельности B2B рынка.

#### **Общая характеристика направленности Маркетинг**

Приведение примеров операций, выполняемых маркетологами, при организации маркетинговой деятельности; организации продвижения товаров и создании маркетинговой стратегии; управлении маркетинговой деятельностью.

Комплекс маркетинга. Этапы позиционирования.

#### **Общесистемные особенности торгового дела в современных условиях**

Инструменты выстраивания каналов сбыта. Понятие сбыт; Каналы распределения; Принципы каналов распределения; Функции каналов распределения;

Посредники ( Дилеры, агенты); Система распределения в маркетинге.

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

Торговля и ее роль в экономике, в том числе в сфере обращения. Суть торговли как основной части сферы обращения.

#### **Формирование потребительского рынка**

Анализ потребителей. Покупательское поведение; Анализ потребителей; Маркетинговые исследования потребителей; Портрет целевого потребителя;

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**

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.

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**

Сервис как фактор повышения конкурентоспособности. Структура коммерческих и маркетинговых процессов на предприятии и последовательность выполнения операций по доведению товаров до потребителей. Формирование ассортимента.

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

### **Эффективность коммерческой и маркетинговой деятельности**

Показатели эффективности коммерческой и маркетинговой деятельности. Модель экономического потенциала предприятия.

Особенности оценки коммерческой и маркетинговой деятельности предприятия. 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 аудиторские 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](http://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.9**

**Способен анализировать и содержательно объяснять природу торгово-экономических процессов**

<b>Компетенция (индикатор)</b>	<b>Планируемые результаты обучения</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>
<b>ОПК.9.2</b> Анализирует и оценивает профессиональную деятельность (коммерческую, или маркетинговую, или рекламную, или логистическую или товароведную) для разработки стратегии организации (предприятия)	Знать общие характеристики направленностей маркетинг и коммерция, особенности работы в сфере маркетинга и коммерции	<p align="center"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>Не знает общие характеристики направленностей маркетинг и коммерция, особенности работы в сфере маркетинга и коммерции</p> <p align="center"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>Знает частично общие характеристики направленностей маркетинг и коммерция, особенности работы в сфере маркетинга и коммерции</p> <p align="center"><b>Хорошо</b></p> <p>Знает, допуская ошибки, общие характеристики направленностей маркетинг и коммерция, особенности работы в сфере маркетинга и коммерции</p> <p align="center"><b>Отлично</b></p> <p>Знает общие характеристики направленностей маркетинг и коммерция, особенности работы в сфере маркетинга и коммерции</p>

**УК.2**

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

<b>Компетенция (индикатор)</b>	<b>Планируемые результаты обучения</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>
<b>УК.2.3</b> Обосновывает способ решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений	Знать методы и подходы к обоснованию предлагаемых способов решения поставленных задач. Уметь выбирать методы обоснования способов решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений	<p align="center"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>Не знает методологию обоснования способов решения маркетинговых и коммерческих задач с учетом имеющихся ресурсов и ограничений Не уметь выбирать методы обоснования способов решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p align="center"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>Демонстрирует частично знания</p>

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p style="text-align: center;"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>методологии обоснования способов решения маркетинговых и коммерческих задач с учетом имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p style="text-align: center;"><b>Хорошо</b></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 style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>Знает методологию обоснования способов решения маркетинговых и коммерческих задач с учетом имеющихся ресурсов и ограничений. Умеет выбирать методы обоснования способов решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений</p>
<p><b>УК.2.1</b> Формулирует задачи, исходя из поставленной цели</p>	<p>Знать ключевые задачи коммерческой и маркетинговой деятельности. Уметь формулировать задачи коммерческой и маркетинговой деятельности, исходя из поставленной цели</p>	<p style="text-align: center;"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>Не знает и не умеет формулировать задачи коммерческой и маркетинговой деятельности, исходя из поставленной цели</p> <p style="text-align: center;"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>демонстрирует частично знание и умение формулировать задачи коммерческой и маркетинговой деятельности, исходя из поставленной цели</p> <p style="text-align: center;"><b>Хорошо</b></p> <p>Знает и умеет, допуская ошибки, формулировать задачи коммерческой и маркетинговой деятельности, исходя из поставленной цели</p> <p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>Знает и умеет формулировать задачи коммерческой и маркетинговой деятельности, исходя из поставленной цели</p>

### 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	Знать этические нормы	<b>Неудовлетворител</b>

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

## 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
<b>Входной контроль</b>	Входной контроль <b>Входное тестирование</b>	Иметь представление об основных принципах коммерции и маркетинга.
<b>УК.2.3</b> Обосновывает способ решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений <b>ОПК.9.2</b> Анализирует и оценивает профессиональную деятельность (коммерческую, или маркетинговую, или рекламную, или логистическую или товароведную) для разработки стратегии организации (предприятия) <b>УК.9.2</b> Ориентируется в этических нормах поведения в разных видах профессиональной деятельности и последствиях их нарушения	Общесистемные особенности торгового дела в современных условиях <b>Письменное контрольное мероприятие</b>	- знать основы организации коммерческих и маркетинговых процессов на предприятии;- знать особенности торговых процессов в современных условиях.

<b>Компетенция (индикатор)</b>	<b>Мероприятие текущего контроля</b>	<b>Контролируемые элементы результатов обучения</b>
<p><b>УК.2.3</b> Обосновывает способ решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p><b>ОПК.9.2</b> Анализирует и оценивает профессиональную деятельность (коммерческую, или маркетинговую, или рекламную, или логистическую или товароведную) для разработки стратегии организации (предприятия)</p> <p><b>УК.9.2</b> Ориентируется в этических нормах поведения в разных видах профессиональной деятельности и последствиях их нарушения</p>	<p>Коммерческие и маркетинговые процессы и операции</p> <p><b>Письменное контрольное мероприятие</b></p>	<p>- знать специфику организации стратегических и текущих планов коммерческой и маркетинговой деятельности предприятия; - знать направления развития коммерческих и маркетинговых процессов и операций.</p>
<p><b>УК.2.1</b> Формулирует задачи, исходя из поставленной цели</p> <p><b>УК.2.3</b> Обосновывает способ решения задачи с учетом имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p><b>УК.9.2</b> Ориентируется в этических нормах поведения в разных видах профессиональной деятельности и последствиях их нарушения</p> <p><b>ОПК.9.2</b> Анализирует и оценивает профессиональную деятельность (коммерческую, или маркетинговую, или рекламную, или логистическую или товароведную) для разработки стратегии организации (предприятия)</p>	<p>Эффективность коммерческой и маркетинговой деятельности</p> <p><b>Итоговое контрольное мероприятие</b></p>	<p>- уметь использовать подходы к организации и управлению коммерческими и маркетинговыми процессами;- уметь использовать методы оценки эффективности коммерческой и маркетинговой деятельности предприятия.</p>

### 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**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
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**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
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**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
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**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
------------------------------	--------------



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