

**ГАОУ ВО «ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА»**

*Утверждена решением
Ученого совета ДГУНХ,
протокол № 12 от 30 мая 2022 г.*

КАФЕДРА «МАРКЕТИНГ И КОММЕРЦИЯ»

**ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ
ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ) ПРАКТИКЕ**

**НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ –
38.03.06 ТОРГОВОЕ ДЕЛО,**

**ПРОФИЛЬ «МАРКЕТИНГ В ТОРГОВОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

УРОВЕНЬ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ – БАКАЛАВРИАТ

ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ –

ОЧНАЯ, ОЧНО-ЗАОЧНАЯ, ЗАОЧНАЯ

Махачкала – 2022

УДК 339.138 (075.8)

ББК 65.290-2я73

Составитель – Атаева Аида Уллубиевна, руководитель основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности».

Внутренний рецензент – Минатуллаев Арслан Айнутдинович, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой «Менеджмент» ГАОУ ВО «Дагестанский государственный университет народного хозяйства».

Внешний рецензент – Нажмутдинова Саидат Абдулаевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры коммерция и маркетинга ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет».

Представитель работодателя – Абдурашидова Аминат Магомедкамилевна, генеральный директор АНО «Межрегиональный маркетинговый центр «Дагестан-Москва».

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по производственной (преддипломной) практике для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности», разработаны в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 12.08.2020 г. №963 и на основании приказа Минобрнауки России от 06.04.2021г. №245 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по производственной (преддипломной) практике для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности», размещены на сайте www.dgunh.ru

Атаева А.У. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по производственной (преддипломной) практике для направления подготовки Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности». – Махачкала: ДГУНХ, 2022. - 33 с.

Рекомендованы к утверждению Учебно-методическим советом ДГУНХ 28 мая 2022 г.

Рекомендованы к утверждению руководителем основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности», Атаевой А.У.

Одобрены на заседании кафедры «Маркетинг и коммерция» 24 мая 2022 г., протокол № 10.

СОДЕРЖАНИЕ

Назначение фонда оценочных средств	4
РАЗДЕЛ 1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ ЗАДАНИЙ	5
1.1 Перечень формируемых компетенций.....	5
1.2. Перечень компетенций с указанием квалификационных заданий	7
РАЗДЕЛ 2. ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ/ВОПРОСОВ К СОБЕСЕДОВАНИЮ ВО ВРЕМЯ ПРОЦЕДУРЫ ЗАЩИТЫ ОТЧЕТА	28
РАЗДЕЛ 3. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ В РАМКАХ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ.....	29
РАЗДЕЛ 4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ.....	30
Лист актуализации оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по производственной (преддипломной) практике	33

Назначение фонда оценочных средств

Оценочные материалы разработаны для проведения промежуточной аттестации обучающихся по производственной (преддипломной) практике в целях определения соответствия их учебных достижений поэтапным требованиям образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности».

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по производственной (преддипломной) практике включают в себя: перечень компетенций с указанием квалификационных заданий; задания к собеседованию во время процедуры защиты отчета по практике; описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания в рамках прохождения практики; методические материалы, определяющие процедуры оценивания умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Оценочные материалы сформированы на основе ключевых принципов оценивания:

- валидности: объекты оценки должны соответствовать поставленным целям обучения;
- надежности: использование единообразных стандартов и критериев для оценивания достижений;
- объективности: разные обучающиеся должны иметь равные возможности для достижения успеха.

Основными параметрами и свойствами оценочных материалов являются:

- компетентностный подход, соотнесение оценочных материалов с оцениваемыми компетенциями;
- компетентностный подход при формировании критериев оценки знаний, умений, навыков;
- содержание (состав и взаимосвязь структурных единиц оценочных материалов);
- объем (количественный состав оценочных материалов);
- качество оценочных материалов в целом, обеспечивающее получение объективных и достоверных результатов при проведении аттестации по результатам прохождения производственной (преддипломной) практики.

РАЗДЕЛ 1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ ЗАДАНИЙ

1.1 Перечень формируемых компетенций

<i>Код компетенции</i>	<i>Формулировка / Наименование компетенции</i>
ПК	Профессиональные компетенции
ПК-1	Способен формировать и реализовывать элементы комплекса маркетинга в деятельности торговых предприятий
ИПК-1.1	Осуществляет подготовку и проведение маркетинговых исследований с использованием комплекса маркетинга
ИПК-1.2	Выявляет и формирует с помощью маркетинговых коммуникаций потребности покупателей товаров, изучает и прогнозирует спрос потребителей, анализирует маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка
ПК-2	Способен осуществлять организацию и управление торгово-технологическими процессами на торговом предприятии, в т.ч. планирование, организацию и контролирование процессов закупки, хранения и распределения
ИПК-2.1	Составляет план, обосновывает и осуществляет закупки торгового предприятия; организует на стадии планирования закупок консультации с поставщиками (подрядчиками, исполнителями) в целях определения состояния конкурентной среды на соответствующих рынках
ИПК-2.2	Разрабатывает методы организации, движения и оптимизации логистических потоков, в том числе приемы коммерческой деятельности, обеспечивающие рациональное перемещение материальных потоков
ИПК-2.3	Управляет ассортиментом и осуществляет контроль качества товаров и услуг, оценивает их качество, диагностирует дефекты, ведет приемку и учет товаров по количеству и качеству
ПК-3	Способен проводить сопоставительный анализ конкурентов для понимания и адаптации имеющихся примеров эффективного функционирования предприятия в сети Интернет с целью повышения потребительской лояльности и разработки эффективных стратегий продвижения
ИПК-3.1	Исследует поведение конкурентов и покупателей в сети Интернет
ИПК-3.2	Составляет задания на реализацию стратегии продвижения и выявляет ее результаты

ИПК-3.3	Организует работы по рассылке электронных писем и выбору цифровых платформ для торговой деятельности
ПК-4	Способен осуществлять организацию и управление бизнесом (в том числе в электронной среде).
ИПК-4.1	Проводит анализ и оценку конъюнктуры рынка (в т.ч. с учетом векторов развития электронной торговли), эффективности ведения хозяйственной деятельности торговой организации в условиях применения цифровых и иных решений в бизнесе
ИПК-4.2	Применяет современные технологии организации и управления торговым бизнесом для решения поставленных задач, в том числе проводит мероприятия для продвижения бренда компании

1.2. Перечень компетенций с указанием квалификационных заданий

<i>Формируемые компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>	<i>Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций</i>	<i>Уровни освоения компетенций</i>	<i>Критерии оценивания сформированности компетенций</i>	<i>Квалификационные задания</i>
ПК-1. Способен формировать и реализовывать элементы комплекса маркетинга в деятельности торговых предприятий	ИПК-1.1: осуществлять подготовку и проведение маркетинговых исследований с использованием комплекса маркетинга	Уметь: определять наиболее верную методологию проведения исследования деятельности фирмы исходя из бизнес-задачи и ситуации на рынке; собирать и анализировать необходимую маркетинговую информацию, используя в том числе информационно-коммуникационную сеть «Интернет»	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) умеет определять наиболее верную методологию проведения исследования деятельности фирмы исходя из бизнес-задачи и ситуации на рынке; собирать и анализировать необходимую маркетинговую информацию, используя в том числе информационно-коммуникационную сеть «Интернет»	Провести полное маркетинговое исследование деятельности фирмы, используя в том числе информационно-коммуникационную сеть «Интернет» Сделать SWOT анализ компании, проанализировать конъюнктуру товарного рынка и спрос потребителей на продукцию предприятия
			Базовый уровень	Обучающийся с незначительными затруднениями умеет определять наиболее верную методологию проведения исследования деятельности фирмы исходя из бизнес-задачи и ситуации на рынке; собирать и анализировать необходимую маркетинговую информацию, используя в том числе информационно-коммуникационную сеть «Интернет»	
			Продвинутый уровень	Обучающийся умеет определять наиболее верную методологию проведения исследования деятельности фирмы исходя из бизнес-задачи и ситуации на	

Формируемые компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Квалификационные задания
				рынке; собирать и анализировать необходимую маркетинговую информацию, используя в том числе информационно-коммуникационную сеть «Интернет»	
	ИПК-1.2: выявляет и формирует с помощью маркетинговых коммуникаций потребности покупателей товаров, изучает и прогнозирует спрос потребителей, анализирует маркетинговую информацию, конъюнктур	Уметь: применять все инструменты маркетинговых коммуникаций в рамках полного анализа компании, используя в том числе информационно-коммуникационную сеть «Интернет»	Пороговый уровень Базовый уровень Продвинутый уровень	Обучающийся слабо (частично) владеет навыками проведения полевых и кабинетных исследований Обучающийся с небольшими затруднениями владеет навыками полевых и кабинетных исследований Обучающийся свободно владеет навыками проведения полевых и кабинетных исследований	
			Пороговый уровень Базовый уровень	Обучающийся слабо (частично) умеет применять все инструменты маркетинговых коммуникаций в рамках полного анализа компании, используя в том числе информационно-коммуникационную сеть «Интернет» Обучающийся с незначительными затруднениями умеет применять все инструменты маркетинговых коммуникаций в рамках полного анализа компании, используя в том числе информационно-	

Формируемые компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Квалификационные задания
	у товарного рынка	<p>Владеть: навыками находить и использовать соответствующую информацию для принятия оптимального решения по проблемам коммуникационной активности на практике; выбирать оптимальные структуры рекламного обращения, разрабатывать слоганы, рекламные тексты; проводить исследования рынка рекламных услуг в регионе для конкретных практических мероприятий; планировать рекламные кампании, кампании по директ-</p>	<p>Продвинутый уровень</p> <p>Пороговый уровень</p>	<p>коммуникационную сеть «Интернет»</p> <p>Обучающийся умеет применять все инструменты маркетинговых коммуникаций в рамках полного анализа компании, используя в том числе информационно-коммуникационную сеть «Интернет»</p> <p>Обучающийся слабо (частично) владеет навыками находить и использовать соответствующую информацию для принятия оптимального решения по проблемам коммуникационной активности на практике; выбирать оптимальные структуры рекламного обращения, разрабатывать слоганы, рекламные тексты; проводить исследования рынка рекламных услуг в регионе для конкретных практических мероприятий; планировать рекламные кампании, кампании по директ-маркетингу, стимулированию сбыта и паблик рилейшнз; разрабатывать стратегии по позиционированию брэндов;</p>	

Формируемые компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Квалификационные задания
		<p>маркетингу, стимулированию сбыта и паблик рилейшнз; разрабатывать стратегии по позиционированию брэндов; анализировать и обосновывать выбор медиа стратегий, каналов распространения информации; оценивать коммуникативный эффект.</p>	<p>Базовый уровень</p>	<p>анализировать и обосновывать выбор медиа стратегий, каналов распространения информации; оценивать коммуникативный эффект.</p> <p>Обучающийся с небольшими затруднениями владеет навыками находить и использовать соответствующую информацию для принятия оптимального решения по проблемам коммуникационной активности на практике; выбирать оптимальные структуры рекламного обращения, разрабатывать слоганы, рекламные тексты; проводить исследования рынка рекламных услуг в регионе для конкретных практических мероприятий; планировать рекламные кампании, кампании по директ-маркетингу, стимулированию сбыта и паблик рилейшнз; разрабатывать стратегии по позиционированию брэндов; анализировать и обосновывать выбор медиа стратегий,</p>	

Формируемые компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Квалификационные задания
				каналов распространения информации; оценивать коммуникативный эффект.	
			Продвинутый уровень	Обучающийся свободно владеет навыками находить и использовать соответствующую информацию для принятия оптимального решения по проблемам коммуникационной активности на практике; выбирать оптимальные структуры рекламного обращения, разрабатывать слоганы, рекламные тексты; проводить исследования рынка рекламных услуг в регионе для конкретных практических мероприятий; планировать рекламные кампании, кампании по директ-маркетингу, стимулированию сбыта и паблик рилейшнз; разрабатывать стратегии по позиционированию брендов; анализировать и обосновывать выбор медиа стратегий, каналов распространения информации; оценивать	

Формируемые компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Квалификационные задания
				коммуникативный эффект.	
ПК-2. Способен осуществлять организацию и управление торгово-технологическими процессами на торговом предприятии, в т.ч. планирование, организацию и контролирование процессов закупки, хранения и распределения	ИПК-2.1: составляет план, обосновывает и осуществляет закупки торгового предприятия; организует на стадии планирования закупки консультации с поставщиками (подрядчиками, исполнителями) в целях определения состояния конкурентной среды на соответствующих рынках	Уметь: организовывать и планировать работу по закупкам торгового предприятия, а также материально-техническому обеспечению ресурсами; работать с закупочной документацией	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) умеет организовывать и планировать работу по закупкам торгового предприятия, а также материально-техническому обеспечению ресурсами; работать с закупочной документацией	Провести анализ конкурентной среды рынка, необходимого для планирования закупок торгового предприятия.
		Базовый уровень	Обучающийся с незначительными затруднениями умеет организовывать и планировать работу по закупкам торгового предприятия, а также материально-техническому обеспечению ресурсами; работать с закупочной документацией	Провести полный анализ материально-технического обеспечения предприятия и результаты отразить в отчете.	
		Продвинутый уровень	Обучающийся умеет организовывать и планировать работу по закупкам торгового предприятия, а также материально-техническому обеспечению ресурсами; работать с закупочной документацией	Выявить специфические особенности процессов товародвижения на этапах организации закупочной деятельности предприятия, управления запасами, дистрибуции готового товара, транспортировки и	
		Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) владеет навыками осуществлять закупку необходимого торгового-	складирования материальных ресурсов. Результаты отразить в отчете.	
Владеть: навыками осуществлять закупку необходимого торгового-					

Формируемые компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Квалификационные задания
		технологического оборудования, мебели, инвентаря, рассчитывать и выбирать требуемое количество торгового технологического оборудования; оценивать эффективность процесса управления товарными запасами		инвентаря, рассчитывать и выбирать требуемое количество торгового технологического оборудования; оценивать эффективность процесса управления товарными запасами	Провести собственную идентификационную экспертизу качества, используя способ, подходящий специфике продукции предприятия, результаты отразить в отчете.
			Продвинутый уровень	Обучающийся свободно владеет навыками осуществлять закупку необходимого торгового технологического оборудования, мебели, инвентаря, рассчитывать и выбирать требуемое количество торгового технологического оборудования; оценивать эффективность процесса управления товарными запасами	
	ИПК-2.2: разрабатывает методы организации, движения и оптимизации и логистических потоков, в том числе приемы коммерческой деятельности, обеспечивающие рационально	Уметь: применять методы организации, движения и оптимизации логистических потоков; определять потребности логистической системы и ее отдельных элементов	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) умеет применять методы организации, движения и оптимизации логистических потоков; определять потребности логистической системы и ее отдельных элементов	
			Базовый уровень	Обучающийся с незначительными затруднениями умеет применять методы организации, движения и оптимизации логистических потоков; определять	

Формируемые компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Квалификационные задания
	е перемещение материальных потоков			<p>потребности логистической системы и ее отдельных элементов</p> <p>Продвинутый уровень Обучающийся умеет применять методы организации, движения и оптимизации логистических потоков; определять потребности логистической системы и ее отдельных элементов</p>	
	ИПК-2.3: управляет ассортиментом и осуществляет контроль качества товаров и услуг, оценивает их качество,	Владеть: навыками организации и управления логистическими процессами на предприятии Уметь: применять различные методы управления ассортиментом, а также оценки качества товаров и услуг; систематизировать,	Пороговый уровень Базовый уровень Продвинутый уровень	Обучающийся слабо (частично) владеет навыками организации и управления логистическими процессами на предприятии Обучающийся с небольшими затруднениями владеет навыками организации и управления логистическими процессами на предприятии Обучающийся свободно владеет навыками организации и управления логистическими процессами на предприятии	Обучающийся слабо (частично) умеет применять различные методы управления ассортиментом, а также оценки качества товаров и услуг; систематизировать, классифицировать и идентифицировать товары в рамках товарного

Формируемые компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Квалификационные задания
	диагностирует дефекты, ведет приемку и учет товаров по количеству и качеству	классифицировать и идентифицировать товары в рамках товарного классификатора; выделять типы факторов, влияющих на соответствие товаров требуемому уровню качества; вести приемку и учет товаров		классификатора; выделять типы факторов, влияющих на соответствие товаров требуемому уровню качества; вести приемку и учет товаров	
		Владеть: навыками	Пороговый	Обучающийся слабо (частично) владеет	
			Базовый уровень	Обучающийся с незначительными затруднениями умеет применять различные методы управления ассортиментом, а также оценки качества товаров и услуг; систематизировать, классифицировать и идентифицировать товары в рамках товарного классификатора; выделять типы факторов, влияющих на соответствие товаров требуемому уровню качества; вести приемку и учет товаров	
			Продвинутый уровень	Обучающийся умеет применять различные методы управления ассортиментом, а также оценки качества товаров и услуг; систематизировать, классифицировать и идентифицировать товары в рамках товарного классификатора; выделять типы факторов, влияющих на соответствие товаров требуемому уровню качества; вести приемку и учет товаров	

Формируемые компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Квалификационные задания
		управлять ассортиментом, оценивать, контролировать и управлять качеством товаров (кулинарной продукции, сырья, материалов); определять дефекты; обеспечивать необходимый уровень качества товаров и услуг; проводить приемку и учет товаров по количеству и качеству	уровень	навыками управлять ассортиментом, оценивать, контролировать и управлять качеством товаров (кулинарной продукции, сырья, материалов); определять дефекты; обеспечивать необходимый уровень качества товаров и услуг; проводить приемку и учет товаров по количеству и качеству	
	Базовый уровень		Обучающийся с небольшими затруднениями владеет навыками Обучающийся слабо (частично) владеет навыками управлять ассортиментом, оценивать, контролировать и управлять качеством товаров (кулинарной продукции, сырья, материалов); определять дефекты; обеспечивать необходимый уровень качества товаров и услуг; проводить приемку и учет товаров по количеству и качеству		
	Продвинутый		Обучающийся свободно владеет		

Формируемые компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Квалификационные задания
			уровень	<p>навыками</p> <p>Обучающийся слабо (частично) владеет навыками управлять ассортиментом, оценивать, контролировать и управлять качеством товаров (кулинарной продукции, сырья, материалов); определять дефекты; обеспечивать необходимый уровень качества товаров и услуг; проводить приемку и учет товаров по количеству и качеству</p>	
<p>ПК-3.</p> <p>Способен проводить сопоставительный анализ конкурентов в для понимания и адаптации имеющихся примеров эффективного функционирования предприятия в сети Интернет с целью повышения потребительской</p>	<p>ИПК-3.1:</p> <p>исследует поведение конкурентов и покупателя в сети Интернет</p>	<p>Уметь:</p> <p>проводить анализ конкурентной среды в сети Интернет с целью повышения потребительской лояльности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>Пороговый уровень</p> <p>Базовый уровень</p>	<p>Обучающийся слабо (частично) умеет проводить анализ конкурентной среды в сети Интернет с целью повышения потребительской лояльности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p> <p>Обучающийся с незначительными затруднениями умеет проводить анализ конкурентной среды в сети Интернет с целью повышения потребительской лояльности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>Провести анализ конкурентов торгового предприятия, используя их аккаунты в Instagram, выявить их сильные и слабые стороны, результаты отразить в отчете.</p> <p>Проанализировать текущую стратегию диджитал-продвижения и разработать рекомендации</p>

Формируемые компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Квалификационные задания
Лояльности и разработки эффективных стратегий продвижения			Продвинутый уровень	Обучающийся умеет проводить анализ конкурентной среды в сети Интернет с целью повышения потребительской лояльности в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	по ее совершенствованию.
		Владеть: навыками создания грамотно выстроенной программы лояльности, используя организационные и финансовые методы	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) владеет навыками создания грамотно выстроенной программы лояльности, используя организационные и финансовые методы	Настроить кросспостинг по аккаунту вашего предприятия с VK или Facebook Instagram (встроенная функция)
			Базовый уровень	Обучающийся с небольшими затруднениями владеет навыками создания грамотно выстроенной программы лояльности, используя организационные и финансовые методы	
			Продвинутый уровень	Обучающийся свободно владеет навыками создания грамотно выстроенной программы лояльности, используя организационные и финансовые методы	
	ИПК-3.2: составляет задания на	Уметь: организовывать и проводить	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) умеет организовывать и	

Формируемые компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Квалификационные задания
	реализацию стратегии продвижения и выявляет ее результаты	работы по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»		проводить работы по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	
			Базовый уровень	Обучающийся с незначительными затруднениями умеет организовывать и проводить работы по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	
			Продвинутый уровень	Обучающийся умеет организовывать и проводить работы по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	
		Владеть: навыками распределения работы и выделения ресурсов по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; взаимодействия с участниками	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) владеет навыками распределения работы и выделения ресурсов по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; взаимодействия с участниками работ по реализации стратегии продвижения;	

Формируемые компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Квалификационные задания
		работ по реализации стратегии продвижения; проверки результатов выполнения работ по реализации стратегии продвижения и контроля их соответствия выданному заданию	Базовый уровень	<p>проверки результатов выполнения работ по реализации стратегии продвижения и контроля их соответствия выданному заданию</p> <p>Обучающийся с небольшими затруднениями владеет навыками распределения работы и выделения ресурсов по реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; взаимодействия с участниками работ по реализации стратегии продвижения; проверки результатов выполнения работ по реализации стратегии продвижения и контроля их соответствия выданному заданию</p>	
			Продвинутый уровень	Обучающийся свободно владеет навыками распределения работы и выделения ресурсов по реализации стратегии	

Формируемые компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Квалификационные задания
				<p>продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; взаимодействия с участниками работ по реализации стратегии продвижения; проверки результатов выполнения работ по реализации стратегии продвижения и контроля их соответствия выданному заданию</p>	
	<p>ИПК-3.3: организует работы по рассылке электронных писем и выбору цифровых платформ для торговой деятельности</p>	<p>Уметь: использовать профессиональные программы и сервисы для организации электронных рассылок; разрабатывать технические задания на подготовку текстовых и графических материалов для использования в электронных рассылках</p>	<p>Пороговый уровень</p> <p>Базовый уровень</p>	<p>Обучающийся слабо (частично) умеет использовать профессиональные программы и сервисы для организации электронных рассылок; разрабатывать технические задания на подготовку текстовых и графических материалов для использования в электронных рассылках</p> <p>Обучающийся с незначительными затруднениями умеет использовать профессиональные программы и сервисы для организации</p>	

Формируемые компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Квалификационные задания
				электронных рассылок; разрабатывать технические задания на подготовку текстовых и графических материалов для использования в электронных рассылках	
			Продвинутый уровень	Обучающийся умеет использовать профессиональные программы и сервисы для организации электронных рассылок; разрабатывать технические задания на подготовку текстовых и графических материалов для использования в электронных рассылках	
		Владеть: навыками составления и корректировки письма, выбора программы для рассылки, сбора контактов для рассылки, сбора результатов по доставленным письмам	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) владеет навыками составления и корректировки письма, выбора программы для рассылки, сбора контактов для рассылки, сбора результатов по доставленным письмам	
			Базовый уровень	Обучающийся с небольшими затруднениями	

Формируемые компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Квалификационные задания
				владеет навыками составления и корректировки письма, выбора программы для рассылки, сбора контактов для рассылки, рассылки, сбора результатов по доставленным письмам	
			Продвинутый уровень	Обучающийся свободно владеет навыками составления и корректировки письма, выбора программы для рассылки, сбора контактов для рассылки, рассылки, сбора результатов по доставленным письмам	
ПК-4. Способен осуществлять организацию и управление бизнесом (в том числе в электронной среде).	ИПК-4.1: проводит анализ и оценку конъюнктуры рынка (в т.ч. с учетом векторов развития электронной торговли), эффективности ведения хозяйственной деятельности торговой	Уметь: проводить аналитику торговой хозяйственной деятельности и оценку рыночной конъюнктуры торговых организаций в условиях цифровизации экономики	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) умеет проводить аналитику торговой хозяйственной деятельности и оценку рыночной конъюнктуры торговых организаций в условиях цифровизации экономики	Провести анализ основных показателей эффективности и коммерческой деятельности торгового предприятия, проанализировать использование цифровых технологий, результаты отразить в отчете.
			Базовый уровень	Обучающийся с незначительными затруднениями умеет проводить аналитику торговой хозяйственной деятельности и	

Формируемые компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Квалификационные задания
	организации в условиях применения цифровых и иных решений в бизнесе			оценку рыночной конъюнктуры торговых организаций в условиях цифровизации экономики	Проанализировать использование современных технологий ведения бизнеса на торговом предприятии, охарактеризовать мероприятия, проводимые для продвижения бренда компании, дать рекомендации и отразить данные в отчете.
			Продвинутый уровень	Обучающийся проводит аналитику торговой-хозяйственной деятельности и оценку рыночной конъюнктуры торговых организаций в условиях цифровизации экономики	
		Владеть: навыками применения цифровых технологий для анализа и оценки конъюнктуры рынка, а также эффективности ведения хозяйственной деятельности торговой организации	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) владеет навыками применения цифровых технологий для анализа и оценки конъюнктуры рынка, а также эффективности ведения хозяйственной деятельности торговой организации	
			Базовый уровень	Обучающийся с небольшими затруднениями владеет навыками применения цифровых технологий для анализа и оценки конъюнктуры рынка, а также	

Формируемые компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Квалификационные задания
				эффективности ведения хозяйственной деятельности торговой организации	
			Продвинутый уровень	Обучающийся свободно владеет навыками применения цифровых технологий для анализа и оценки конъюнктуры рынка, а также эффективности ведения хозяйственной деятельности торговой организации	
	ИПК-4.2: применяет современные технологии организации и управления торговым бизнесом для решения поставленных задач, в том числе проводит мероприятия для продвижения бренда компании	Уметь: разрабатывать процессы ведения электронного бизнеса в торговой сфере	Пороговый уровень	Обучающийся слабо (частично) умеет разрабатывать процессы ведения электронного бизнеса в торговой сфере	
Базовый уровень			Обучающийся с незначительными затруднениями умеет разрабатывать процессы ведения электронного бизнеса в торговой сфере		
Продвинутый уровень			Обучающийся умеет разрабатывать процессы ведения электронного бизнеса в торговой сфере		
Пороговый			Обучающийся слабо (частично) владеет		
		Владеть: навыками	Порого	Обучающийся слабо (частично) владеет	

Формируемые компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций	Уровни освоения компетенций	Критерии оценивания сформированности компетенций	Квалификационные задания
				торговле	

РАЗДЕЛ 2. ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ/ВОПРОСОВ К СОБЕСЕДОВАНИЮ ВО ВРЕМЯ ПРОЦЕДУРЫ ЗАЩИТЫ ОТЧЕТА

<i>Проверяемая компетенция/индикатор компетенции</i>	<i>Примерные вопросы</i>
ИПК-1.1: осуществляет подготовку и проведение маркетинговых исследований с использованием комплекса маркетинга	-как осуществляется планирование маркетингового исследования? -какие основные инструменты маркетинга применялись Вами при проведении маркетингового исследования?
ИПК-1.2: выявляет и формирует с помощью маркетинговых коммуникаций потребности покупателей товаров, изучает и прогнозирует спрос потребителей, анализирует маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка	-какая маркетинговая информация Вами была собрана и проанализирована? - из чего состоит SWOT анализ компании? -какие предложения по совершенствованию системы сбыта и продвижения вы могли бы дать предприятию?
ИПК-2.1: составляет план, обосновывает и осуществляет закупки торгового предприятия; организует на стадии планирования закупок консультации с поставщиками (подрядчиками, исполнителями) в целях определения состояния конкурентной среды на соответствующих рынках	-назовите основные подходы к перспективному планированию закупок предприятия -есть ли разрыв между требующимися и имеющимися ресурсами на предприятии и как его по Вашему мнению устранить в случае наличия, какие источники лучше для этого использовать?
ИПК-2.2: разрабатывает методы организации, движения и оптимизации логистических потоков, в том числе приемы коммерческой деятельности, обеспечивающие рациональное перемещение материальных потоков	-перечислите принципы построения логистических процессов на торговом предприятии -что значит по Вашему мнению оптимизация логистических потоков?
ИПК-2.3: управляет ассортиментом и осуществляет контроль качества товаров и услуг, оценивает их качество, диагностирует дефекты, ведет приемку и учет товаров по количеству и качеству	-как проводится приемка товаров и какие методы контроля качества продукции используют на предприятии? -что предложено Вами по совершенствованию ассортиментной политики?
ИПК-3.1: исследует поведение конкурентов и покупателей в сети Интернет	-в какое время целевая аудитория Вашего предприятия проявляет наибольшую активность в соцсетях? -по каким критериям проведен анализ деятельности конкурентов?
ИПК-3.2: составляет задания на реализацию стратегии продвижения и выявляет ее результаты	-какие мероприятия предложены Вами для совершенствования стратегии продвижения продукции/услуг предприятия? -перечислите инструменты интернет-маркетинга, используемые предприятием для продвижения

	продукции/услуг?
ИПК-3.3: организует работы по рассылке электронных писем и выбору цифровых платформ для торговой деятельности	-какие автоматизированные программы по рассылке электронных писем используются на предприятии? -каковы перспективы выхода Вашего предприятия на те или иные маркетплейсы?
ИПК-4.1: проводит анализ и оценку конъюнктуры рынка (в т.ч. с учетом векторов развития электронной торговли), эффективности ведения хозяйственной деятельности торговой организации в условиях применения цифровых и иных решений в бизнесе	-с какими современными технологиями организации и управления торговым бизнесом (в том числе в электронной среде) Вы столкнулись в период прохождения практики -какие рекомендации Вы дали в сфере использования современных цифровых технологий ведения бизнеса?
ИПК-4.2: применяет современные технологии организации и управления торговым бизнесом для решения поставленных задач, в том числе проводит мероприятия для продвижения бренда компании	-охарактеризуйте основные процессы ведения электронного бизнеса в торговой сфере -достаточно ли по вашему мнению мероприятия по продвижению бренда, проводимые торговыми предприятиями ?

РАЗДЕЛ 3. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ В РАМКАХ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Оценивание защиты отчета

Шкала оценок	Показатели	Критерии
Отлично (высокий уровень сформированности компетенции)	1. Соответствие содержания отчета требованиям программы практики; 2. Структурированность и полнота собранного материала; 3. Полнота устного выступления, правильность ответов на вопросы при защите;	При защите отчета студент продемонстрировал глубокие и системные знания, полученные при прохождении практики, свободно оперировал данными исследования и внес обоснованные предложения. Студент правильно и грамотно ответил на поставленные вопросы. Студент получил положительный отзыв от руководителя
Хорошо (достаточный уровень сформированности компетенции)	4. и т.д.	При защите отчета студент показал глубокие знания, полученные при прохождении практики, свободно оперировал данными исследования. В отчете были допущены ошибки, которые носят несущественный характер. Студент ответил на поставленные вопросы, но допустил

		некоторые ошибки, которые при наводящих вопросах были исправлены. Студент получил положительный отзыв от руководителя
Удовлетворительно (приемлемый уровень сформированности компетенции)		Отчет имеет поверхностный анализ собранного материала, нечеткую последовательность его изложения материала. Студент при защите отчета по практике не дал полных и аргументированных ответов на заданные вопросы. В отзыве руководителя имеются существенные замечания.
Неудовлетворительно (недостаточный уровень сформированности компетенции)		Отчет не имеет детализированного анализа собранного материала и не отвечает установленным требованиям. Студент затрудняется ответить на поставленные вопросы или допускает в ответах принципиальные ошибки. В отзыве руководителя имеются существенные критические замечания.

РАЗДЕЛ 4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ) ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Результаты прохождения практики оцениваются посредством проведения промежуточной аттестации. Неудовлетворительные результаты промежуточной аттестации по практике или не прохождения промежуточной аттестации по практике при отсутствии уважительных причин признаются академической задолженностью.

Формой промежуточной аттестации при прохождении практики является зачет с оценкой.

Промежуточная аттестация по итогам практики проводится руководителем практики либо комиссией по проведению промежуточной аттестации, в состав которой помимо руководителя практики могут включаться педагогические работники кафедры, по которой обучающимися осуществляется прохождение соответствующей практики, с занесением результатов в ведомость промежуточной аттестации и в зачетную книжку обучающегося.

В ходе промежуточной аттестации обучающийся кратко докладывает о содержании своей работы во время прохождения практики, достигнутых результатах в выполнении практических заданий.

Оценка за практику обучающемуся выставляется в соответствии с методическими материалами, определяющими процедуру оценивания умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций, на основании оценочных материалов для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике.

Обучающиеся, не выполнившие программу практики по уважительной и неуважительной причине или получившие отрицательный отзыв, направляются на практику повторно. Сроки прохождения практики устанавливаются заведующим кафедрой по согласованию с деканатом факультета при наличии возможности прохождения данной практики в свободное от учебных занятий время.

Обучающиеся, повторно не выполнившие программу практики без уважительной причины или получившие по итогам прохождения практики неудовлетворительную оценку, могут быть отчислены из университета как не выполнившие обязательства по добросовестному освоению образовательной программы в порядке, предусмотренном соответствующим локальным нормативным актом университета.

**Лист актуализации оценочных материалов для проведения
промежуточной аттестации обучающихся по производственной
(преддипломной) практике**

Оценочные материалы пересмотрены,
обсуждены и одобрены на заседании кафедры

Протокол от «_____» _____ 20__ г. № _____

Зав. кафедрой _____

Оценочные материалы пересмотрены,
обсуждены и одобрены на заседании кафедры

Протокол от «_____» _____ 20__ г. № _____

Зав. кафедрой _____

Оценочные материалы пересмотрены,
обсуждены и одобрены на заседании кафедры

Протокол от «_____» _____ 20__ г. № _____

Зав. кафедрой _____

Оценочные материалы пересмотрены,
обсуждены и одобрены на заседании кафедры

Протокол от «_____» _____ 20__ г. № _____

Зав. кафедрой _____

