

**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 (ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ)  
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 (торгово-экономической) 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, с приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 г. №301 «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 (торгово-экономической) практике для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности», размещены на сайте [www.dgunh.ru](http://www.dgunh.ru)

Атаева А.У. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации по производственной (торгово-экономической) практике для направления подготовки Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности». – Махачкала: ДГУНХ, 2022. - 22 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<br>КВАЛИФИКАЦИОННЫХ ЗАДАНИЙ .....   | 5  |
| 1.1 Перечень формируемых компетенций.....  | 5  |
| 1.2. Перечень компетенций с указанием квалификационных заданий .....   | 6  |
| РАЗДЕЛ 2. ПЕРЕЧЕНЬ ЗАДАНИЙ/ВОПРОСОВ К СОБЕСЕДОВАНИЮ ВО<br>ВРЕМЯ ПРОЦЕДУРЫ ЗАЩИТЫ ОТЧЕТА .....  | 17 |
| РАЗДЕЛ 3. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ<br>КОМПЕТЕНЦИЙ, ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ В РАМКАХ<br>ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ.....   | 18 |
| РАЗДЕЛ 4. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ<br>ПРОЦЕДУРЫ ОЦЕНИВАНИЯ ЗНАНИЙ, УМЕНИЙ, НАВЫКОВ И (ИЛИ)<br>ОПЫТА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ЭТАПЫ<br>ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ..... | 19 |
| Лист актуализации оценочных материалов для проведения промежуточной<br>аттестации обучающихся по производственной (торгово-экономической)<br>практике.....                           | 21 |

## Назначение фонда оценочных средств

Оценочные материалы разработаны для проведения промежуточной аттестации обучающихся по производственной (торгово-экономической) 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 (торгово-экономической) 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 (торгово-экономической) практики.

## РАЗДЕЛ 1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ ЗАДАНИЙ

### 1.1 Перечень формируемых компетенций

| <i>Код компетенции</i> | <i>Формулировка / Наименование компетенции</i>   |
|------------------------|--|
| <b>ПК</b>              | <b>Профессиональные компетенции</b>  |
| <b>ПК-1</b>            | 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  |
| <b>ПК-2</b>            | 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  |

## 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>  |
|--|--|---|------------------------------------|---|--|
| <p><b>ПК-1.</b><br/>Способен формировать и реализовывать элементы комплекса маркетинга в деятельности торговых предприятий</p> | <p><b>ИПК-1.1:</b><br/>осуществляет подготовку и проведение маркетинговых исследований с использованием комплекса маркетинга</p> | <p><b>Уметь:</b><br/>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»</p> | <p>Пороговый уровень</p>           | <p>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»</p>                | <p>Провести полное маркетинговое исследование деятельности фирмы, используя в том числе информационно-коммуникационную сеть «Интернет»</p> <p>Сделать SWOT анализ компании, проанализировать</p> |
|  |  |   | <p>Базовый уровень</p>             | <p>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»</p> | <p>конъюнктуру товарного рынка и спрос потребителей на продукцию предприятия</p>   |
|  |  |   | <p>Продвинутый уровень</p>         | <p>Обучающийся умеет определять наиболее верную методологию проведения исследования деятельности фирмы исходя из бизнес-задачи и ситуации на</p>  |  |

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

| <b>Формируемые компетенции</b> | <b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b> | <b>Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций</b>   | <b>Уровни освоения компетенций</b>                  | <b>Критерии оценивания сформированности компетенций</b>   | <b>Квалификационные задания</b> |
|--------------------------------|---|--|---|---|---------------------------------|
|                                | у товарного рынка   | <p><b>Владеть:</b> 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> |                                 |

| <b>Формируемые компетенции</b> | <b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b> | <b>Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций</b>   | <b>Уровни освоения компетенций</b> | <b>Критерии оценивания сформированности компетенций</b>  | <b>Квалификационные задания</b> |
|--------------------------------|---|--|------------------------------------|--|---------------------------------|
|                                |   | маркетингу, стимулированию сбыта и паблик рилейшнз; разрабатывать стратегии по позиционированию брэндов; анализировать и обосновывать выбор медиа стратегий, каналов распространения информации; оценивать коммуникативный эффект. | Базовый уровень                    | <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> |                                 |

| <b>Формируемые компетенции</b> | <b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b> | <b>Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций</b> | <b>Уровни освоения компетенций</b> | <b>Критерии оценивания сформированности компетенций</b>  | <b>Квалификационные задания</b> |
|--------------------------------|---|--|------------------------------------|--|---------------------------------|
|                                |   |  |                                    | 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 |                                 |

| <b>Формируемые компетенции</b>   | <b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>   | <b>Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций</b>  | <b>Уровни освоения компетенций</b> | <b>Критерии оценивания сформированности компетенций</b>  | <b>Квалификационные задания</b>  |
|--|---|---|------------------------------------|--|--|
|  |   |   |                                    | коммуникативный эффект.  |  |
| <b>ПК-2.</b><br>Способен осуществлять организацию и управление торгово-технологическими процессами на торговом предприятии, в т.ч. планирование, организацию и контролирование процессов закупки, хранения и распределения | <b>ИПК-2.1:</b><br>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 | <b>Уметь:</b><br>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 складирования материальных ресурсов. Результаты отразить в отчете. |
|  |   | <b>Владеть:</b><br>навыками осуществлять закупку необходимого торгового-  | Пороговый уровень                  | Обучающийся слабо (частично) владеет навыками осуществлять закупку необходимого торгового-технологического оборудования, мебели,   |  |

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

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

| <b>Формируемые компетенции</b> | <b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b>                  | <b>Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций</b>  | <b>Уровни освоения компетенций</b>   | <b>Критерии оценивания сформированности компетенций</b>   | <b>Квалификационные задания</b> |
|--------------------------------|--|---|--|---|---------------------------------|
|                                | 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 |                                 |
| 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                                 |   |                                 |
|                                |  | <b>Владеть:</b><br>навыками   | Пороговый  | Обучающийся слабо (частично) владеет  |                                 |

| <b>Формируемые компетенции</b> | <b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b> | <b>Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций</b>  | <b>Уровни освоения компетенций</b> | <b>Критерии оценивания сформированности компетенций</b>   | <b>Квалификационные задания</b> |
|--------------------------------|---|---|------------------------------------|---|---------------------------------|
|                                |   | <p>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>уровень</p>                     | <p>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>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>Базовый уровень</p>             | <p>Обучающийся с небольшими затруднениями владеет навыками<br/>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> |                                 |

| <b>Формируемые компетенции</b> | <b>Код и наименование индикатора достижения компетенции</b> | <b>Планируемые результаты обучения по практике, характеризующие этапы формирования компетенций</b> | <b>Уровни освоения компетенций</b> | <b>Критерии оценивания сформированности компетенций</b>   | <b>Квалификационные задания</b> |
|--------------------------------|---|--|------------------------------------|---|---------------------------------|
|                                |   |  | Продвинутый уровень                | Обучающийся свободно владеет навыками<br>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 |                                 |

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

| <i>Проверяемая<br/>компетенция/индикатор<br/>компетенции</i>   | <i>Примерные вопросы</i>  |
|--|---|
| <b>ИПК-1.1:</b> осуществляет подготовку и проведение маркетинговых исследований с использованием комплекса маркетинга  | -как осуществляется планирование маркетингового исследования?<br>-какие основные инструменты маркетинга применялись Вами при проведении маркетингового исследования?  |
| <b>ИПК-1.2:</b> 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?<br>- из чего состоит SWOT анализ компании?<br>-какие предложения по совершенствованию системы сбыта и продвижения вы могли бы дать предприятию?                                       |
| <b>ИПК-2.1:</b> 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<br>-есть ли разрыв между требуемыми и имеющимися ресурсами на предприятии и как его по Вашему мнению устранить в случае наличия, какие источники лучше для этого использовать? |
| <b>ИПК-2.2:</b> 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<br>-что значит по Вашему мнению оптимизация логистических потоков?   |
| <b>ИПК-2.3:</b> 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?<br>-что предложено Вами по совершенствованию ассортиментной политики?   |

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

#### Оценивание квалификационных заданий

| Шкала оценок  | Показатели  | Критерии   |
|---|---|--|
| Отлично<br>(высокий уровень сформированности компетенции)                   | 1. Полнота выполнения индивидуального задания;<br>2. Правильность выполнения индивидуального задания; | Квалификационное задание выполнено в полном объеме, студент проявил высокий уровень самостоятельности и творческий подход к его выполнению   |
| Хорошо<br>(достаточный уровень сформированности компетенции)                | 3. Своевременность и последовательность выполнения индивидуального задания.                           | Квалификационное задание выполнено в полном объеме, имеются отдельные недостатки в оформлении представленного материала  |
| Удовлетворительно<br>(приемлемый уровень сформированности компетенции)      |   | Квалификационное задание в целом выполнено, однако имеются недостатки при выполнении в ходе практики отдельных разделов (частей) задания, имеются замечания по оформлению собранного материала |
| Неудовлетворительно<br>(недостаточный уровень сформированности компетенции) |   | Квалификационное задание выполнено лишь частично, имеются многочисленные замечания по оформлению собранного материала  |

#### Оценивание защиты отчета

| Шкала оценок   | Показатели   | Критерии  |
|--|--|---|
| Отлично<br>(высокий уровень сформированности компетенции)    | 1. Соответствие содержания отчета требованиям программы практики;<br>2. Структурированность и полнота собранного материала;<br>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<br>(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<br>(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<br>(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 (торгово-  
экономической) 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 \_\_\_\_\_

