

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Крылова Людмила Вячеславовна
Должность: Проректор по учебно-методической работе
Дата подписания: 27.02.2025 21:36:55
Уникальный программный ключ:
b066544bae1e449cd8bfce392f7224a676a271b2

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(МИНОБРНАУКИ РОССИИ)**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И
ТОРГОВЛИ ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-БАРАНОВСКОГО»
(ФГБОУ ВО «ДОННУЭТ»)**

КАФЕДРА ТОВАРОВЕДЕНИЯ



УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебно-методической работе
Л. В. Крылова

(подпись)

«28 » февраля 2024 г.

**Б2.В.01 (У) РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ
ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ**

УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА (ВИРТУАЛЬНАЯ ПРАКТИКА)

Укрупненная группа направлений подготовки 38.00.00 Экономика и управление
Программа высшего образования – программа магистратуры
Направление подготовки 38.04.07 Товароведение
Магистерская программа: Товароведение непродовольственных товаров и
коммерческая деятельность
Факультет маркетинга и торгового дела
Форма обучения, курс:
очная форма обучения, 1 курс

Донецк 2024

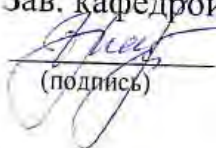
Рабочая программа практической подготовки при проведении учебной практики (виртуальная практика) для обучающихся по направлению подготовки 38.04.07 Товароведение, магистерской программе «Товароведение непродовольственных товаров и коммерческая деятельность». разработанная в соответствии с учебным планом, утвержденным ученым советом Университета:
– в 2024г. – для очной формы обучения;

Разработчик: Ткаченко А.А., к.э.н., доц, доц.



Рабочая программа утверждена на заседании кафедры
Протокол от «19» февраля 2024 года № 11

Зав. кафедрой товароведения

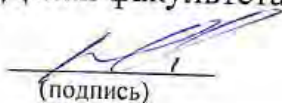


(подпись)

В. Д. Малыгина
(инициалы, фамилия)

СОГЛАСОВАНО

Декан факультета маркетинга и торгового дела



(подпись)

Д. В. Махнонов
(инициалы, фамилия)



Дата «27» февраля 2024 года

ОДОБРЕНО

Учебно-методическим советом Университета

Протокол от «28» «февраля» 2024 года № 7

Председатель  Л.В. Крылова

(подпись)

(инициалы, фамилия)

©Ткаченко А.А.,
(ФИО разработчиков)
ФГБОУ ВО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского», 2024 год

1. ОПИСАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ

Наименование показателя	Наименование укрупненной группы направлений подготовки/специальностей, направление подготовки/специальность, профиль/ магистерская программа/специализация, программа высшего образования	Характеристика практической подготовки при проведении практики	
		очная форма обучения	заочная/очно-заочная форма обучения
Количество зачетных единиц – 3	Укрупненная группа направлений подготовки 38.00.00 Экономика и управление	вариативная	
	Направление подготовки 38.04.07 Товароведение		
Общее количество часов –108	Магистерская программа: Товароведение непродовольственных товаров и коммерческая деятельность	Год подготовки	
		1-й	
		Семестр	
		2-й	
Количество часов в неделю для очной формы обучения: 54	Программа высшего образования – программа магистратуры	Индивидуальные задания:	
		_____	_____
		Форма промежуточной аттестации: зачет	

2. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ

Цель (вид и тип практики): целью прохождения учебной виртуальной практики является получение практических навыков и умений относительно осуществления торговых операций, участие обучающегося во всех возможных рабочих процессах на основании моделирования реальных ситуаций в виртуальном режиме, которые выполняет специалист-товаровед.

Задачи:

формирование у обучающихся компетенций, необходимых для успешного осуществления профессионально-практической деятельности;

формирование способности обосновывать теоретическую и практическую значимость исследуемой проблемы;

подготовка обучающихся к выбору и обоснованию темы выпускной квалификационной работы;

формирование умения определять цель, задачи и составлять план исследования;

формирование умения обрабатывать полученные результаты исследований, анализировать их и осмысливать;

сбор необходимых материалов для выполнения выпускной квалификационной работы с привлечением современных информационных технологий;

строить межличностные отношения и работать в группе, организовывать внутригрупповое взаимодействие с учетом социально-культурных особенностей, этнических и конфессиональных различий отдельных членов группы;

формирование навыков делового общения в профессиональной среде

3. МЕСТО ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Практическая подготовка при проведении «Учебная практика (виртуальная практика)» относится к вариативной части ОПОП ВО. Данная практика является основополагающей для приобретения обучающимися навыков аналитической работы, а также обеспечивает их фундаментальными знаниями, необходимыми для прохождения практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (Производственная педагогическая практика), производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (Производственная по управлению качеством), преддипломной практики. Прохождение «Учебной практики (виртуальная практика)» базируется на знаниях, полученных обучающимися при изучении дисциплин базовой и вариативной части учебного плана подготовки магистра.

4. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате прохождения практики у обучающегося должны быть сформированы компетенции и индикаторы их достижения:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	ИДК-1УК-1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие ИДК-2УК-1. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи ИДК-3УК-1. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи ИДК-4УК-1. При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы ИДК-5УК-1. Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИДК-1УК-2. Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением цели проекта ИДК-2УК-2. Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения ИДК-3УК-2. Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач ИДК-4УК-2. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы ИДК-5УК-2. Оценивает решение поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректирует способы решения задач
ПК-1 Способен осуществлять идентификацию и экспертизу товаров, выявлять недоброкачественную, фальсифицированную, контрафактную продукцию на всех этапах товародвижения.	ИДК-1 ПК-1 Осуществляет подбор законодательных, методических и нормативных документов для проведения идентификации и товарной экспертизы. ИДК-2 ПК-1. Определяет объем выборки, проводит отбор образцов (проб) для идентификации и экспертизы, осуществляет идентификацию и экспертизу товаров, выявляет недоброкачественные, фальсифицированные, контрафактные товары. ИДК-3 ПК-1. Оформляет документы по результатам идентификации и экспертизы.

В результате практической подготовки при проведении практики обучающийся должен:

- знать:** современные методы и средства аналитической деятельности;
- методы и средства анализа ассортимента;
- факторы, влияющие на качество товаров, причины возникновения и

предупреждения дефектов;

особенности оценки рейтинга поставщиков;

методы анализа и критерии оценки конкурентоспособности товаров;

методы и уметь выявлять типологию потребителей конкретной продукции.

уметь: использовать профессиональную терминологию и аргументировано и ясно излагать основные цели, задачи и идеи;

работать в команде и индивидуально; принимать управленческие решения в сфере своей профессиональной деятельности;

анализировать и оценивать бизнес-процессы, готовить аналитические материалы для принятия оптимальных решений;

вести учет материальных ценностей в программе «Парус 7.40» (модуль «Торговля и склад»);

формировать товарные и аналитических отчеты в программе «Парус 7.40» (модуль «Торговля и склад»);

составлять анкеты по товарным группам в компьютерной программе для статистической обработки данных SPSS.

владеть:

основными методами и средствами анализа и использования методов и средств аналитической деятельности для постановки целей и решения исследовательских задач;

методами анализа, учета и управления ресурсами технологическими процессами в торговле при осуществлении торговой деятельности; регулирования процессов хранения и продажи товаров;

знанием алгоритма оценки ассортимента, качества, безопасности и конкурентоспособности товаров;

навыками работы в компьютерных программах «Парус 7.40» (модуль «Торговля и склад») и SPSS.

5. ПРОГРАММА ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ

Этап практики (тема)	Описание содержания работы на каждом этапе (теме)
Этап адаптации (подготовительный этап)	Подготовка приказов, проведение инструктивных совещаний
	Выдача программ, индивидуальных заданий
	Ознакомление с программой практики
	Ознакомление с работой программы «Парус 7.40»
	Проведение инструктажа по технике безопасности и охраны труда
Этап идентификации (этап непосредственного прохождения практики)	Анализ ассортимента виртуального предприятия
	Определение рейтинга виртуальных поставщиков
	Учёт товарооборота предприятия. Формирование товарных отчетов
	Анализ данных по результатам опросного листа
Этап самореализации (заключительный этап)	Составление отчета.
	Оформление индивидуального задания
	Защита отчета

6. СТРУКТУРА ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ

	Количество часов/дней	
	очная форма обучения	заочная (очно-заочная) форма обучения
Подготовительный этап (этап адаптации)		
1.1 Ознакомление обучающихся с расписанием занятий и программой практики.	2/1	2/1
1.2 Ознакомление с работой программы «Парус 7.40» (модуль «Торговля и склад»). Определение формата виртуального предприятия		
Этап идентификации (этап непосредственного прохождения практики)		
2.1 Анализ ассортимента виртуального предприятия	5/1	5/1
2.2 Сбор и анализ информации об ассортименте торговых предприятий 1/11,5 (согласно выбранной группы непродовольственных товаров)	5/1	5/1
2.3 Расчет показателей ассортимента виртуального предприятия	5/1	5/1
2.4 Определение рейтинга виртуальных поставщиков	5/1	5/1
2.5 Определение рейтинга виртуальных поставщиков	5/1	5/1
2.6 Выбор и оптимизация оценки критериев виртуальных поставщиков	5/1	5/1
2.7 Определение рейтинга поставщиков методом экспертных оценок	9/1	9/1
2.8 Учёт товарооборота предприятия. Формирование товарных отчетов	8/1	8/1
2.9 Учет договоров по закупке/продаже товаров	12/1	12/1
2.10 Поступление товара. Формирование отчета по реализации	12/1	12/1
2.11 Работа со статистическим пакетом для маркетинговых исследований «SPSS»	20/4	20/4
Заключительный этап (этап самореализации)		
3.1. Оформление индивидуального задания и отчета	12/0,5	12/0,5
3.2. Защита отчета	3/0,5	3/0,5
Итого	108	108

7. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

Рабочая программа практической подготовки при проведении практики не адаптирована для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

8. ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ

Тематика типовых индивидуальных заданий

1. Анализ рынка выбранной товарной группы.
2. Анализ эффективности работы с поставщиками отдельных групп товаров.
3. Поиск альтернативных поставщиков конкретных групп товаров, их

оценка и рекомендации предприятию.

4. Составление договора на поставку отдельных групп товаров с конкретными поставщиками.
5. Анализ торгово-технологических процессов (поставки, размещения, хранения и реализации товаров).
6. Анализ влияния различных факторов на формирование ассортимента товаров организации.
7. Маркетинговый подход к разработке новых товаров и проблема «жизненного цикла товаров».
8. Анализ конкурентоспособности продукции.
9. Организацию выставок с целью рекламирования новых товаров.
10. Составление конъюнктурных обзоров.
11. Разработка методики определения удовлетворенности потребителей ассортиментом товаров предприятия.
12. Анализ размещения товаров в торговом зале, на его основе разработка собственного аргументированного варианта.
13. Разработка предложений по усовершенствованию форм продажи товаров на основе их анализа в предприятии и у конкурентов.
14. Составление рекомендаций по расширению перечня дополнительных услуг населению.
15. Разработка плана мероприятий по расширению и повышению эффективности рекламной деятельности.

Алгоритм выполнения индивидуальных заданий

Анализ рынка выбранной товарной группы необходим для выявления групп товаров с высокой или низкой рентабельностью, для сравнения с прошлыми периодами, для сравнения с конкурентами. Он является частью глобального анализа продаж, но его рекомендуется проводить и отдельно, чтобы управлять ассортиментом и вовремя корректировать маркетинговую стратегию.

Прежде чем приступать к анализу важно разобраться, как объединяются продукты в одну товарную группу. Обычно это несколько продуктов, которые объединены только одним признаком: методом использования (например, «одежда для улицы»), основным материалом и т.д.

Для проведения анализа рынка выбранной товарной группы необходимо использовать следующие виды анализа:

динамика по выручке. Аналитик сравнивает выручку или количество проданного товара одной и той же группы за разные периоды;

ABC и XYZ. Аналитик ранжирует все товарные группы по прибыли и спросу на продукцию, а затем разделяет на три вида. По итогам анализа можно понять, на каких вариантах выгоднее сконцентрироваться, а что можно вообще убрать из ассортимента;

динамика среднего чека, по сравнению с прошлым периодом;

отсутствующие товары. Анализ показывает, какие именно позиции из ассортимента отсутствуют на складе, на полках магазина, и объясняет причины отсутствия;

ценовые сегменты. Разновидность исследования показывает, в каких ценовых сегментах представлено больше всего товаров;

конкуренты. В рамках анализа получится сравнить аналогичные товарные группы по ценам и наполненности;

предпочтения аудитории. Это – самая сложная разновидность в проведении. Для изучения предпочтений необходимо организовать опросы или искать информацию на форумах, тематических площадках.

Самая распространенная форма изучения разных товарных групп – сравнение выручки за текущий и прошлые периоды. С помощью этого метода аналитик видит рост или падение прибыли.

Ассортимент разделяется на товарные группы. Для изучения каждой используется одна и та же формула:

*Динамика = (Выручка от продаж группы в текущем периоде / Выручка от продаж группы в прошлом периоде) * 100 %*

Важно помнить, что под «прошлым периодом» может подразумеваться не только прошлый календарный месяц, но и год. В таком случае расчеты будут гораздо точнее, особенно если товарная группа подвержена сезонному спросу. Динамика оценивается так:

- более 100 % – положительный темп, продажи растут;
- 100 % – продажи не меняются;
- менее 100 % – наблюдается спад.
- Результаты могут оказаться не совсем корректными, если составляющие товарной группы кардинально изменились, по сравнению с прошлым периодом. Например, оценивается динамика группы «Смартфоны». В прошлом году компания продавала бюджетные устройства от малоизвестных производителей. В этом году удалось закупить флагманские смартфоны Samsung, Apple и прочих известных брендов. Учитывая большую популярность этих производителей и разницу в цене, логично наблюдать иной уровень выручки.

• Если какие-то позиции были выведены из ассортимента, это тоже необходимо учесть. Можно посмотреть динамику продаж в прошлых периодах. Из отчетности должно стать ясно, почему позиции были выведены. Но если в отчетах показаны ровные продажи, то о причине может знать отдел закупок.

Если требуется понять, на каких именно продуктах разумнее сконцентрировать усилия, то подойдет ABC-анализ. ABC-матрицу можно строить как для всего ассортимента, ранжируя только товарные группы, так и для каждой отдельно. В таком случае по ABC-категориям распределяются SKU.

Основной точкой расчета является прибыль на группу товаров или конкретный продукт. В таблицу Excel загружается весь перечень, который будет анализироваться, и данные по прибыли для каждого продукта. Затем они ранжируются от большего к меньшему. Далее применяется принцип Парето: только 20 % всех действий (в данном случае – всех товарных категорий) приносят 80% результата.

Анализируемые продукты делятся на три категории:

- А – лидеры продаж, которые принесли компании больше всего прибыли, от 0 до 80 % нарастающим итогом. Составляющих в категории А должно быть не более 20 % от общего числа анализируемых позиций;
- В – крепкие середнячки, которые обеспечивают постоянный приток денег в компанию. Во вторую категорию входит до 30 % от всех позиций, а размер прибыли по нарастающему итогу составляет от 81 до 95 %;
- С – аутсайдеры, которые являются наименее рентабельными. Прибыль от них составляет свыше 96 % по нарастающему итогу. Зато общее количество позиций в последней категории может быть равно половине от общего списка.

Сам по себе ABC-анализ не всегда отражает реальный спрос. Например, большую часть выручки может приносить дорогостоящий товар из премиум-коллекции. Но клиенты покупают его раз в месяц. Зато ежедневно они приходят за низкомаржинальным продуктом. Чтобы «собрать» в единую систему прибыль и спрос на товары, рекомендуется вместе с ABC проводить XYZ-исследование.

Второй анализ проводится по такому же алгоритму. Изучается та же товарная группа, но критерием для ранжирования становится не прибыль, а спрос, то есть частота покупок или количество проданных единиц. Далее продукция делится на три категории:

- X – те 20 % из ассортимента, которые составляют 80 % спроса;
- Y – те товары, которые покупают стабильно;
- Z – позиции, пользующиеся низким спросом.

Далее две матрицы необходимо объединить. Каждой позиции в рейтинге будет присвоен идентификатор из двух букв, например, AX, CZ. Компании важно сконцентрировать усилия на тех товарных категориях, которые и приносят достаточно выручки, и пользуются спросом у потребителей. Необходимо увеличивать вложения в рекламу продукции.

Проведение ABCXYZ-исследования можно совмещать с изучением отсутствующих позиций. Необходимо посмотреть в 1С или аналогичных программах, каких товаров нет в наличие ни на складе, ни в магазине. Важно узнать, как давно они отсутствуют. Ведь даже те позиции, которые не продаются, влияют на результаты ABC-анализа. Необходимо учесть, в каких категориях (А, В или С) могли бы находиться отсутствующие продукты. Особое внимание следует уделить отсутствующим продуктам из категории А или AX, AY. Нужно как можно быстрее разобраться в причинах отсутствия, найти ответственных и вернуть товары в продажу, ведь без них компания теряет значительную часть прибыли.

Еще одна важная функция анализа по товарным группам – сравнение компании с конкурентами. Для проведения исследования необходимо выделить ближайших конкурентов. Важно, чтобы выбранные фирмы действительно находились на одном уровне с компанией. Например, небольшой продуктовый магазин в формате «у дома» нет смысла сравнивать с крупным сетевым гипермаркетом. Затем нужно определить количество товаров и товарных групп, которые будут сравниваться. Желательно проводить исследование всесторонне, то есть включать такие составляющие:

сравнение продаж только тех позиций, которые являются хитами в магазине;

сравнение продаж на основе свойств у продуктов, которые необходимы клиентам. Например, куртки и пальто – это разные товары, и они могут входить в разные группы. Но в итоге все клиенты, которые приобретают верхнюю одежду, ждут от нее одинаковых свойств – сохранение тепла, привлекательного внешнего вида в соответствии с модными тенденциями. Значит, логично сравнивать продажи этих разных товарных групп;

сравнение продаж по ценам, если стоимость аналогичных позиций у разных продавцов отличается;

анализ дистрибуции продукции. На этом этапе сравнивается расположение продукции в магазине, мерчендайзинг, использование POS-материалов, а также поставщики, с которыми работают конкуренты.

Сложнее всего при проведении исследования – получить данные о работе других игроков рынка. Проще всего стать тайным покупателем, то есть прийти в чужой магазин или позвонить и представиться потенциальным клиентом. Если такой возможности нет (например, конкуренция небольшая и все знают друг друга в лицо), можно провести опрос целевой аудитории и выяснить, что именно они предпочитают приобретать в других компаниях.

Анализ продаж товарной группы проводится не только для формирования отчетов, но и ради внесения изменений в стратегию работы. Вот что можно узнать из отчетности:

оценка работы разных отделов, например, отдела продаж, который презентует клиентам продукцию, отдела маркетинга, который отвечает за продвижение, и отдела закупок, который обеспечивает достаточный запас ходовой продукции;

новые пути сбыта, чтобы от выгодных товарных групп получать еще больше прибыли.

Поэтому важно понимать, что именно влияет на продажи той или иной группы. Вот какие факторы нужно принять во внимание:

выкладка продукции в розничной точке продаж;

работа продавцов-консультантов, их знания о продукции, о ее свойствах и методах использования;

осведомленность посетителей об акциях и о наличии товара в ассортименте; всплывающие подсказки в интернет-магазине, удобный каталог с делением товаров на группы.

Это ключевые факторы, с которыми следует работать, чтобы повысить продажи и, как следствие, улучшить данные в отчетности. Исследования рекомендуется проводить не реже чем раз в год. Но для некоторых отраслей (особенно для тех, кто подвержен сезонности) можно увеличить частоту проведения анализа. Например, сравнивать продажи хотя бы раз в месяц или каждую неделю.

9. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Формой отчетности обучающегося по прохождению учебной практики (виртуальная практика) является представление письменного отчета, подписанного на титульном листе руководителями от кафедры товароведения и маркетинга и торгового дела.

Отчет по учебной практике (виртуальная практика) содержит аналитическую часть, и индивидуальное задание.

Аналитическая часть отчета по учебной практике представляет собой совокупность аналитических и практических данных, которые оформляются на основе данных виртуального предприятия. Помимо заполнения таблиц обучающийся должен дать комментарии к аналитическим таблицам и сделать выводы по результатам проведенного исследования.

Индивидуальное задание представляет собой теоретическое исследование, тема которого соответствует теме выпускной квалификационной работы.

Система оценивания

практической подготовки при прохождении практики

Форма контроля	Максимальное количество баллов	
	За вид работы	Всего
Текущий контроль: – содержательная часть отчета; – индивидуальное задание; – защита работы	60 20 20	60 20 20
Промежуточная аттестация	дифференцированный зачет	100
Итого за семестр	100	

10. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Соответствие государственной шкалы оценивания академической успеваемости

Сумма баллов	По государственной шкале	Определение
90-100	«Отлично» (5)	отлично – отличное выполнение с незначительным количеством неточностей
80-89	«Хорошо» (4)	хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 10 %)
75-79		хорошо – в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 15 %)
70-74	«Удовлетворительно» (3)	удовлетворительно – неплохо, но со значительным количеством недостатков
60-69		удовлетворительно – выполнение удовлетворяет минимальные критерии
35-59	«Неудовлетворительно»	неудовлетворительно –

0-34	(2)	с возможностью повторной аттестации неудовлетворительно – с обязательным повторным прохождением практической подготовки при прохождении практики
------	-----	---

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная литература:

1. Васильева И.И. Товароведение. Парфюмерно-косметические и товары. [Электронный ресурс]: Наглядное пособие / И.И. Васильева, О.С. Попова. - Донецк: ГО ВПО «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского», каф. товароведения и экспертизы непрод. товаров, 2018.
2. Лойко, Д.П. Безопасность непродовольственных товаров. Учебное пособие [Текст]/ ГО ВПО «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского», каф. товароведения и экспертизы непрод. товаров/ Под редакцией проф. Лойко Д.П. – Донецк: ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2016. - 296 с.
3. Таганов Д. Н. Статистический анализ в маркетинговых исследованиях. — СПб.: Питер, 2015. - 192 с.

Дополнительная литература:

1. Товароведение. (Непродовольственные товары) Культурно-бытовые и ювелирные товары, часы. Учебное пособие [Текст]/ ГО ВПО «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского», каф. товароведения и экспертизы непрод. товаров / И.И. Васильева, В.В. Золотарёва – Донецк: ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2015. - 186с.
2. Ходыкин А.П., Ляшко А.А., Волошко Н.И., Снитко А.П. Товароведение непродовольственных товаров. – М.: Издательско-торговая 39 корпорация „Дашков и К”, 2016. – 540 с
3. Таганов Д. Н. Статистический анализ в маркетинговых исследованиях. — СПб.: Питер, 2015. — 192 с.

Учебно-методические издания:

1. О. С. Попова, А. А. Кривонос Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков (виртуальная практика). Рабочая программа и методические рекомендации для обучающихся направления подготовки 38.04.07 Товароведение (Магистерская программа: Товароведение непродовольственных товаров и коммерческая деятельность) [Текст] М-во образования и науки ДНР ГО ВПО «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского», каф. товароведения, каф. Маркетинга и КД / Попова О. С., Кривонос А. А. - Донецк: ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2019. - 42 с.
2. Рабочая программа учебной практике по получению первичных профессиональных умений и навыков (виртуальная практика) (электронный ресурс) для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.04.07 Товароведение (Магистерская программа Товароведение продовольственных товаров и коммерческая деятельность) / М-во образования и науки ДНР, Гос.орг.высш.проф.образования «Донец.нац. ун-т экономики и торговли им. М.

Туган – Барановского», Каф.товароведения / В.Д. Малыгина, И.И, Медведкова, Н.А. Попова - Донецк: ГО ВПО ДонНУЭТ, 2019. - 21 с.

12. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. <http://konfor.ru/> Официальный сайт Международной конфедерации обществ потребителей [Электронный ресурс].
2. <http://spss.ru/> Официальный сайт компании SPSS [Электронный ресурс].

13. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

№ п/п	Наименование лабораторий и специализированных кабинетов	Перечень оборудования, количество
1.	Компьютерный класс для проведения виртуальной практики ауд. 4413 - 4415: - 4238	Мебель, компьютеры с выходом в сеть Интернет, доступ к электронно-библиотечной системе. Операционная система Microsoft Windows XP Professional OEM (2007 г.);Microsoft Windows XP Professional OEM (2010 г.);Microsoft Office 2003 Standard Academic от 14.09.2005 г.;Microsoft Visual Studio.NET Professional 2002 Academic от 29.10.2002 г.;1С Предприятие 8.0 от 21.02.2008г.; Парус-предприятие 7.40 (бесплатная версия);Adobe Acrobat Reader (бесплатная версия);360 Total Security (бесплатная версия)
2.	Компьютерный класс для проведения виртуальной практики ауд. 4415	Мебель, компьютеры с выходом в сеть Интернет, доступ к электронно-библиотечной системе. Операционная система Microsoft Windows XP Professional OEM (2007 г.);Microsoft Windows XP Professional OEM (2010 г.);Microsoft Office 2003 Standard Academic от 14.09.2005 г.;Microsoft Visual Studio.NET Professional 2002 Academic от 29.10.2002 г.;1С Предприятие 8.0 от 21.02.2008г. ;Парус-предприятие 7.40 (бесплатная версия);Adobe Acrobat Reader (бесплатная версия);360 Total Security (бесплатная версия)
3.	Компьютерный класс для проведения виртуальной практики ауд. 4328	Мебель, компьютеры с выходом в сеть Интернет, доступ к электронно-библиотечной системе. Операционная система Microsoft Windows XP Professional OEM (2007 г.);Microsoft Windows XP Professional OEM (2010 г.);Microsoft Office 2003 Standard Academic от 14.09.2005 г.;Microsoft Visual Studio.NET Professional 2002 Academic от 29.10.2002 г.;1С Предприятие 8.0 от 21.02.2008г.; Парус-предприятие 7.40 (бесплатная версия);Adobe Acrobat Reader (бесплатная версия);360 Total Security (бесплатная версия).
4.	Читальный зал библиотеки №4129 для проведения самостоятельной работы	Мебель, компьютеры с выходом в сеть Интернет, доступ к электронно-библиотечной системе. Операционная система Microsoft Windows XP Professional OEM (2005 г.) Microsoft Office 2003 Standard Academic от 14.09.2005 г. Adobe Acrobat Reader (бесплатная версия);360 Total Security (бесплатная версия);АБИС "UniLib" (2003 г.).

14. КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

ФИО педагогического (научно-педагогического) работника, осуществляющего руководство практической подготовкой при проведении практики	Условия привлечения (по основному месту работы, на условиях внутреннего/ внешнего совместительства; на условиях договора гражданско-правового характера (далее – договор ГПХ))	Должность, ученая степень, ученое звание	Уровень образования, наименование специальности, направления подготовки, наименование присвоенной квалификации	Сведения о дополнительном профессиональном образовании
Ткаченко Анна Анатольевна	По основному месту работы	Должность – доцент кафедры товароведения, ученая степень – кандидат экономических наук, ученое звание – доцент	Высшее, маркетинг, экономист – маркетолог. Диплом кандидата экономических наук серия ДК № 034975	<p>1. Сертификат о повышении квалификации № 0081 от 18.11.2019г. по программе «Особенности организации охраны труда и безопасности жизнедеятельности в образовательных организациях высшего профессионального образования» 36 часов, Государственная организация высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», школа педагогического мастерства.</p> <p>2. Сертификат о повышении квалификации № 0413 от 30.09.2020г. по учебной программе по 4-ем направлениям, 20 часов, Государственная организация высшего профессионального образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», школа педагогического мастерства.</p> <p>3. Обучение по дополнительной профессиональной программе «Базовые сервисы цифрового образования: инструменты и методики обучения с применением электронных дистанционных технологий» с 20.09.2021 по 12.12.2021, 72 часа, ЦДО «Просвещение», г. Сочи</p>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ПРАКТИКИ

Учебная практика (виртуальная практика)

Направление подготовки 38.04.07 Товароведение

Магистерская программа: Товароведение непродовольственных товаров и коммерческая деятельность

Трудоемкость практической подготовки при прохождении практики: 3 з.е.

Планируемые результаты обучения практической подготовки при проведении практики:

знать: современные методы и средства аналитической деятельности;

методы и средства анализа ассортимента;

факторы, влияющие на качество товаров, причины возникновения и предупреждения дефектов;

особенности оценки рейтинга поставщиков;

методы анализа и критерии оценки конкурентоспособности товаров;

методы и уметь выявлять типологию потребителей конкретной продукции.

уметь: использовать профессиональную терминологию и аргументировано и ясно излагать основные цели, задачи и идеи;

работать в команде и индивидуально; принимать управленческие решения в сфере своей профессиональной деятельности;

анализировать и оценивать бизнес-процессы, готовить аналитические материалы для принятия оптимальных решений;

вести учет материальных ценностей в программе «Парус 7.40» (модуль «Торговля и склад»);

формировать товарные и аналитических отчеты в программе «Парус 7.40» (модуль «Торговля и склад»);

составлять анкеты по товарным группам в компьютерной программе для статистической обработки данных SPSS.

владеть: основными методами и средствами анализа и использования методов и средств аналитической деятельности для постановки целей и решения исследовательских задач;

методами анализа, учета и управления ресурсами технологическими процессами в торговле при осуществлении торговой деятельности; регулирования процессов хранения и продажи товаров;

знанием алгоритма оценки ассортимента, качества, безопасности и конкурентоспособности товаров;

навыками работы в компьютерных программах «Парус 7.40» (модуль «Торговля и склад») и SPSS.

обладать компетенциями: УК-1, УК-2, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, ПК-9.

В результате прохождения практики у обучающегося должны быть сформированы компетенции и индикаторы их достижения:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИДК-1УК-1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие ИДК-2УК-1. Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи ИДК-3УК-1. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи ИДК-4УК-1. При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы ИДК-5УК-1. Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	<p>ИДК-1УК-2. Формулирует проблему, решение которой напрямую связано с достижением цели проекта</p> <p>ИДК-2УК-2. Определяет связи между поставленными задачами и ожидаемые результаты их решения</p> <p>ИДК-3УК-2. Анализирует план-график реализации проекта в целом и выбирает оптимальный способ решения поставленных задач</p> <p>ИДК-4УК-2. В рамках поставленных задач определяет имеющиеся ресурсы и ограничения, действующие правовые нормы</p> <p>ИДК-5УК-2. Оценивает решение поставленных задач в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами контроля, при необходимости корректирует способы решения задач</p>
ПК-1 Способен осуществлять идентификацию и экспертизу товаров, выявлять недоброкачественную, фальсифицированную, контрафактную продукцию на всех этапах товародвижения.	<p>ИДК-1 ПК-1 Осуществляет подбор законодательных, методических и нормативных документов для проведения идентификации и товарной экспертизы.</p> <p>ИДК-2 ПК-1. Определяет объем выборки, проводит отбор образцов (проб) для идентификации и экспертизы, осуществляет идентификацию и экспертизу товаров, выявляет недоброкачественные, фальсифицированные, контрафактные товары.</p> <p>ИДК-3 ПК-1. Оформляет документы по результатам идентификации и экспертизы.</p>

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет

Разработчик: к.э.н., доц., доц.



А.А. Ткаченко

Заведующий кафедрой, д.э.н., проф.



В.Д. Малыгина