

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ
НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«НИЖЕГОРОДСКИЙ ТЕХНИКУМ ГОРОДСКОГО ХОЗЯЙСТВА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
ПМ.02. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
И МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

СПЕЦИАЛЬНОСТЬ
38.02.04 КОММЕРЦИЯ (ПО ОТРАСЛЯМ)

Г. НИЖНИЙ НОВГОРОД
2019 Г

Рабочая программа производственной практики профессионального модуля ПМ.02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 15 мая 2014 г. № 539 для профессиональной образовательной организации, реализующей право подготовки специалистов среднего звена.

Организация-разработчик: ГБПОУ «Нижегородский техникум городского хозяйства и предпринимательства», г. Нижний Новгород.

Разработчики: Агальцова Т.А., преподаватель

СОДЕРЖАНИЕ

| | | |
|----|--|----|
| 1. | ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ | 4 |
| 2. | РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ | 7 |
| 3. | СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ | 8 |
| 4. | УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ | 9 |
| 5. | КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ | 12 |

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

1.1. Область применения программы

Рабочая программа производственной практики профессионального модуля ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности для специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) дело является обязательным разделом ОПОП по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям), разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) и соответствующих профессиональных (ПК) компетенций:

ПК 2.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.

ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.

ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.

ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.

ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.

ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.

ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.

ПК 2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.

1.2. Место производственной практики профессионального модуля ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности в структуре ОПОП – производственная практика входит в профессиональный учебный цикл.

1.3. Цели и задачи производственной практики

Производственная практика направлена на формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта и реализуется в рамках профессионального модуля ПМ.02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности.

Цели практики:

- закрепление теоретических знаний, полученных при изучении базовых дисциплин;
- формирование первичных профессиональных умений и навыков по избранной специальности;
- приобретение практических навыков в будущей профессиональной деятельности.

Задачи практики:

- изучение показателей, характеризующих эффективность коммерческой деятельности организации;
- приобретение навыков работы с финансовыми документами, справочными, нормативными и законодательными материалами;
- осуществление практико-ориентированного подхода;

- приобретение практического опыта выполнения работ, связанных с профессиональной деятельностью;
- формирование общих и профессиональных компетенций.

В результате освоения производственной практики обучающийся должен:

1) иметь практический опыт:

- оформления финансовых документов и отчетов;
- проведения денежных расчетов;
- расчета основных налогов;
- анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;
- выявления потребностей (спроса) на товары;
- реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;
- участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;
- анализа маркетинговой среды организации;

2) уметь:

- составлять финансовые документы и отчеты;
- осуществлять денежные расчеты;
- пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;
- рассчитывать основные налоги;
- анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;
- применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;
- выявлять, формировать и удовлетворять потребности;
- обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
- проводить маркетинговые исследования рынка;
- оценивать конкурентоспособность товаров;

1.4. Количество часов на освоение производственной практики

ПП 02 – 72 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Результатом освоения программы производственной практики является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности *Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности*, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями.

| Код | Наименование результата обучения |
|------------|--|
| ПК 2.1. | Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации |
| ПК 2.2. | Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем |
| ПК 2.3. | Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов |
| ПК 2.4. | Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату |
| ПК 2.5. | Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров |

| | |
|---------|--|
| ПК 2.6. | Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации |
| ПК 2.7. | Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений |
| ПК 2.8. | Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации |
| ПК 2.9. | Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты |
| ОК 1. | Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес |
| ОК 2 | Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество |
| ОК 3. | Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность |
| ОК 4. | Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития |
| ОК 6. | Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями |
| ОК 7. | Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации |
| ОК 10. | Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь |
| ОК 12. | Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий |

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Тематический план производственной практики

| Коды профессиональных компетенций | Наименования разделов | Производственная практика (по профилю специальности), часов |
|--|---|--|
| ОК 1 – ОК 4, ОК 6, ОК 7, ОК 10, ОК 12 | 1. Ознакомление с предприятием | 4 |
| ОК 1 – ОК 4, ОК 6, ОК 7, ОК 10, ОК 12, ПК 2.9 | 2. Проведение денежных расчётов с покупателями | 10 |
| ОК 1 – ОК 4, ОК 6, ОК 7, ОК 10, ОК 12, ПК 2.2, ПК 2.9 | 3. Оформление финансовых документов и отчётов | 10 |
| ОК 1 – ОК 4, ОК 6, ОК 7, ОК 10, ОК 12, ПК 2.1 | 4. Расчёт основных налогов | 10 |
| ОК 1 – ОК 4, ОК 6, ОК 7, ОК 10, ОК 12, ПК 2.3, ПК 2.4 | 5. Расчёт и анализ экономических показателей деятельности предприятия | 10 |
| ОК 1 – ОК 4, ОК 6, ОК 7, ОК 10, ОК 12, ПК 2.5 – ПК 2.8 | 6. Обработка и анализ маркетинговой информации | 10 |
| ОК 1 – ОК 4, ОК 6, ОК 7, ОК 10, ОК 12, ПК 2.5 – ПК 2.8 | 7. Анализ маркетинговой среды организации | 16 |

| | |
|---------------------------------|-----------|
| Дифференцированный зачет | 2 |
| Всего | 72 |

| Наименование темы практики | Содержание темы | Количество часов | Уровень усвоения |
|---|--|-----------------------------|-----------------------------|
| ПМ.02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности | | | |
| Производственная практика | | 72 | |
| Тема 1. Ознакомление с предприятием | | 4 | |
| | Инструктаж о прохождении производственной практики. Ознакомление с предприятием: основные задачи, вид деятельности, организационно-правовая форма, организационная структура, режим работы, категория клиентов, основные контрагенты, конкуренты, доля рынка, планируемые перспективы развития | 4 | 3 |
| Тема 2. Проведение денежных расчётов с покупателями | | 10 | |
| | Ознакомиться с организацией расчётов с покупателями при различных формах продажи товаров. Описать формы продажи товаров в организации. Проверка денежных билетов на аппаратах проверки подлинности банкнот. Овладение навыками работы на машине пересчёта денежных купюр. Пример подсчёта выручки за день | 10 | 3 |
| Тема 3. Оформление финансовых документов и отчётов | | 10 | |
| | Ознакомление с финансовыми документами и отчётами. Составление перечня финансовых документов. Участие в оформлении финансовых документов (список оформленных документов во время практики) | 10 | 3 |
| Тема 4. Расчёт основных налогов | | 10 | |
| | Составление перечня налогов, уплачиваемых организацией – базой практики; примеры расчётов налогов | 10 | 3 |
| Тема 5. Расчёт и анализ экономических показателей деятельности предприятия | | 10 | |
| | Анализ товарооборота, его структуры, темпы роста; анализ товарных запасов; анализ издержек обращения; анализ численности работников и расходов по заработной плате | 10 | 3 |
| Тема 6. Обработка и анализ маркетинговой информации | | 10 | |
| | Выявление спроса на товары, реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка. Участие в проведении рекламных акций и кампаний. Участие в организации рекламы в местах продаж. Овладение навыками проведения консультаций покупателей для продвижения товаров и услуг. Обоснование целесообразности выбора и применения | 10 | 3 |

| Наименование темы практики | Содержание темы | Количество часов | Уровень усвоения |
|---|--|---------------------|---------------------|
| | маркетинговых коммуникаций | | |
| Тема 7. Анализ маркетинговой среды организации | | 16 | |
| | Анализ внутренней среды (выявление структурных подразделений осуществляющих маркетинговую деятельность). Анализ социально-экономической среды организации (выявление сегментов потребителей по уровню доходов методом наблюдений и анализа суммы покупок). Анализ демографической среды методом наблюдений (по полу и возрасту). Анализ конкурентной среды организации (выявление организаций конкурентов, их количества, определение перечня конкурентных преимуществ организации и её конкурентов). Оценка конкурентоспособности товаров по объёмам продаж и потребительским показателям | 16 | 3 |
| Дифференцированный зачет | | 2 | 3 |

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы производственной практики в рамках профессионального модуля проходит на предприятиях торгово-сбытовых, оптовых, розничных, а также бытового обслуживания.

В качестве баз производственной практики должны быть выбраны предприятия, отвечающие следующим требованиям:

- соответствовать данной специальности и виду практики;
- иметь сферы деятельности, предусмотренные программой практики;
- располагать квалифицированными кадрами для руководства практикой обучающихся.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, интернет-ресурсов, дополнительной литературы.

Основные источники

2. **Скворцов О.В.** Налоги и Налогообложения : учебник для студ. учреждений сред проф. образования / О.В. Скворцов. - 13-е изд., испр. – М. : Издательский центр «Академия» 2015.- 272 с.
3. **Перекрестова Л.В.** Финансы, денежное обращение и кредит : учебник для студ. учреждений сред проф. образования / Л.В. Перекрестова. - 12-е изд., стер. – М. : Издательский центр «Академия» 2015. - 368 с.
4. **Пястолов С.М.** Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / С.М. Пястолов. - 13- е изд., стер. – М. : учебник Издательский центр «Академия» 2015. - 384 с.
5. **Мурхтанова Н.М., Еремина Е.И.** Маркетинг : учебник для студ. учреждений сред. проф.

образования / Н.М. Мурахтанова, Е.И. Еремина. – 11-е изд., стер. – М. : учебник
Издательский центр «Академия» 2016. - 304 с.

Нормативные документы

1. Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» № 273-ФЗ от 29.12.2012.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) № 51-ФЗ от 30.11.1994.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) № 14-ФЗ от 26.01.1996.
4. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть третья) № 146-ФЗ от 26.11.2001.
5. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) № 230-ФЗ от 18.12.2006.
6. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) № 146-ФЗ от 31.07.1998.
7. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) № 117-ФЗ от 05.08.2000.
8. Трудовой кодекс Российской Федерации № 197-ФЗ от 30.12.2001.
9. Федеральный закон «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 (редакция от 31.12.2017).
10. Закон РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» № 3520-1 от 23.09.1992.
11. Федеральный закон «О защите конкуренции» № 135-ФЗ от 26.07.2006 (редакция от 29.07.2017).

Дополнительные источники

1. Экономика инновационно-ориентированного предприятия : учебное пособие / И.В. Аленкова, Т.А. Агальцова. – М.: КноРус, 2016. – 264 с.
2. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга: Учебное пособие, 8-е изд / Ю.В. Морозов. – М.: Дашков и К, 2016. – 148 с.
3. Налоги и налогообложение : учебник и практикум для СПО / под ред. Д.Г. Черника, Ю.Д. Шмелева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 495 с.
4. Ордынская, Е.В. Организация и методика проведения налоговых проверок: учебник и практикум для СПО / Е.В. Ордынская; под ред. Л.С. Кириной. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 406 с.
5. Реброва, Н.П. Основы маркетинга. учебник и практикум для СПО / Н.П. Реброва. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 277 с.

Интернет-ресурсы:

- официальный сайт Министерства финансов РФ www.minfin.ru;
- официальный сайт Росстата www.gks.ru;
- официальный сайт Федеральной налоговой службы РФ www.nalog.ru;
- все для бизнеса <http://www.klerk.ru>;
- официальный сайт Росбизнесконсалтинга www.rbc.ru;
- агентство консультаций и деловой информации «Экономика и жизнь» <http://www.akdi.ru>;
- официальный сайт СПС Гарант <http://garant.ru>;
- официальный сайт СПС Консультант Плюс <http://consultantplus.ru>;
- сайт «Бухгалтерские новости и статьи» <http://nalog-nalog.ru>;
- сайт посвящен проблематике интернет-маркетинга www.marketer.ru;
- сайт системы межрегиональных маркетинговых центров www.marketcenter.ru;
- сайт посвящен проблемам маркетинга и рекламы www.sostav.ru;
- сайт электронного журнала по маркетингу www.4p.ru.

4.3 Общие требования к организации образовательного процесса

Производственная практика (по профилю специальности) проводится образовательным учреждением при освоении обучающимися профессиональных компетенций в рамках профессионального модуля и реализовываются: производственная – концентрированно в несколько периодов.

Производственная практика должна проводиться в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

Цели, задачи, программы практик определяются образовательным учреждением по каждому виду практики.

Аттестация по итогам производственной практики проводится по результатам выполненных заданий на дифференцированном зачете.

Реализация программы должна обеспечиваться доступом каждого обучающегося к базам данных и библиотечным фондам, формируемым по полному перечню дисциплин (модулей) основной профессиональной образовательной программы.

Во время самостоятельной подготовки обучающиеся должны быть обеспечены доступом к сети интернет.

Каждый обучающийся должен быть обеспечен не менее чем одним учебным печатным и/или электронным изданием по каждой дисциплине профессионального цикла и одним учебно-методическим печатным и/или электронным изданием по каждому междисциплинарному курсу (включая электронные базы периодических изданий).

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация программы производственной практики профессионального модуля ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля). Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального цикла, эти преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПП 02

профессионального модуля ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

| Результаты (освоенные профессиональные компетенции) | Основные показатели оценки результата | Формы и методы контроля и оценки |
|--|--|---|
| ПК 2.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации | Обоснованность выбора данных бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности | Текущий контроль: - оценка правильности выполнения заданий практики Рубежный контроль: - дифференцированный зачет Итоговый контроль: экзамен (квалификационный по модулю) |
| | Соблюдение последовательности действий при проведении учета товаров | |
| | Соответствие оформления документации по учету товаров установленным требованиям (стандартам) | |
| | Соблюдение последовательности действий при проведении инвентаризации | |
| ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых | Соответствие оформления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов установленным требованиям (стандартам) | |
| | Правильность составления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов | |
| | Организация хранения организационно- | |

| Результаты (освоенные профессиональные компетенции) | Основные показатели оценки результата | Формы и методы контроля и оценки |
|--|---|----------------------------------|
| документов с использованием автоматизированных систем | распорядительных и товаросопроводительных документов в соответствии с установленными требованиями (стандартами) Грамотность и скорость составления и оформления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов при работе с автоматизированными системами | |
| ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов | Обоснованность выбора экономических методов в конкретных практических ситуациях | |
| | Правильность расчета микроэкономических показателей | |
| | Полнота анализа микроэкономических показателей | |
| | Полнота анализа рынков ресурсов | |
| ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату | Правильность расчета основных экономических показателей коммерческой организации | |
| | Правильность расчета цены продукции | |
| | Правильность расчета заработной платы сотрудников и фонд оплаты труда предприятия | |
| | | |
| ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров | Правильность определения потребности | |
| | Правильность выявления типа маркетинга в соответствии с потребностями потребителя | |
| | Аргументированность формирования спроса | |
| | Аргументированность выбора методов стимулирования сбыта | |
| ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации | Логичность обоснования целесообразности использования маркетинговых коммуникаций | |
| | Правильность применения маркетинговых коммуникаций | |
| ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений | Правильность соблюдения последовательности проведения маркетинговых исследований | |
| | Обоснованности принятия маркетинговых решений | |
| ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации | Обоснованность принятия решений при реализации сбытовой политики | |
| | Правильность оценки конкурентоспособности товаров | |
| | Правильность оценки конкурентных преимуществ организации обязанностей | |
| | Оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации | |
| ПК 2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты | Обоснованность выбора методов и приемов анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности | |
| | Соблюдение последовательности действий при осуществлении денежных расчетов с покупателями | |
| | Правильность составления финансовой документации и отчетности в соответствии требованиями (стандартами) | |

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения позволяют проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

| Результаты (освоенные общие компетенции) | Основные показатели оценки результата | Формы и методы контроля и оценки |
|---|--|---|
| ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес | Проявление интереса к будущей профессии, активности и инициативности в получении профессионального опыта, умений и знаний Аргументированность и полнота объяснения сущности и социальной значимости будущей профессии Наличие положительных отзывов по итогам практики Проведение презентации «Моя будущая профессия» Участие в студенческих конференциях, конкурсах | проверка самостоятельной работы обучающихся, экспертная оценка отчетов по результатам производственной практики с точки зрения использования информации, анализ результатов наблюдения за деятельностью студентов в процессе выполнения ими учебно-профессиональных заданий |
| ОК 2. Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем | Демонстрация умений планировать свою собственную деятельность и прогнозировать ее результаты Обоснованность выбора методов и способов действий Проявление способности коррекции собственной деятельности Адекватность оценки качества и эффективности собственных действий | |
| ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность | Решение стандартных и нестандартных профессиональных ситуаций по видам профессиональной деятельности | |
| ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития | Демонстрация умения осуществлять поиск информации с использованием различных источников и информационно-коммуникационных технологий Демонстрация умения использовать полученную информацию | |
| ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями | Демонстрация способности эффективно общаться с преподавателями, студентами, представителями работодателя Проявление ответственности за результаты выполнения заданий каждым членом команды Проявление способности оказать и принять взаимную помощь | |
| ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации | Демонстрация стремления к постоянному профессионализму и личностному росту Проявление способности осознанно планировать и самостоятельно проводить повышение своей квалификации | |
| ОК 10. Логически верно, аргументированно и ясно излагать устную и письменную речь | Демонстрация использования языковых коммуникативных и этических норм | |
| ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий | Демонстрация умения применять законодательные акты, нормативные и методические материалы, а также требования стандартов, технических условий | |