



государственное автономное учреждение  
Калининградской области  
профессиональная образовательная организация  
**«КОЛЛЕДЖ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»**


**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

**ПМ. 02 Организация и проведение экономической и маркетинговой  
деятельности**

**Специальность 38.02.04 Коммерция (по отраслям)**

**Разработчики:**

государственное автономное учреждение Калининградской области  
профессиональная образовательная организация «Колледж  
предпринимательства»,  
преподаватель

 М.Г. Седзюк

**Согласовано:**

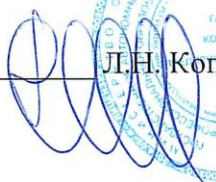
ООО «Виктория-Балтия»  
Начальник отдела подбора и адаптации персонала регионального Управления  
персонала


  
В.Ю. Доможирова



**УТВЕРЖДАЮ**

государственное автономное учреждение Калининградской области  
профессиональная образовательная организация «Колледж  
предпринимательства»,  
Директор

  
Л.Н. Копцева




Программа учебной и производственной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования **38.02.04 Коммерция (по отраслям)**, Положения о практической подготовке обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования

РАССМОТРЕНА И РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ

на заседании отделения экономики и транспорта

Протокол № 6 от 30 июля 2022 г.

Зав. отделением  Т. В. Федорова

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ</b>	стр. 4
<b>2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ</b>	7
<b>3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ</b>	9
<b>4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ</b>	11
<b>5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ</b>	15

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

## 1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной и производственной практики (далее программа) – является частью примерной основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО **38.02.04. Коммерция** (по отраслям) базовой подготовки в части освоения основных видов профессиональной деятельности (ВПД): **Финансовая деятельность, Анализ финансово-хозяйственной деятельности, Маркетинговая деятельность**) и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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.

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

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

4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.

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

6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

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

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

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

Программа может быть использована в дополнительном профессиональном образовании, повышении квалификации и профессиональной подготовке работников торговых предприятий в области анализа деятельности предприятия для принятия управленческих решений при наличии среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

## **1.2. Цели и задачи программы – требования к результатам освоения**

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения программы должен:

### **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;
- реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;
- участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;
- анализа маркетинговой среды организации;

### **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;

### **знать:**

- сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;
- финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля;
- основные положения налогового законодательства;
- функции и классификацию налогов;
- организацию налоговой службы;
- методику расчета основных видов налогов;
- методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; информационное обеспечение, организацию аналитической работы; анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;

- составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
- средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;
- методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
- конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;
- этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом

### **1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы учебной и производственной практики:**

Всего – **72** часа, в том числе:

учебная практика – 36 часов;

производственная практика – 36 часов.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Результатом освоения программы является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности (ВД) организации и проведения финансовой, 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 ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

#### 3.1. Тематический план

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов модуля*	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика		
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов	
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ПК 2.1. ПК 2.2. ПК 2.4. ПК 2.9.	Раздел 1 Финансовая деятельность	24	-	-		-		12	12	
ПК 2.3 ПК 2.4 ПК 2.9.	Раздел 2 Анализ финансово-хозяйственной деятельности организации	24	-	-		-		-12	12	
ПК 2.3. ПК 2.5.-2.8.	Раздел 3 Маркетинговая деятельность организации	24	-	-		-		12	12	
	Учебная практика (по профилю специальности)								36	
	Производственная практика (по профилю специальности)									36
	<b>Всего:</b>	<b>72</b>	-	-	-	-		<b>36</b>	<b>36</b>	

### 3.2. Содержание программы учебной практики

Наименование разделов и тем	Содержание		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
<b>Раздел 1. Финансовая деятельность</b>	<b>Содержание</b>		<b>12</b>	
	1.	Ознакомление с финансовой политикой предприятия.	<b>3</b>	2
	2.	Составление сметы доходов и расходов предприятия.	<b>3</b>	3
	3.	Экономическая сущность налога. Налогоплательщики, объекты, ставки налогов, порядок расчета и сроки уплаты	<b>3</b>	2
	4.	Формирования доходов и расходов для целей налогообложения по налогу на прибыль организаций. Расчет сумм налога подлежащего уплате в бюджет	<b>3</b>	3
<b>Раздел 2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности</b>	<b>Содержание</b>		<b>12</b>	
	1.	Изучение показателей: объем реализации товаров, работ, услуг; затраты организации; фонд оплаты труда; численность персонала; стоимость основных средств.	<b>3</b>	2
	2.	Анализ показателей в сравнении за два периода на основании собранных данных. Расчет показателей: рентабельность продаж, средняя заработная плата, фондоотдача, рентабельность основных средств, фондовооруженность. Формулировка выводов по расчетам.	<b>3</b>	3
	3.	Анализ поступления и продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг в динамике за два периода. Расчет удельного веса каждого наименования в общей сумме. Формулировка выводов.	<b>3</b>	3
	4.	Анализ расчетов с поставщиками и покупателями в динамике за два периода	<b>3</b>	3
<b>Раздел 3. Анализ маркетинговой деятельности предприятия</b>	<b>Содержание</b>		<b>12</b>	
	1.	Определение и характеристика товарно-знаковой символики предприятия.	<b>3</b>	2
	2.	Анализ принципов формирования ассортимента товаров на предприятии.	<b>3</b>	2
	3.	Анализ жизненного цикла товара (групп товаров) на предприятии.	<b>3</b>	2
	4.	Анализ методов формирования цен на предприятии и виды скидок.	<b>3</b>	2
<b>Всего</b>			<b>36</b>	

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).

### 3.3. Содержание программы производственной практики

Наименование разделов и тем	Содержание		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
<b>Раздел 1. Финансовая деятельность</b>	<b>Содержание</b>		<b>12</b>	
	1.	Ознакомление с финансовой устойчивостью предприятия, Расчет коэффициентов концентрации собственного капитала	3	2
	2.	Анализ сметы доходов и расходов предприятия.	3	3
	3.	Распознавание и расчет страховых взносов, уплачиваемых предприятием во внебюджетные фонды.	3	2
	4.	Ознакомление с налоговой системой вашего предприятия. Расчет налога на имущество организаций на примере вашего предприятия с учетом: субъектов и объектов налога, налоговой базы, ставки налога, налогового периода и налоговых льгот	3	3
<b>Раздел 2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности</b>	<b>Содержание</b>		<b>12</b>	
	1.	Ознакомление с основными показателями деятельности предприятия по формам годовой отчетности: форма 1 «Баланс», форма 2 «Отчет о прибылях и убытках», форма 5 «Приложение к балансу».	3	2
	2.	Ликвидность баланса организации. Понятие платежеспособности. Показатели деловой активности организации. Анализ деловой активности организации. Расчет показателей финансовой устойчивости и определение ликвидности активов, расчет финансовых коэффициентов.	3	3
	3.	Анализ имущественного положения предприятия.	3	3
	4.	Определение финансового состояния организации	3	3
<b>Раздел 3. Анализ маркетинговой деятельности предприятия</b>	<b>Содержание</b>		<b>12</b>	
	1.	Анализ состояния рынка товаров и услуг.	3	2
	2.	Выявление методов конкурентной борьбы предприятия	3	2
	3.	Формулировка предложений для увеличения стадии «роста».	3	2
	4.	Разработка плана мероприятий по улучшению работы службы маркетинга	3	2
<b>Всего</b>			<b>36</b>	

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 РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

### **4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация программы предполагает наличие места для проведения практики, сбора и обработки данных.

Оборудование рабочих мест:

Рабочие места по количеству проходящих практику;

Технические средства:

Ноутбук,

Компьютер,

Калькулятор,

Комплекты документов с отчетностью предприятия,

Комплекты законодательных и нормативных документов

Реализация программы предполагает обязательную производственную практику концентрированно.

### **4.2. Информационное обеспечение обучения**

#### **Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

Основные источники:

1. Конституция Российской Федерации.
2. Гражданский кодекс (ч. 1,2,3 с последующими изменениями и дополнениями).
3. Налоговый кодекс (ч. 1,2 с последующими изменениями и дополнениями).
4. Федеральный закон от 23 декабря 2003г. № 181-ФЗ «О внесении изменений и дополнений в закон РСФСР», «О банках и банковской деятельности в РСФСР» (с последующими изменениями и дополнениями).
5. Жуков Е.Ф. Деньги, кредит, банки: учебник – М.: ЮНИТИ, 2018.
6. Кузнецова Е.И. Деньги, кредит, банки. – М.: ЮНИТИ, 2019.
7. Финансы, денежное обращение и кредит: учебник под редакцией В.К. Сенчагова, А.И. Архипова. – М.: Проспект, 2018.
8. Финансы, денежное обращение и кредит: учебник под редакцией Поляка М. М.: ЮНИТИ, 2019.
9. Налоговый кодекс Российской Федерации.
10. Скрипниенко В.Н. Налоги и налогообложение: Учебник. - СПб: ИД "Питер", М.: Издательский дом "БИНФА", 2018.- 496 с.

11. Тарасова В.Ф. Семькина Л.Н. Налоги и налогообложение: Учебник. – М.: КНОРУС, 2017.- 320 с.
12. 1.Алексеева А.И., Васильев Ю.В., Малеева А.В., Ушвицкий Л.И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие – М.:КНОРУС,2017
13. 2. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа: учебник. 4 изд. М.: Финансы и статистика, 2015
14. 3.Баканов М.И., Шеремет А.Д. Экономический анализ: ситуации, тесты, примеры, задачи, выбор оптимальных решений, финансовое прогнозирование. М.: Финансы и статистика, 2015
15. 4.Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово – хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие. – М.:ИНФРА – М, 2004
16. 5.Донцова Л.В., Никифорова Н.А. Комплексный анализ бухгалтерской отчетности. – 4-е изд. Перераб. И доп. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2011
17. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. – 4-е изд., перераб. И доп. – М.: ИНФРА – М,2017
18. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности: Учебн. Пособие. – 3-е изд. – М.: ИНФРА – М.2006
19. Белоусова С.Н. Маркетинг. – Ростов н/Д.: Феникс, 2010
20. Голембиовский С.А. Русский маркетинг. Издат-во Ось-89, 2018
21. Котлер Ф. Маркетинг по Котлеру. Как создавать, завоевывать и удерживать рынок. М.: Альпина Бизнес Букс, 2016
22. Котлер Ф. Маркетинг. – СПб.: Питер, 2016

Дополнительные источники:

1. Леснова О.П. Деньги, кредит, банки. Курс лекций. М.: МГУП, 2019.
2. Нешиной А.С. Финансовый практикум. Учебное пособие. М, 2019.
3. Финансы и кредит: Учеб.пособие. / Под ред. А.М. Ковалевой. -М.: Финансы и статистика, 2015.
4. Финансы и кредит. Организация самостоятельной работы студентов. М.: Финансы и статистика, 2017.
5. Журнал «Финансы и кредит»
6. Журнал "Главбух"
7. Качур О.В. Налоги и налогообложение: Учебник. – М.: КНОРУС, 2019.
8. Миляков Н.В.: Учебник. – «ИНФРА-М», 2016. – 503с.
9. Пансков В.Г. Налоги и налогообложение в Российской Федерации: - МЦФЭР, 2014.- 577
- 10.Ежемесячный научно-практический журнал «Бухгалтерский учет»
- 11.Ежемесячный журнал «Нормативные акты»
- 12.Ежемесячный научно-практический журнал «Главбух»
- 13.Ежемесячный научно-практический журнал «Бухгалтерский учет в сельском хозяйстве»
- 14.Электронно-справочная консультационная система «Консультант Плюс»

15. Электронно-справочная консультационная система «Гарант»
16. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики. Электронный учебный курс. – М.: Кнорус, 2018
17. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики. – М.: Кнорус, 2007
18. Парамонова Т.Н. Маркетинг. – М.: Кнорус, 2017
19. Михалева Е.П. Маркетинг. – М.: Юрайт, 2017
20. Алексушин В.А. Маркетинг. – М, «Дашков и К», 2015
21. Минаев Д.В. Маркетинг: игровой практикум. – Ростов н/Д.: Феникс, 2004
22. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг – менеджмент. Экспресс-курс. 3-е изд. /Пер. с англ. Под науч. ред. С.Г. Жильцова. – СПб.: Питер, 2017
23. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учебник /Под ред. проф. В.А. Алексунина. – 3-е изд., - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2015
24. Назимко А. Событийный маркетинг. Руководство для заказчиков и исполнителей. Изд-во: Вершина, 2017
25. Ющук Е. Конкурентная разведка. Маркетинг рисков и возможностей. Изд-во: Вершина, 2016
26. «Маркетинг в России и за рубежом». Практический журнал Изд-во: Дело и сервис
27. «Маркетинг и маркетинговые исследования». Научно-исследовательский журнал. Издательство: Издательский дом «Гребенников»
28. «Практический маркетинг». Практический журнал. Издательство: ВСIMarketing»

#### Интернет-ресурсы:

1. <http://studyspace.ru/skachat-uchebnik/uchebniki-po-nalogam-posobie-spravochnik-po-nalogam-skachat-uchebnik-po-na.html>
2. [www.fin-izdat.ru](http://www.fin-izdat.ru)
3. <http://www.action-press.ru>
4. <http://www.marketolog.ru/>-маркетолог
5. <http://www.marketing.spb.ru/>-энциклопедия
6. <http://www.marketingandresearch.ru/>-журнал
7. <http://marketingmix.com.ua/>-маркетинг

### **4.3. Общие требования к организации процесса производственной практики**

Обязательным условием допуска к производственной практике в рамках профессионального модуля «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» является освоение учебной практики в рамках профессионального модуля «Управление ассортиментом, оценка качества и обеспечение сохраняемости товаров». Производственная практика должна

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

Медицинские ограничения регламентированы Перечнем медицинских противопоказаний Министерства здравоохранения Российской Федерации.

Освоение программы практики базируется на изучении общепрофессиональных дисциплин: «Безопасность жизнедеятельности», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Экономика организации», «Статистика», «Менеджмент (в торговле)», «Правовое обеспечение профессиональной деятельности», «Логистика», «Бухгалтерский учет», «Стандартизация, метрология и подтверждение соответствия»; междисциплинарных курсов: «Теоретические основы товароведения», «Товароведение продовольственных и непродовольственных товаров».

#### **4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Реализация основной профессиональной образовательной программы по специальности Коммерция (в торговле) обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю, имеющими профессиональный опыт и повышение квалификации (1 раз в 3 года – стажировка в лучших торговых предприятиях города Калининграда).

#### **Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой:**

- инженерно-педагогический состав: дипломированные специалисты с высшим профессиональным образованием экономического профиля – преподаватели дисциплин «Финансы, налоги и налогообложение», «Маркетинг», «Анализ финансово-хозяйственной деятельности»;
- опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы



## 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК2.1. 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.	Грамотный подбор бухгалтерских данных и правильное использование их при планировании коммерческой деятельности. Правильное оформление учетных документов.	Экспертная оценка правильности оформления документов. экспертная оценка решения проблемных ситуаций
ПК2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.	Владение автоматизированными системами при составлении учетных документов	Экспертная оценка в процессе наблюдения за действиями на практике
ПК2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.	Правильное решение практических ситуаций, заполнение таблиц экономических показателей их анализ.	Экспертная оценка правильности расчета экономических показателей, решения практических ситуаций.
ПК2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.	Правильное определение основных экономических показателей работы организации	Экспертная оценка правильности расчета основных экономических показателей организации.
ПК2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.	Квалифицированное выявление видов спроса, формирование спроса, организация сбыта товаров.	Наблюдение за действиями на производственной практике.
ПК2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.	Эффективное использование средств маркетинговых коммуникаций для передачи информации о товаре.	Экспертная оценка выполнения практических заданий.

ПК2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.	Демонстрация целесообразного применения методов, средств и приемов маркетинговых исследований при принятии решений.	Экспертная оценка выполнения практических заданий, разрешения проблемных ситуаций
ПК2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.	Грамотное владение методами и приемами оценки конкурентных преимуществ организации и конкурентоспособности товаров.	Тестирование; Экспертная оценка выполнения практических работ;
ПК2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.	Рациональность и правильность финансово-хозяйственного анализа предприятия, грамотное составление финансовых документов и отчетов в рамках профессиональной деятельности.	Экспертная оценка выполнения практических работ; Экспертная оценка правильности оформления документов Тестирование

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

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ОК1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Демонстрация интереса к будущей специальности	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студентов в процессе обучения
ОК2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Рациональная организация собственной деятельности, демонстрация правильного выбора типовых методов и способов выполнения профессиональных задач, способности анализа их эффективности и качества	Экспертная оценка рационального выполнения практических заданий, анализа их результатов

ОК3.Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Демонстрация решения стандартных и нестандартных профессиональных задач в области организации и проведения экономической и маркетинговой деятельности	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студентов в процессе обучения
ОК4.Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Эффективный поиск необходимой информации - Использование различных источников информации, включая электронные	Экспертная оценка содержания и правильности оформления реферативных и курсовых работ
ОК6.Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Взаимодействие со студентами, преподавателями, администрацией	Экспертная оценка и наблюдение при выполнении работ на учебной и производственной практике, на теоретических занятиях
ОК7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Демонстрация умений ставить задачи по самообразованию, планированию и самостоятельному приобретению профессиональных знаний	Экспертная оценка работы студентов по самообразованию
ОК10.Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.	Демонстрация умений верно, ясно, четко формулировать и излагать устную и письменную речь	- экспертное наблюдение и оценка умений обучающегося четко и ясно излагать свои мысли при выполнении работ по производственной практике
ОК12.Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.	Демонстрация целесообразности, полноты и правильности использования нормативных документов в процессе работы	Экспертная оценка правильности выполнения практических работ

