

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«КОЛЛЕДЖ «КРАСНОСЕЛЬСКИЙ»**

РАССМОТРЕНО И ПРИНЯТО
на заседании Педагогического Совета
СПб ГБПОУ «Колледж «Красносельский»

Протокол № 7 от 15.06 2023 г.



УТВЕРЖДАЮ
Директор СПб ГБПОУ
«Колледж «Красносельский»
Г.И. Софина
2023 г.
Приказ № 7 от 29.06 2023 г.



ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 01 CD507400BVB02FAC49F694BA10A42772
Владелец: Софина Галина Ивановна
Действителен: с 25.09.2023 до 25.12.2024

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
(ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ)**

ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

**основной профессиональной образовательной программы
среднего профессионального образования
по специальности**

38.02.04 Коммерция (по отраслям)

СОГЛАСОВАНО:

[Handwritten signature]

Санкт-Петербург
2023 г.

СОДЕРЖАНИЕ

Пояснительная записка

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

2.2. Содержание практики

2.2.1. Содержание практики по профессиональному модулю ПМ.02 *Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности.*

- Содержание производственной практики по профессиональному модулю ПМ.02
Контроль и оценка результатов освоения общих и профессиональных компетенций
профессионального модуля ПМ.02

Пояснительная записка

Производственная практика является обязательным разделом основной профессиональной образовательной программы (ОПОП) - программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) по специальности 38.02.04 «КОММЕРЦИЯ (по отраслям)».

Практика представляет собой вид учебных занятий, обеспечивающих практико - ориентированную подготовку обучающихся. При реализации ППССЗ по специальности 38.02.04 «КОММЕРЦИЯ (по отраслям)» предусматриваются следующие виды практик: учебная и производственная

Целью практики является комплексное освоение обучающимися всех видов профессиональной деятельности по специальности (профессии) среднего профессионального образования, формирование общих и профессиональных компетенций, а также приобретение необходимых умений и опыта практической работы по специальности (профессии).

Общий объем времени на проведение практики определяется ФГОС СПО, сроки проведения устанавливаются в соответствии с ППССЗ образовательного учреждения.

Практика по профилю специальности направлена на формирование у обучающегося общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта и реализуется в рамках профессиональных модулей ППССЗ по основным видам профессиональной деятельности для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по специальности 38.02.04 «КОММЕРЦИЯ (по отраслям)».

Производственная практика проводится в организациях, на основе договоров, заключаемых между образовательной организацией и организациями.

Формы отчетности, обучающихся по производственной практике – отчет, результаты работы, выполненной в период практики (экспонаты, макеты, программные продукты и др. изделия); по преддипломной практике - отчет.

Формой аттестации по учебной и производственной практике является дифференцированный зачет.

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы

Программа производственной практики (далее программа практики) – является частью основной профессиональной образовательной программы – программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.04 «КОММЕРЦИЯ (по отраслям)» и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности.

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.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

2.1. Объем и виды практики по специальности:

Профессиональный модуль	Производственная практика	Вид промежуточной аттестации
ПМ.02	36	Дифференцированный зачет
Вид практики	концентрированная	

2.2. Содержание практики

2.2.1. Содержание практики по профессиональному модулю

ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности.

Цели и задачи производственной практики по ПМ 02.

С целью овладения видом профессиональной деятельности **Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности** и следующими профессиональными компетенциями:

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

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.

Виды работ	Кол-во часов
Освоение приемов профессиональной деятельности:	36
Тема 1. Оформление финансовых документов и отчетов	2
Ознакомление с финансовыми документами и отчетами. Составление перечня финансовых документов. Участие в составлении и оформлении финансовых документов. Составление приходных, расходных документов к товарному отчету. Оформление товарного отчета. Составление актов уценки или списания на нестандартные товары, брак, отходы, недостачу, пересортицу товаров. Ознакомление с приемосдаточными актами при передаче материальных ценностей. Ознакомление с переоценкой и уценкой товаров.	2
Овладение навыками оформления документов по переоценке и уценке товаров. Оформление товарных отчетов. Участие в инвентаризации и оформлении отчета.	2
Тема 2. Проведение денежных расчетов с покупателями	2

<p>Распознавание признаков платежеспособности билетов банка России и государственных казначейских билетов.</p> <p>Проверка денежных билетов на аппаратах проверки подлинности банкнот. Овладение навыками работы на машине пересчета денежных купюр. Овладение навыками проверки подлинности банкнот. Подсчет денежной выручки за день.</p>	2
<p>Тема 3. Расчет основных налогов</p> <p>Составление перечня налогов, уплачиваемых организацией - базой практики.</p> <p>Расчет основных налогов (примеры расчета).</p>	2
<p>Тема 4. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой (сбытовой) организации</p> <p>Составление перечня показателей финансово-хозяйственной деятельности (ФХД). Выявление и определение наиболее значимых экономических показателей работы организации.</p> <p>Анализ динамики показателей ФХД за 6 и 12 мес. Текущего года. Оформление результатов анализа.</p>	2
<p>Тема 5. Выявление потребностей (спросе) на товары и соответствующих типов маркетинга</p> <p>Ознакомление с видами и методами изучения покупательского спроса на предприятии.</p> <p>Определение вида и характера спроса на товары разных поставщиков, относящихся к одному виду (не менее 10 товаров).</p> <p>Анализ факторов, влияющих на спрос.</p> <p>Проведение опросов потребителей для выявления предпочтений разных товаров.</p>	2
<p>Тема 6. Реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка</p> <p>Ознакомление со сбытовой политикой организации и каналами распределения.</p> <p>Участие в реализации сбытовой политики организации.</p> <p>Ознакомление со стратегиями ценообразования на различные товары.</p> <p>Реализация стратегий ценообразования в организации.</p> <p>Выявление мероприятий по стимулированию потребителей и персонала.</p> <p>Реализация мероприятий по стимулированию потребителей.</p>	2
<p>Тема 7. Участие в проведении рекламных акций, компаний, других маркетинговых коммуникаций, проведенных в организации в течение года.</p> <p>Составление проекта рекламных акций.</p> <p>Участие в проведении рекламных акций и компаний.</p> <p>Участие в организации рекламы в местах продаж.</p> <p>Овладение навыками проведения консультаций покупателей для продвижения товаров и услуг организации.</p> <p>Участие в выставках-продажах или дегустациях или демонстрациях товаров (при возможности их проведения).</p> <p>Обоснование целесообразности выбора и применения маркетинговых коммуникаций.</p>	2
<p>Тема 8. Анализ маркетинговой среды организации</p> <p>Анализ внутренней среды организации (выявление структурных подразделений, осуществляющих маркетинговую деятельность и/или взаимодействующих с отделом маркетинга).</p> <p>Анализ социально-экономической среды организации (выявление сегментов потребителей по уровню доходов методом наблюдений и анализа суммы покупок).</p> <p>Анализ демографической среды методом наблюдений (по полу и возрасту).</p> <p>Анализ конкурентной среды организации (выявление организаций конкурентов, их количества, определение перечня конкурентных преимуществ организации и её конкурентов).</p> <p>Оценка конкурентоспособности товаров по объемам продаж, а также потребительским и экономическим показателям.</p>	2

Содержание производственной практики по профессиональному модулю ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности.

Цели и задачи практики по профилю специальности по ПМ 02.

С целью овладения видом профессиональной деятельности **Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности** и следующими профессиональными компетенциями:

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

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.

Виды работ	Тематика заданий по виду работ	Кол-во часов
		36
<p>Тема 1. Оформление финансовых документов и отчетов Ознакомление с финансовыми документами и отчетами. Составление перечня финансовых документов. Участие в составлении и оформлении финансовых документов. Составление приходных, расходных документов к товарному отчету. Оформление товарного отчета. Составление актов уценки или списания на нестандартные товары, брак, отходы, недостачу, пересортицу товаров. Ознакомление с приемосдаточными актами при передаче материальных ценностей. Ознакомление с переоценкой и уценкой товаров. Овладение навыками оформления документов по переоценке и уценке товаров. Оформление товарных отчетов. Участие в инвентаризации и оформлении отчета.</p>	<p>1.1.Изучите организацию и порядок составления финансовых документов. Опишите порядок составления перечня финансовых документов. Составьте приходные и расходные документы к товарному отчету. 1.2.Оформите товарный отчета. Составьте акт уценки или списания на нестандартные товары, брак, отходы, недостачу, пересортицу товаров. 1.3. Составьте акт передачи материальных ценностей. Оформите документы по переоценке и уценке товаров. Примите участие в инвентаризации и оформлении отчета. Представьте финансовый план организации, в которой Вы проходите практику.</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>2</p>
<p>Тема 2. Проведение денежных расчетов с покупателями</p>	<p>2.1. Назовите виды и формы расчетов, осуществляемых</p>	2

<p>Распознавание признаков платежеспособности билетов банка России и государственных казначейских билетов.</p> <p>Проверка денежных билетов на аппаратах проверки подлинности банкнот. Овладение навыками работы на машине пересчета денежных купюр. Овладение навыками проверки подлинности банкнот. Подсчет денежной выручки за день.</p>	<p>предприятиями в своей хозяйственной деятельности.</p> <p>2.2. Проведите проверку подлинности банкнот через детектор подлинности банкнот.</p> <p>Определите курсовые разницы по операциям с валютой.</p> <p>Использую кассовый метод подсчитайте денежную выручку за день.</p>	<p>2</p>
<p>Тема 3. Расчет основных налогов</p> <p>Составление перечня налогов, уплачиваемых организацией - базой практики. Расчет основных налогов (примеры расчета).</p>	<p>3.1. Опишите характеристику налогов, оплачиваемых организацией, в которой Вы проходите практику. Выполните расчёты, оформление налоговых деклараций по видам уплачиваемых налогов.</p> <p>3.2. По каждому налогу рассмотрите следующие элементы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - объект налогообложения; - налоговая ставка; - налоговый период; - налоговая база; - порядок исчисления налогов; - сроки и порядок уплаты; - установленные льготы; - отражение суммы исчисленных налогов в бухгалтерском учете; - порядок составления налоговых деклараций: - сроки представления налоговых расчетов и деклараций. 	<p>2</p> <p>2</p>
<p>Тема 4. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой (сбытовой) организации</p> <p>Составление перечня показателей финансово-хозяйственной деятельности (ФХД).</p> <p>Выявление и определение наиболее значимых экономических показателей работы организации.</p> <p>Анализ динамики показателей ФХД за 6 и 12 мес. Текущего года. Оформление результатов анализа.</p>	<p>4.1. Рассчитайте финансовый результатов хозяйственной деятельности предприятия, распределите прибыль, заполните отчет о прибылях и убытках (форма №2).</p> <p>4.2. Проведите аналитические действия по направлениям (за полугодие и год):</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализ показателей себестоимости продукции по статьям и элементам затрат; - анализ финансовых результатов, прибыли и рентабельности предприятия и отдельных видов продукции; - анализ финансового состояния предприятия. 	<p>2</p> <p>2</p>

<p>Тема 5. Выявление потребностей (спросе) на товары и соответствующих типов маркетинга Ознакомление с видами и методами изучения покупательского спроса на предприятии. Определение вида и характера спроса на товары разных поставщиков, относящихся к одному виду (не менее 10 товаров). Анализ факторов, влияющих на спрос. Проведение опросов потребителей для выявления предпочтений разных товаров.</p>	<p>5.1. Дайте характеристику методов изучения покупательского спроса. Описать опыт предприятия. 5.2. По видам продукции, выпускаемым предприятием или выполняемых услуг опишите состояние спроса, дать характеристику факторов, влияющих на спрос (возраст, доход, состав семьи и др.). Представить в отчете макет опросного листа (анкеты) для выявления предпочтений разных товаров (услуг).</p>	<p>2 2</p>
<p>Тема 6. Реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка Ознакомление со сбытовой политикой организации и каналами распределения. Участие в реализации сбытовой политики организации. Ознакомление со стратегиями ценообразования на различные товары. Реализация стратегий ценообразования в организации. Выявление мероприятий по стимулированию потребителей и персонала. Реализация мероприятий по стимулированию потребителей.</p>	<p>6.1. Опишите опыт предприятия по организации сбыта. Составьте схему каналов распределения. 6.2. Опишите стратегии ценообразования принятые на предприятии на производимые товары (услуги), выявить мероприятия по стимулированию потребителей и персонала.</p>	<p>2 2</p>
<p>Тема 7. Участие в проведении рекламных акций, компаний, других маркетинговых коммуникаций, проведенных в организации в течение года. Составление проекта рекламных акций. Участие в проведении рекламных акций и компаний. Участие в организации рекламы в местах продаж. Овладение навыками проведения консультаций покупателей для продвижения товаров и услуг организации. Участие в выставках-продажах или дегустациях или демонстрациях товаров (при возможности их проведения). Обоснование целесообразности выбора и применения маркетинговых коммуникаций.</p>	<p>7.1. Опишите планирование проведения рекламных акций на предприятии, дать краткую характеристику и ожидаемую выгоду для предприятия. Примите участие в рекламировании товаров (услуг) предприятия и описать этот опыт в отчете. 7.2. Представьте опыт личного участия или работников отдела сбыта в проведении выставок –продаж, дегустации или демонстрации товаров. 7.3. Для предприятия, в котором работаете, представьте обоснование целесообразности выбора и применения маркетинговых коммуникаций.</p>	<p>2 2 2</p>
<p>Тема 8. Анализ маркетинговой среды организации Анализ внутренней среды организации (выявление структурных подразделений, осуществляющих маркетинговую деятельность</p>	<p>8.1. Опишите работу структурного подразделения осуществляющего маркетинговую деятельность в организации. Представьте характеристику сегментов потребителей (по уровню</p>	<p>2</p>

<p>и/или взаимодействующих с отделом маркетинга).</p> <p>Анализ социально-экономической среды организации (выявление сегментов потребителей по уровню доходов методом наблюдений и анализа суммы покупок).</p> <p>Анализ демографической среды методом наблюдений (по полу и возрасту).</p> <p>Анализ конкурентной среды организации (выявление организаций конкурентов, их количества, определение перечня конкурентных преимуществ организации и её конкурентов).</p> <p>Оценка конкурентоспособности товаров по объемам продаж, а также потребительским и экономическим показателям.</p>	<p>доходов, сумме и повторяемости покупок, возрасту, полу и др.).</p> <p>8.2. Определите конкурентные преимущества организации, опишите их перечень в сравнении с конкурентами,</p> <p>Привести доказательную базу по объему продаж, потребительским и экономическим показателям (можно оформить в виде таблицы).</p>	<p>2</p>
---	--	-----------------

Контроль и оценка результатов освоения общих и профессиональных компетенций профессионального модуля ПМ.02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

при прохождении производственной практики

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы отчетности	Формы и методы контроля и оценки
<p>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.</p>	<p>Правильность использования данных бухгалтерского учета при планировании коммерческой деятельности. Точность и грамотность оформления документов по инвентаризации в соответствии с требованиями организации.</p>	<p>отчет по практике, отзыв руководителя.</p>	<p>Проверка и защита отчета по практике</p>
<p>ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.</p>	<p>Оформление, проверка правильность составления, хранения организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем в соответствии с</p>	<p>отчет по практике, отзыв руководителя.</p>	<p>Проверка и защита отчета по практике</p>

	требованиями предприятия		
ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.	Правильность приема в практических ситуациях экономических методов, расчетов микроэкономических показателей и анализа рынка ресурсов в соответствии с установленными правилами	отчет по практике, отзыв руководителя.	Проверка и защита отчета по практике
ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.	Точность определения основных экономических показателей работы организации, цены, заработной платы в соответствии с действующими нормативными документами.	отчет по практике, отзыв руководителя.	Проверка и защита отчета по практике
ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.	Правильность выбора мероприятий по формированию спроса и стимулированию сбыта соответствующих целям и задачам маркетинга.	отчет по практике, отзыв руководителя.	Проверка и защита отчета по практике
ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.	Обоснованность и целесообразность использования и применения маркетинговых коммуникаций целям организаций.	отчет по практике, отзыв руководителя.	Проверка и защита отчета по практике
ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.	Соответствие выбора маркетингового исследования и принятия управленческого решения требованиям маркетинга.	отчет по практике, отзыв руководителя.	Проверка и защита отчета по практике
ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.	Соответствие конкурентных преимуществ товара, организации эффективности сбыта.	отчет по практике, отзыв руководителя.	Проверка и защита отчета по практике
ПК 2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять	Точность выполнения и использования основных методов анализа хозяйственной деятельности,	отчет по практике, отзыв руководителя.	Проверка и защита отчета по практике

денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты	составления финансовых документов, осуществление денежных расчетов в соответствии с требованиями предприятия.		
---	---	--	--

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.	Демонстрация интереса к будущей профессии.	Проверка и защита отчета по практике
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Обоснованность выбора и применение методов и способов решения профессиональных задач в области разработки технологических процессов. Демонстрация эффективности выполнения профессиональных задач.	Проверка и защита отчета по практике
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Проверка и защита отчета по практике
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Проверка и защита отчета по практике
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Взаимодействие с обучающимися, преподавателями в ходе обучения.	Проверка и защита отчета по практике
ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Планирование обучающимися повышения личностного и квалификационного уровня.	Проверка и защита отчета по практике
ОК 10. Логически верно аргументировано и ясно	Демонстрация способности логически верно, аргументировано	Проверка и защита отчета по практике

излагать устную и письменную речь	и ясно излагать устную и письменную речь в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	
ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.	Демонстрация использования нормативных документов, стандартов, технических условий.	Проверка и защита отчета по практике