

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ
СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ
«АСБЕСТОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИКУМ»**

УТВЕРЖДАЮ
директор ГАПОУ СО
«Асбестовский политехникум»
В.А. Сулопаров

«29» 06 2020 г

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

для специальности

38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Форма обучения – очная

Срок обучения 2 года 10 месяцев

Асбест
2020

Рабочая программа производственной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) среднего профессионального образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 539 от 15 мая 2014 года.

Организация-разработчик: ГАПОУ СО «Асбестовский политехникум»

Разработчик:

Попова С.Е., преподаватель высшей квалификационной категории, ГАПОУ СО «Асбестовский политехникум», г. Асбест

РАССМОТРЕНО

Цикловой комиссией профиля торговли, общественного питания и сферы услуг
протокол № 6 от «23» 06 2020 г.

Председатель С.Е. Попова

СОГЛАСОВАНО

Методическим советом, протокол № 3

«25» 06 2020 г.

Председатель Н.Р. Караваева

СОГЛАСОВАНО

Представитель работодателя

Акционерное общество
Центральный университет
наименование организации
О.Л. Астафьева
подпись расшифровка подписи

«26» 06 2020 г.



СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	5
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	8
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	12
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ВИДОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	13

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

1.1. Область применения программы производственной практики

Программа производственной практики – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности ППССЗ38.02.04 Коммерция (по отраслям) в части освоения вида профессиональной деятельности: «**Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности**» и соответствующих общих и профессиональных компетенций (ПК):

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 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.

Программа производственной практики может быть использована в дополнительном профессиональном образовании, профессиональной подготовке при повышении квалификации работников торговли.

1.2. Цели и задачи производственной практики – требования к результатам освоения программы производственной практики и соответствующих видов профессиональной деятельности

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения программы производственной практики должен **иметь практический опыт:**

оформления финансовых документов и отчетов;

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. Количество часов на освоение программы производственной практики: 36 часов.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

3.1. Тематический план производственной практики

Наименование профессионального модуля	Количество часов учебной практики	Наименование ВПД	Наименование профессиональных компетенций	Виды выполняемых работ	Необходимое оборудование, инструменты, материалы	Количество часов	Место проведения работ
ПМ 01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью	36	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	Составление баланса	Калькулятор, макет баланса	1	Базовое предприятие
				Проведение анализа платежеспособности и ликвидности баланса	Калькулятор, оформленный баланс, методические рекомендации по проведению анализа и платежеспособности баланса	4	
				Составление отчета о прибылях и убытках	Калькулятор, Бланк ф.2. «Отчет о прибылях и убытках»	1	
			ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем	Составление товаросопроводительных документов с применением программы 1-С: Бухгалтерия	Персональный компьютер, Программа 1С: Бухгалтерия.	2	
			ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические	Проведение расчета емкости рынка города Асбеста по конкретному товару	Калькулятор, статистические данные, Письменные принадлежности	2	

			показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.				
			ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.	<i>Расчет и проведение анализа: фондоотдачи, фондоемкости, фондовоотуженности, товарооборачиваемости, прибыли, рентабельности, заработной платы.</i>	<i>Письменные принадлежности, калькулятор, комплексное задание.</i>	2	
			ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.	<i>Разработать маркетинговую стратегию продвижения определенного вида товара</i>	<i>Письменные принадлежности, методические рекомендации, интернет-ресурсы</i>	4	Базовое предприятие
			ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	<i>Разработать план мероприятий по стимулированию сбыта товара</i>	<i>Письменные принадлежности, методические рекомендации, интернет-ресурсы</i>	2	
			ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.	<i>Разработать инструментария для проведения опроса потребителей по определенному виду продукта</i>	<i>Письменные принадлежности, методические рекомендации, интернет-ресурсы</i>	6	Базовое предприятие
				<i>Проведение опроса потребителей с использованием разработанного инструментария</i>	<i>Инструментарий для проведения исследования</i>		
			ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных	<i>Проведение SWOT- анализа своего предприятия и предприятия-конкурента</i>	<i>Письменные принадлежности, методические рекомендации,</i>	6	Базовое предприятие

			обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.		матрица SWOT-анализа, информация о конкурентах		
				Определение конкурентных преимуществ и формирование стратегии сбыта товаров	Письменные принадлежности		
			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	Составить бюджет маркетингового исследования	Калькулятор, письменные принадлежности	6	
				Составить план продаж определенного товара (по которому проводились исследования)	Калькулятор письменные принадлежности		
ИТОГО	36					36	

3.2. Содержание обучения по программе производственной практики ППСС338.02.04 Коммерция (по отраслям)

ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

	Содержание учебного материала		Объем часов	Уровень освоения
Наименование профессионального модуля (ПМ), вида профессиональной деятельности, профессиональных компетенций,				
1	2		3	4
ПМ 01.01. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности			36	3
ВПД 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.	Содержание		6	
	1.	Составить баланс по имеющимся данным		
	2	Провести анализ платежеспособности баланса		
	3	Провести анализ ликвидности баланса		
	4	Составить отчет о прибылях и убытках		
ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.	Содержание		2	3
	1	Составить накладную с применением программы 1С: Бухгалтерия		
	2	Составить счет-фактуру с применением программы 1С: Бухгалтерия		
	3	Составить расходный кассовый ордер с применением программы 1С: Бухгалтерия		
	4	Составить приходный кассовый ордер отчет с применением программы 1С: Бухгалтерия		
ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.	Содержание		2	3
	1.	Провести сегментацию рынка по половозрастному составу, уровню денежных доходов населения.		
	2.	Определить целевую потребительскую группу населения		
	3.	Рассчитать емкость рынка конкретного товара		
ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.	Содержание		2	3
	1	Рассчитать и провести анализ фондоотдачи		
	2	Рассчитать и провести анализ фондоемкости		
	3	Рассчитать и провести анализ фондовоотуженности		
	4	Рассчитать и провести анализ товарооборачиваемости, прибыли, рентабельности и заработной платы.		
ПК 2.5. Выявлять потребности, виды	Содержание		4	3

спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.				
	1	Определить целевую группу потребителей товара		
	2	Определить основные потребительские характеристики товара		
	3	Определить основные методы продвижения товара		
ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.	Содержание		2	3
	1	Определить каналы сбыта товара		
	2	Определить основные мероприятия по продвижению товара		
	3	Определить стадию жизненного цикла товара		
	4	Определить каналы продвижения информации		
ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.	Содержание		6	3
	1	Разработать анкету для выявления потребительских предпочтений по конкретному товару		
	2	Провести опрос потребителей по конкретному виду товара (30 респондентов)		
	3	Провести обработку анкет и сделать анализ результатов		
ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.	Содержание		6	3
	1	Составить матрицу SWOT-анализа		
	2	Провести SWOT-анализ своего предприятия		
	3	Провести SWOT-анализ предприятия- конкурента		
	4	Определить конкурентные преимущества торгового предприятия		
	5	Сформировать стратегию сбыта по результатам SWOT-анализа		
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	Содержание		6	3
	1	Составить бюджет маркетингового исследования		
	2	Составить план продаж определенного товара (по которому проводились исследования)		
ВСЕГО			36	

Для характеристики уровня освоения профессиональных компетенций 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 предполагает наличие:
учебный класс оборудованный ПК с программным обеспечением 1С: Бухгалтерия;
микрокалькуляторы.

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест:

- Рабочее место педагога;
- Рабочее место обучающегося;

Материалы, сырье, документы:

- Комплект дидактических материалов;
- Комплект контрольно- измерительных материалов;
- Фонды оценочных

4.2. Информационное обеспечение производственного обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Андреева О. Технология бизнеса: маркетинг. Учебное пособие. — М.: ИНФРА-М, НОРМА, 2007.
2. Аникеев С. Методика разработки плана маркетинга. Практическое руководство. — М.: Фолиум, 2009.
3. Болт Г. Практическое руководство по управлению сбытом. Пер. с англ. — М.: Экономика, 2011.
4. Вайсман А. Стратегия маркетинга; 10 шагов к успеху. Пер. с нем. — М.: АО Интерэксперт, Экономика, 2010.
5. Голубков Е. Маркетинговые исследования. — М.: ФИНПРЕСС, 2009.
6. Голубков Е. Основы маркетинга: Учебник. — М.: Финпресс, 2009.
7. Диксон П. Управление маркетингом. Пер. с англ. — М.: БИНОМ, 2008.
8. Дихтль Е., Хершген Х. Практический маркетинг. Учебное пособие. Пер. с нем. — М.: Высшая школа, 2010.
9. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент. — СПб.: Питер, 2011.
10. Ламбен Ж. Стратегический маркетинг. Пер. с франц. — СПб.: Наука, 2006.
11. Липсиц И. Коммерческое ценообразование. Учебник для вузов. — М.: БЕК, 2011.
12. Маркетинг. Учебник. — М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2010.
13. Маркетинг. Пособие для практиков. Пер. с англ. — М.: Машиностроение, 2011.
14. Мочадо Р. Маркетинг для малых предприятий. — СПб.: Питер, 2010.
15. Пешкова Е. Маркетинговый анализ в деятельности фирмы. — М.: ОСЬ-89, 2011.
16. Российский менеджмент: учебные конкретные ситуации. Кн. 2. — М.: ГУУ, 2008.
17. Соловьев Б. Управление маркетингом. Учебное пособие. — М.: РЭА им. Г.В.Плеханова, 2011.
18. Стоянова Е. Финансы маркетинга. — М.: Перспектива, 2009.
19. Хоскинг А. Курс предпринимательства. Практическое пособие. Пер. с англ. — М.: МО, 2011.
20. Швальбе Х. Практика маркетинга для малых и средних предприятий. Пер. с нем. — М.: Республика, 2010.
21. Эванс Д., Берман Б. Маркетинг. Пер. с англ. — М.: Экономика, 2010.
22. Якокка Л. Карьера менеджера. Пер. с англ. — М.: Прогресс, 2008.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Обязательным условием допуска к учебной практике в рамках профессионального освоением дисциплинарных курсов. До производственной практики допускаются обучающиеся успешно

сдавшие экзамен по МДК 02.01 Налоги и налогообложение, МДК 02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности, зачет по МДК 02.06 Техника активных продаж, дифференцированный зачет по МДК 02.03 Маркетинг, МДК 02.04 Бизнес-планирование, МДК 02.05 Аудит.

В период прохождения практики обучающийся обязан:

1. Выполнять программу практики;
2. Выполнять указания руководителя практики от предприятия и соблюдать правила техники безопасности;
3. Соблюдать трудовую дисциплину;
4. Систематически вести дневник практики и своевременно составлять отчет о прохождении практики

По окончании практики обучающийся должен сдать:

- а) дневник;
- б) отчет о производственной практике.

Дневник производственной практики заполняется лично обучающимся и заверяется подписью руководителя практики.

По окончании практики студент защищает отчет по практике.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой
Инженерно-педагогический состав: Дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов, учебных дисциплин.

Опыт деятельности в организациях соответствующей профильной сферы является обязательным.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Наименование вида профессиональной деятельности	Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ВПД. 02 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	Составляет правильно баланс по имеющимся данным Проводит анализ платежеспособности баланса Проводит анализ ликвидности баланса, в соответствии с требованиями Составляет отчет о прибылях и убытках без ошибок	Наблюдение, выполнение заданий, критериальная система оценивания.
	ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных	Составляет накладную с применением программы 1С: Бухгалтерия Составляет счет-фактуру с применением программы 1С: Бухгалтерия Составляет расходный кассовый	Контроль педагога, критериальная система оценивания

	х и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем	ордер с применением программы 1С: Бухгалтерия Составляет приходный кассовый ордер отчет с применением программы 1С: Бухгалтерия	
	ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.	Проводит сегментацию рынка по половозрастному составу, уровню денежных доходов населения. Определяет целевую потребительскую группу населения. Рассчитывает емкость рынка конкретного товара	Контроль педагога, критериальная система оценивания
	ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.	Рассчитывает и проводит анализ фондоотдачи Рассчитывает и проводит анализ фондоемкости Рассчитывает и проводит анализ фондовоотуженности Рассчитывает и проводит анализ товарооборачиваемости, прибыли, рентабельности и заработной платы.	Контроль педагога, критериальная система оценивания.
	ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.	Определяет целевую группу потребителей товара Определяет основные потребительские характеристики товара Определяет основные методы продвижения товара	Самоконтроль, контроль педагога, критериальная система оценивания.
	ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	Определяет каналы сбыта товара Определяет основные мероприятия по продвижению товара Определяет стадию жизненного цикла товара Определяет каналы продвижения информации	Контроль педагога, критериальная система оценивания.
	ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	Разрабатывает анкету для выявления потребительских предпочтений по конкретному товару Проводит опрос потребителей по конкретному виду товара (30 респондентов) Проводит обработку анкет и сделать анализ результатов	Контроль педагога, критериальная система оценивания
	ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных	Составляет матрицу SWOT-анализа Проводит SWOT-анализ своего предприятия	Контроль педагога, критериальная система оценивания.

	обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.	Проводит SWOT-анализ предприятия- конкурента Определяет конкурентные преимущества торгового предприятия Формирует эффективную стратегию сбыта по результатам SWOT-анализа	
	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	Составляет бюджет маркетингового исследования Составляет план продаж определенного товара (по которому проводились исследования)	Контроль педагога критериальная система оценивания

Формы и методы контроля и оценки результатов производственного обучения должны позволять проверить 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 значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	- демонстрирует интерес к своей будущей специальности.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения материала производственной практики
ОК 2. Организовать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность	- выбирает и применяет методы и способы решения профессиональных задач в области разработки технологических процессов; оценивает эффективность и качество выполнения;	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ.
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- решает стандартные и нестандартные профессиональные задачи в области организации технологических процессов	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- выбирает соответствующие источники информации, необходимые для принятия наиболее эффективного решения.	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ.
ОК 6 Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством,	- взаимодействует с обучающимися, преподавателями и мастерами в	Экспертное наблюдение и оценка

потребителями.	ходе обучения.	
ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.	- демонстрирует знания действующего законодательства, требования нормативно – правовых документов, а также требования стандартов и иных нормативных документов.	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях при выполнении работ.