


**ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ КАЛУЖСКОЙ ОБЛАСТИ
«ЕРМОЛИНСКИЙ ТЕХНИКУМ»
(ГБПОУ КО «ЕТ»)**

Рассмотрено:
на заседании методической комиссии
Протокол № 1 от «30» августа 2022 г.
Председатель методической комиссии

Полякова Н.В.

Утверждено:
Директор ГБПОУ КО «ЕТ»

К.Н. Лаптева
Приказ №44 от «01» сентября 2022 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой
деятельности**

Г. Ермолино

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) специальности **38.02.04 Коммерция (по отраслям)**, утвержденного приказом Минобрнауки России от 15.05.2014 N 539

Организация-разработчик: ГБПОУ КО «Ермолинский техникум»

Составитель программы:

Полякова Н.В., преподаватель спец.дисциплин ГБПОУ КО «Ермолинский техникум»

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	10
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	22
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	30

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее рабочая программа) – является частью рабочей профессиональной основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО / **38.02.04. Коммерция (по отраслям)** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» и соответствующих профессиональных компетенций:

- 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.
- оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.
- применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.
- определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.
- выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.
- обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.
- участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.

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

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

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области коммерции при наличии среднего(полного) общего образования.

1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями студент техникума в ходе освоения профессионального модуля 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.

1.2. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего –246 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 246 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 164 часа;

самостоятельной работы обучающегося –82 час;

учебной и производственной практики – не предусмотрена.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

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

Код	Наименование видов профессиональной деятельности и профессиональных 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.

Код	Наименование общих компетенций
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 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
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 8	Вести здоровый образ жизни, применять спортивно-оздоровительные методы и средства для коррекции физического развития и телосложения.
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 ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов	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
ОК 1-12 ПК 2.1-2.4; 2.9	МДК.02.01. Финансы, налоги и налогообложение	48	32	12	0	16		-	
ОК 1-12 ПК 2.1-2.4; 2.9	МДК.02.02 Анализ финансово – хозяйственной деятельности	48	32	12	0	16	-		
ОК 1-12 ПК 2.5 – 2.8	МДК.02.03 Маркетинг	150	100	32	0	50			
	ПП 01 Производственная практика								
		246	164	56	0	82	0	0	0

**3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю
ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности**

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающегося, курсовая работа (проект)	Объем часов	
1	2	3	
МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение		48	
Введение	Цели, задачи и структура профессионального модуля. Последовательность освоения профессиональных компетенций. Требования к уровню знаний и умений. Краткая характеристика основных разделов модуля	1	
Тема 1.1. Финансы и денежное обращение	Содержание	7	
	1	Сущность, функции и роль финансов в экономике Назначение и функции финансов в процессе общественного производства.	
	2	Деньги: происхождение, сущность виды. Функции и роль денег в условиях рыночных отношений	
	3	Сущность денежного обращения. Денежная система Российской Федерации. Денежная масса, ее роль в денежно-кредитной политике государства. Скорость денежного обращения. Уравнение обмена И. Фишера	
	4	Сущность и функции финансов, их роль в экономике предприятия. Управление финансами, финансовая система РФ	
	5	Финансовая политика государства в современных условиях: бюджетная политика, налоговая политика, страховая политика, валютная политика, политика в сфере государственного долга	
	6	Бюджет и бюджетная система РФ: социально-экономическая сущность бюджета, федеральный бюджет, бюджет субъекта РФ, местный бюджет	
	7	Доходы и расходы бюджета, бюджетный процесс, контроль за исполнением бюджетов.	
	Практические занятия		4
	1	Денежный оборот. Денежная масса. Инфляция.	
2	Анализ структуры государственного бюджета.		
Тема 1.2. Налоги и	Содержание	10	

налогообложение	1	Налоговое законодательство. Налоговый кодекс РФ. Нормативные документы Министерства финансов РФ	
	2	Налоги и их функции. Классификация налогов. Сущность налогов, роль налогов в формировании финансов государства. Основные и вспомогательные функции налогов	
	3	Федеральные, региональные и местные налоги	
	4	Организация налоговой службы. Федеральные, региональные и местные налоговые службы	
	5	Налоговый контроль, права и обязанности налогоплательщиков, налоговые преступления	
	6	Налоговые санкции за нарушение законодательства о налогах и сборах	
	7	Методика расчета налога на доходы физических лиц.	
	8	Налоговые вычеты. Налоговая декларация	
	9	Методика расчета налога на прибыль	
	10	Методика расчета налога на добавленную стоимость	
	И	Методика расчета налога на имущество организаций	
	12	Методика расчета транспортного налога	
	13	Акцизы: подакцизные товары, налоговая база, налоговый период, налоговые ставки	
	14	Специальные налоговые режимы, упрощенная система налогообложения, методика расчета единого налога на вмененный доход	
	15	Отчисления во внебюджетные фонды	
		Практические занятия	8
	1	Изучение нормативно-правовых документов	
	2	Расчет налога на доходы физических лиц	
	3	Расчет транспортного налога. Расчет страховых взносов	
	4	Расчет налога на добавленную стоимость	
	5	Расчет налога на имущество.	
	6	Расчет налога на прибыль организаций	
		Самостоятельная работа	16

<p>Работа с конспектами лекций.</p> <p>Работа с нормативными документами, учебной и специальной литературой.</p> <p>Выполнение индивидуальных заданий по оформлению документов, расчету налогов.</p> <p>Подготовка сообщений.</p> <p>Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите.</p>	
---	--

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, Самостоятельная работа обучающихся		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
МДК.02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия			32	Всего 48 часов, в т.ч. практические занятия -12 часов, самостоятельная работа – 16 часов
Тема 2.1. Методика комплексного	1	Методика комплексной оценки эффективности развития производства	2	
	2	Методика расчета комплексных показателей оценки экстенсивности и интенсивности использования ресурсов. Анализ технико-организационного уровня производства.	2	
	3	Анализ производства и реализации продукции.. Анализ производства продукции в целом и по ассортименту. Оценка выполнения договорных обязательств. Анализ ритмичности	2	

анализа хозяйственной деятельности предприятия		выпуска и реализации продукции. анализ качества продукции. Оценка конкурентоспособности продукции. Факторы, определяющие спрос. Анализ реализации продукции.		
	4	Анализ использования основных производственных фондов задачи, цели и источники информации анализа; показатели состава, состояния и эффективности использования средств труда.	2	
	5	Анализ материальных ресурсов: задачи, цели и источники информации анализа; показатели обеспеченности и эффективности использования материальных ресурсов	2	
	6	Анализ трудовых ресурсов: задач, цели и источники информации анализа; показатели состава, движения и эффективности использования трудовых ресурсов.	2	
	7	Анализ себестоимости продукции	1	
	Практическое занятие		6	
	1	Провести на практическом примере, используя данные предприятий комплексную оценку эффективности хозяйственной деятельности с расчетом показателей использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов.		
	Самостоятельная работа: выполнение домашнего задания по теме, работа с литературой		6	
Тема 2.2.	Содержание учебного материала		2	
Анализ Финансовых результатов	1	Понятие о финансовых результатах, составе прибыли и влияние факторов на изменение ее величины.	1	
	2	Показатели финансовых результатов. Анализ состава и изменения прибыли и ее использование . Анализ прибыли от продажи продукции.	1	
	Практическое занятие		6	

	1	Решение практических примеров на применение анализа финансовых результатов.		
	Самостоятельная работа: выполнение домашнего задания по теме , работа с литературой		6	
Всего:			48	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
МДК.02.03 Маркетинг			Всего 150 часов, в т.ч. практические занятия -32 часа, самостоятельная работа – 50 час	
Раздел 1 Методологические основы маркетинга			28/ 10	
Тема 3.1.1 Понятия и сущность маркетинга	Содержание		2/0	
	1, 2	Предмет, цели, задачи дисциплины. Взаимосвязь с другими дисциплинами. Основные понятия маркетинга. Структурно-логическая схема дисциплины. Значение дисциплины в подготовке менеджеров.	2	1
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить рефераты: Особенности и основные этапы становления маркетинга в России. Примеры российских компаний по использованию маркетинга. Перспективы развития маркетинга в Калужском регионе		1	
Тема 3.1.2. Концепция развития рыночных отношений	Содержание		2/0	1
	3, 4	История становления маркетинга как науки и вида деятельности, основные этапы развития маркетинга. Основные концепции развития рыночных отношений, понятие их отличительные особенности. Концепции совершенствования производства, совершенствования товара, сбытовая, маркетинга, социально-	2	1

		этичного маркетинга, маркетинга отношений: их сущность и понятие.		
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить рефераты: Необходимость возникновения и совершенствования маркетинга в современных условиях		1	
Тема 3.1.3. Классический комплекс маркетинга	Содержание		2/0	1
	5, 6	Понятие комплекса маркетинга, его сущность и значение Классический комплекс маркетинга. Ключевые элементы: товар, цена, распространение, продвижение товара. Ихпонятие, назначение и характеристика. Маркетинг-микс (4Р, 7Р)	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить рефераты: Структура комплекса маркетинга, его гармоничная и интегрированная целостность. Основные элементы комплекса маркетинга (маркетинга микс), взаимосвязь и взаимозависимость между ними.		1	
Тема 3.1.4 Объекты и субъекты маркетинговой деятельности	Содержание		16/ 8	
	7,8	Объекты маркетинга: нужда, потребность, запрос, товар, обмен, сделка, рынок. Определение понятий, их общность и различия. Классификация потребностей: физиологические, в безопасности, социальные, в уважении, самореализации; приоритетность потребностей. Субъекты: юридические и физические лица, осуществляющие маркетинговую деятельность.	2	2
	Практические занятия			
	1	Установление основных видов потребностей и товаров – средств их удовлетворения.	2	1
	11, 12	Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия при разных видах спроса. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий. Контроль и регулирование спроса.	2	2
	Практические занятия			
	2	Выбор вида маркетинга в зависимости от ситуации на рынке.	2	2
	15,16	Специфика современного потребителя. Потребители: понятие, классификация, сегментирование.	2	2
	17, 18	Факторы, влияющие на поведение потребителя на рынке. Модели потребительского поведения. Процесс принятие решения о покупке.	2	2
	Практические занятия			
3	Анализ поведения потребителя при совершении покупок, его оценка	2	2	
21, 22	Маркетинговый анализ и оценка товарного рынка Основные рыночные показатели: ёмкость рынка, рыночная доля, темп роста рынка, коэффициент рыночной концентрации. Влияние лояльности потребителя на динамику	2	1	

		рыночной доли компании		
	Практические занятия			
	4	Оценка доли рынка и лояльности потребителей к товарной марке организации. Решение ситуационных задач	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить рефераты: Проблемы организации службы маркетинга на российском предприятии. Факторы, способствующие формированию современного потребителя: рост его информированности, огромный ассортимент предлагаемых товаров, глобализация мировой экономики, увеличение числа предприятий торговли, появление покупателя – знатока. Российский средний класс.		8	
Тема 3.1.5. Окружающая среда маркетинга	Содержание		6/ 2	
	25, 26	Окружающая среда маркетинга: понятие; виды; факторы, формирующие окружающую среду. Внутренняя среда, ее компоненты. Микросреда маркетинга: понятие, субъекты и контролируемые факторы.	2	2
	27, 28	Макросреда маркетинга: понятие, субъекты, неконтролируемые факторы. Разновидности макросреды: демографическая, социальная, экономическая, природная, конкурентная, правовая, научно-техническая, культурная.	2	2
	29, 30	SWOT-анализ		1
	Практические занятия			
	5	Анализ окружающей среды торговой организации	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить рефераты: Маркетинговая среда предприятия-УПМ Тахид-1		3	
Раздел 2 Практический маркетинг			72/ 22	
Тема 3.1.6Маркетинговые информация и маркетинговые исследования	Содержание		12/ 4	
	33, 34	Маркетинговая информация: назначение, источники (вторичные и первичные, внутренние и внешние, полевые и кабинетные), принципы отбора, анализа. Классификация маркетинговой информации.	2	1
	Практические занятия			
	6	Разработка анкеты и проведение опроса	2	2
	37, 38	Понятия, цели, задачи и объекты маркетинговых исследований. Рабочая гипотеза маркетингового исследования. Особенности маркетинговых исследований	2	1
	39, 40	Виды исследований, особенности. Схема исследований. Коррекция и оптимизация результатов.	2	1

	41, 42	Методы маркетинговых исследований (качественные и количественные, полевые и кабинетные), их сравнительная характеристика	2	2
	Практические занятия			
	7	Проведение маркетинговых исследований рынка определённого вида товаров и принятие решений»	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить рефераты: Важнейшие направления маркетинговых исследований, их значение. Маркетинговые исследования как основное условие достижения экономического успеха. Проблемы и особенности осуществления маркетинговых исследований в России. Написание эссе «Преимущества хорошей и своевременной информации».		6	
Тема 3.1.7 Сегментирование рынка и позиционирование товара	Содержание		12/ 6	
	45, 46	Сегментирование рынка: понятие, назначение, признаки и методы. Критерии выбора целевых сегментов рынка.	2	1
	47, 48	Стратегия охвата рынка Маркетинговые стратегии выбора целевого сегмента	2	1
	49, 50	Позиционирование товара на рынке: понятие, основания, способы. Выбор и реализация стратегии. Формулировка позиции кампании. Основные методы прогнозирования запросов и предпочтений потребителей.	2	2
	Практические занятия			
	8	Исследование отдельного сегмента рынка. Отбор целевых сегментов рынка	2	2
	9	Сегментирование рынка определённого товара на основе географического и демографического, психологического и поведенческого принципа"	2	2
	10	Разработка алгоритма формирования уникального товарного предложения	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить рефераты Маркетинг как инструмент решения рыночных задач. Сегментирование рынка и позиционирование товара на рынке как основа маркетинговой деятельности. Связь позиционирование товара с маркетинговой стратегией и с маркетинговой тактикой.		6	
Тема 3.1.8 Конкурентная среда	Содержание		8/ 4	
	57, 58	Анализ конкурентной среды и принципы конкурентного анализа. Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда. Схема анализа слабых и сильных сторон конкурентов. Создание собственных конкурентных преимуществ. Выбор политики конкурентных ходов.		1
	59,60	Конкурентоспособность организации и товара: критерии, методы обеспечения . Классификация показателей, определяющих конкурентоспособность товара. Оценка конкурентоспособности товара.		2

		Многоугольник конкурентоспособности.		
	Практические занятия			
	11	Анализ конкурентоспособности продукции и установление её конкурентных преимуществ	2	2
	12	Оценка конкурентоспособности организаций и установление её конкурентных преимуществ	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить рефераты Конкурентные преимущества: ценовые и неценовые (качество потребительских услуг). Конкурентные преимущества, основные на внешних отношениях: лояльные покупатели; преимущества в налогообложении; месторасположения; взаимоотношения с поставщиками и др. Конкурентные преимущества, основные на внутренних отношениях: широкий ассортимент товаров; низкие издержки, за счет эффекта масштаба; ценовая политика; реклама; выгодные условия; высокое качество обслуживания, квалификация персонала и др. Особенности конкурентной среды в России и их влияние на маркетинговую деятельность предприятий. Понятие: “Ключевые факторы успеха” и их применение.		4	
Тема 3.1.9. Ассортиментная политика	Содержание		16/ 8	2
	65, 66	Маркетинговое понятие товара. Уровни товара и его подкрепление. Классификация товаров. Товар – как средство удовлетворения потребностей, его краткая характеристика		2
	67, 68	«Рыночный жизненный цикл» товаров, его основные этапы и маркетинговые решения, характерные для этих этапов		1
	69, 70	Матрица БКГ как инструмент анализа и формирования торгового ассортимента. Разработка концепции новых товаров: уровни, этапы разработка новых товаров (продукции, услуг) с учетом прогнозируемого спроса		2
	Практические занятия			
	13	Формирование и анализ торгового ассортимента в соответствии с ассортиментной политикой организации	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить рефераты Основные решения, принимаемые службой маркетинга относительно товара: марка товара, упаковка товара, маркировка товара, сервисное обслуживание. Ориентировка политики закупок магазина на конкурентный покупательский спрос и на получение необходимой доли прибыли с каждого товара. Зависимость маркетинговых решений в сфере закупок от специализации магазина. Особенности товарной политики российских предприятий		8	

Тема 3.11. Ценовая политика	Содержание		4/ 2	
	73, 74	Место ценовой политики в системе маркетинга. Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Назначение цен в маркетинге. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Факторы, влияющие на формирование цен(прибыль или возмещение инвестиций, эластичность спроса относительно цены товара, специфика рыночного сегмента).	2	2
	Практические занятия			
	14	Расчет исходной цены товара. Выбор метода ценообразования. Решение ситуационных задач	2	3
Самостоятельная работа обучающихся Подготовить рефераты Вспомогательные инструменты ценообразования: купоны, скидки, пластиковые карты, ценовое лидерство, множественное ценообразование, выравнивание цен, нечетные и некруглые цены. Цена как наиболее гибкий элемент маркетингового бизнеса и ключевой фактор позиционирования.			2	
Тема 3.12. Средства распространения товаров	Содержание		8/ 2	2
	77, 78	Сбытовая политика; понятия, цели и задачи сбыта. Анализ и оценка эффективности сбытовой политики		1
	79, 80	Средства распространения товаров: уровни, широта, критерии выбора каналов сбыта. Прямые и косвенные каналы распределения.		1
	81, 82	Торговые посредники: виды, типы, сравнительная характеристика Факторы, влияющие на выбор посредников		2
	Практические занятия			
	15	Установление уровней каналов распространения товаров и оценка эффективности сбытовой политики организации	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить рефераты Маркетинговые системы в сфере распределения. Основные решения, принимаемые руководством фирмы относительно формирования и управления каналом распределения. Товародвижение: организация эффективного сбыта и эффективного способа товародвижения.			
Тема 3.13. Маркетинговые коммуникации	Содержание		10	2
	85, 86	Комплекс маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, пропаганда, метод прямых продаж.		
	87, 88	Методы формирования спроса и стимулирования сбыта, их сравнительная характеристика		2

	89, 90	Реклама: понятие, назначение, цели, задачи и функции, средства, носители		2
	91, 92	Классификация рекламы, сравнительная характеристика разных групп и видов		1
	93, 94	Рекламная кампания фирмы. Эффективности рекламы разных видов		1
	95	Пропаганда, ее качества: достоверность, широкий охват покупателей, броскость.		2
	96	Методы личной продажи товаров коммерческими агентами, его задачи и свойства		2
	Практические занятия			
	16	Решение ситуаций, связанных с применением средств и методов маркетинга для формирования спроса и стимулирования сбыта	3	3
	Контрольная работа		2	2
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить рефераты Специфические приемы маркетинговой коммуникации: торговые презентации, экспозиции, специализированные выставки, ярмарки, и т.д			
	Итоговая контрольная работа		2	
Самостоятельная работа при изучении МДК.02.03 Маркетинг предусматривает выполнение домашнего задания, изучение материала конспектов, подготовка к выполнению практических заданий, изучение методических рекомендаций, конспектирование нормативных документов, составление опорных конспектов,			50	
Рабочая тематика домашних заданий предусматривает подготовку рефератов, индивидуальных заданий, разработку тестов, задач, ситуаций, составление таблиц, схем, алгоритмов				
Итого МДК.02.03 Маркетинг			100/32	

Для характеристики уровня освоения учетного материала используются 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 ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинетов: экономики организации, маркетинга, финансов, налогов и налогообложения, лаборатории информационных технологий в профессиональной деятельности

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета.

-доска учебная;

-рабочее место для преподавателя;

-столы, стулья для студентов на 25-30 обучающихся;

Технические средства обучения:

компьютер, аудио-, видео-, проекционная аппаратура, экран настенный, комплект учебно-наглядных пособий; комплект учебно-методической документации (учебники и учебные пособия, сборники задач и упражнений, карточки-задания, комплекты тестовых заданий)

интернет, мультимедийный проектор, DVD фильмы, мультимедийные пособия , средства программного обучения и контроля знаний.).

Оборудование учебного кабинета и учебных мест кабинетов:

- Комплект ученической мебели исходя из количества студентов
- Рабочее место преподавателя
- Программное обеспечение для проведения практических работ, проведения тестового контроля знаний студентов (текущего, рубежного, итогового)
- Комплект учебно-методического материала преподавателя

- Наглядные пособия: Схемы, таблицы, графики, рисунки, буклеты, плакаты по темам модуля
- Комплект карточек для проверки знаний студентов. Тесты по темам профессионального модуля

Оборудование лаборатории информационных технологий в профессиональной деятельности:

- Персональные компьютеры по количеству студентов
- Лицензионная компьютерная программа 1С. Предприятие 8.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

а) основная литература:

нормативно-правовая

1. Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28 декабря 2009 г., ФЗ № 381. (в послед. ред.) Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/
2. Федеральный закон «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» от 30.03.99г. №52.-М., 2009. (ред. от 28.11.2015) Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_22481/
3. Федеральный закон «О защите прав потребителей» от 7 февраля 1992 г. №2300-I (в послед. ред.). Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/
4. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч.1-2. (в послед. ред.) Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/
5. Правила продажи отдельных видов товаров от 19 января 1998 г. № 55 (в послед. ред.). Режим доступа:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_17579/36e874d3fe241d9a2c1e4fca0a96e25d90d61231/

6. Технический регламент Таможенного союза "О безопасности упаковки" (ТР ТС - 005 - 2011) Режим доступа:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_119326/

7. Технический регламент Таможенного союза "О безопасности пищевой продукции" (ТР ТС - 021 - 2011) Режим доступа:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_124768/

8. ГОСТ Р 50646-2012 Услуги населению. Термины и определения. Дата введения 2014-01-01 Режим доступа:

<http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=STR&n=18289#0>

9. ГОСТ Р 51303-2013 Торговля. Термины и определения. Дата введения 2014-04-01 Режим доступа:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_167655/

10. ГОСТ Р 51304-2009. Услуги торговли. Общие требования. Дата введения 2011-01-01 Режим доступа:

<http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=OTN&n=8692#0>

11. ГОСТ Р 51773-2009 Услуги торговли. Классификация предприятий торговли. Дата введения 2011-01-01 Режим доступа:

<http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=OTN;n=8693#0>

12. ГОСТ Р 52113-2014 Услуги населению. Номенклатура показателей качества услуг. 01.01.2016 Режим доступа:

<http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=OTN&n=8487>

13. Инструкция о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству (утверждена Постановлением Госарбитража при Совмине СССР от 15.06.65 г. № П-6). Режим доступа:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_136662/

14. Инструкция о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по качеству

(утверждена Постановлением Госарбитража при Совмине СССР от 25.04.66 г. №П-7). Режим доступа:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_136661/

15. Санитарно-эпидемиологические правила и нормативы "Гигиенические требования к безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов. СанПиН 2.3.2.1078-01". Дата введения: с 1 июля 2002 года Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/Cons_doc_LAW_99214/

16. Санитарно-эпидемиологические правила СП 2.3.6.1066-01 "Санитарно-эпидемиологические требования к организациям торговли и обороту в них продовольственного сырья и пищевых продуктов". Введены 1 января 2002 г. Режим доступа:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_33547/

17. СанПиН 2.3.2.1324-03. Гигиенические требования к срокам годности и условиям хранения пищевых продуктов. Дата введения: 25 июня 2003 года Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_42704/

18. Стратегия развития торговли в Российской Федерации на 2011 – 2015 годы и период до 2020 года, утв. приказом Минпромторга России от 31.03.2011 № 422

19. Унифицированные формы первичной учетной документации по учету торговых операций (общие). Утверждены постановлением Госкомстата России от 25 декабря 2008 г. № 132.

20. О рекламе: Федер. закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ: с изм. и доп. 27.09.2009: принят Гос. Думой 22 февраля 2006 года, одобрен Советом Федерации 3 марта 2006 года // Консультант Плюс [Электронный ресурс] : комп. справ. правовая система / Компания " Консультант Плюс". - Электрон. дан. - [Москва]. - URL:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_173647 –(21.03.2015).

4.2.1 Основная литература.

1. Скворцов О.В. Налоги и налогообложение: практикум Учебное пособие для СПО- М.: Академия, 2010
2. Голубева Т.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия Учебник для СПО- М.: Академия, 2010
3. Котляр Ф. Основы маркетинга. Учебник – М.: Прогресс, 2007
4. М у р а х т а н о в а Н.М., Е р е м и н а Е. И. Маркетинг: Учебник для СПО- М.: Академия, 2010
5. М у р а х т а н о в а Н.М., Е р е м и н а Е. И. Маркетинг: Сборник практических задач и ситуаций.- М.: Академия, 2010
- 6.11. Маркетинг: Учебное пособие / А.В. Лукина. - 3-е изд., исп. и доп. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 240 с. - Режим доступа:
<http://znanium.com/bookread2.php?book=412827>
7. Маркетинг: Учебное пособие / Герасимов Б. И., Жариков В. В., Жарикова М. В. - 2-е изд. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 320 с. - Режим доступа:
<http://znanium.com/bookread2.php?book=537690>
13. Атрушкевич Е.Б. Практикум по маркетингу: учебное пособие / ВШТЭ СПбГУПТД. – СПб., 2017. –
http://www.nizrp.narod.ru/metod/kafmarkilog/prakt_po_mark.pdf

4.2.2. Дополнительная литература.

1. Одинцов В.А. . Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия Учебник для СПО- М.: Академия, 2008
2. Перекрестова Л.В. Романенко М.В. Финансы и кредит Учебное пособие для СПО- М.: Академия, 2010
3. Скворцов О.В. Налоги и налогообложение Учебное пособие для СПО- М.: Академия, 2010

4. Основы маркетинга: Учеб. Для СПО/ под общ.ред. С.В.Карповой. _М:Издательство Юрайт, 2019
5. Управление ассортиментом товаров: Учебное пособие / Н.Р. Куликова, Т.А. Трыкова, Н.С. Борзунова. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 240 с. - Режим доступа:
[http://znanium.com/bookread2.php?book=434057#\(эл/ресурс\)](http://znanium.com/bookread2.php?book=434057#(эл/ресурс))

Интернет-ресурсы:

1. www.garant.ru – сайт СПС Гарант
2. www.consultant.ru – сайт СПС Консультант Плюс
3. www.minfin.ru – сайт Министерства финансов РФ
4. www.nalog.ru – сайт Федеральной налоговой службы РФ
5. <http://m-arket.narod.ru/slovary.html>– сайт по маркетингу
6. <http://www.4p.ru/>- Маркетинг –журнал
7. <http://www.e-executive.ru/>- Маркетинговый портал

Интернет-ресурсы

1. Энциклопедия маркетинга - <http://marketing.spb.ru/>
2. Сайт гильдии маркетологов - <http://www.marketologi.ru/>
3. Сайт Российской ассоциации маркетинга - <http://www.ram.ru>
4. Он-лайн журнал по маркетингу 4p.ru - <http://4p.ru/>
5. Журнал Маркетинг и маркетинговые исследования в России - <http://www.marketingandresearch.ru/>
-журнал

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Теоретическое обучение проводится в Государственном бюджетном профессиональном образовательном учреждении Калужской области «Ермолинский техникум».

ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности имеет профессиональную направленность.

Для закрепления теоретических знаний и приобретения практических умений и навыков после изучения соответствующих тем проводятся практические занятия.

С целью активизации познавательной деятельности обучающихся и развития их творческого потенциала предусмотрены различные виды самостоятельной работы: чтение учебной литературы, конспектирование, ответы на вопросы, построение схем, решение ситуационных задач, выполнение элементов исследования.

В процессе изучения **ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности** преподаватели должны использовать активные методы обучения и современные образовательные технологии, электронные образовательные ресурсы в сочетании с внеаудиторной работой обучающихся для формирования общих и профессиональных компетенций выпускников. Для закрепления и углубления профессиональных знаний и умений, устранения пробелов в знаниях у обучающихся, пропустивших учебные занятия, преподавателем проводятся дополнительные занятия и консультации.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (инженерно –педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального образования соответствующего профилю модуля ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой:

Инженерно-педагогический состав: дипломированные специалисты-преподаватели междисциплинарных курсов и общепрофессиональных дисциплин: «Финансы, налоги и налогообложение», «Анализ финансово – хозяйственной деятельности», «Маркетинг»

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

Контроль и оценка освоения основных видов профессиональной деятельности, профессиональных и общих компетенций проводится в процессе обучения и аттестации студентов.

В колледже при реализации учебных дисциплин и профессиональных модулей предусмотрены текущий контроль и промежуточная аттестация.

Текущий контроль проводится преподавателем в процессе обучения в формах: устный опрос, письменная работа, тестирование, отчет по результатам практической работы, отчет по результатам лабораторной работы, защита проектов и т.д.

Промежуточная аттестация по дисциплинам, междисциплинарным курсам предусматривает сдачу зачета (дифференцированного зачета), экзамена, выполнение контрольной работы в соответствии с учебным планом.

Обучение по профессиональному модулю завершается сдачей экзамена квалификационного (квалификационного экзамена), предусматривающего решение ситуации. В состав экзаменационной комиссии на экзамене квалификационном (квалификационном экзамене), могут входить представители работодателя.

Формы и методы текущего и промежуточного контроля по учебным дисциплинам, междисциплинарным курсам, профессиональным модулям самостоятельно разрабатываются преподавателями, рассматриваются на заседаниях цикловых комиссий и доводятся до сведения обучающихся не позднее чем через два месяца после начала обучения.

Для текущего и промежуточного контроля образовательной организацией создаются фонды оценочных средств (ФОС).

ФОС включают в себя педагогические контрольно-измерительные

материалы, предназначенные для определения соответствия (или несоответствия) индивидуальных образовательных достижений основным показателям результатов подготовки.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели результатов подготовки	Формы и методы контроля
<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>	<ul style="list-style-type: none"> - Обоснованность выбора данных бухгалтерского учёта для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности; - Соблюдение последовательности действий при проведении учёта товаров; - Соответствие оформления документации по учёту товаров установленным требованиям (стандартам); - Соответствие последовательности действий при проведении инвентаризации; - Соответствие оформления результатов инвентаризации установленным требованиям 	<p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> -защиты практических работ -контрольных работ по темам МДК
<p>ПК 2.2 Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Соответствие оформления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов; - Правильность составления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов; - Организация хранения организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов в соответствии с установленным требованиям (стандартам); - Грамотность и скорость в оформлении организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов при работе с автоматизированными системами. 	<p>Зачёты по каждому из разделов профессионального модуля</p> <p>Тестирование,</p> <p>Решение ситуационных задач</p>
<p>ПК 2.3 Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Обоснованность выбора экономических методов в конкретных практических ситуациях; - Правильность расчёта микроэкономических показателей; - Полнота анализа микроэкономических показателей; - Полнота анализа рынков ресурсов 	
<p>ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены,</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Правильность расчёта основных экономических показателей коммерческой деятельности; - Правильность расчёта цены продукции; 	

заработную плату.	- Правильность расчёта заработной платы сотрудников ФОТ 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; - Обоснованность 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.	
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 приёмов анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности; - Соблюдение последовательности действий при осуществлении денежных расчетов с покупателями, - Правильность составления финансовой документации и отчётности в соответствии с требованиями(стандартами);	

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели результатов подготовки	Формы и методы контроля
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	- демонстрация интереса к будущей профессии.	Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 2. Организовывать собственную деятельность,	- обоснование выбора и применения методов и	Устный экзамен

выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	способов решения профессиональных задач в области разработки технологических процессов; - демонстрация эффективности и качества выполнения профессиональных задач.	
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.	Анализ результатов наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе освоения образовательной программы
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.	Анализ результатов наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе освоения образовательной программы
ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	- демонстрация навыков использования информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.	Контрольное тестирование Выполнение творческих заданий
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения.	Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня.	Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 8. Вести здоровый образ жизни, применять спортивно-оздоровительные методы и средства для коррекции физического развития и телосложения	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения.	Анализ результатов наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе освоения образовательной программы

<p>ОК 9. Пользоваться иностранным языком как средством делового общения</p>	<p>- демонстрация способности владения иностранным языком.</p>	<p>Анализ результатов наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе освоения образовательной программы</p>
<p>ОК 10. Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь</p>	<p>- демонстрация способности логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p>	<p>Анализ результатов наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе освоения образовательной программы</p>
<p>ОК 11. Обеспечивать безопасность жизнедеятельности, предотвращать техногенные катастрофы в профессиональной деятельности, организовывать, проводить и контролировать мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций</p>	<p>- демонстрация эффективности и качества выполнения профессиональных задач и выполнения мероприятий по защите населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций.</p>	<p>Анализ результатов наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе освоения образовательной программы</p>
<p>ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий</p>	<p>- демонстрация использования нормативных документов</p>	<p>Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике</p>
<p>ОК 13. Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей)</p>	<p>- демонстрация готовности к исполнению воинской обязанности.</p>	