

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Гнатюк Сергей Иванович
Должность: Первый проректор
Дата подписания: 19.08.2025 11:11:55
Уникальный программный ключ:
5ede28fe5b714e680817c5c132d4ba793a6b4422

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Филиал «Славяносербский техникум» федерального государственного бюджетного
Образовательного учреждения высшего образования
«Луганский государственный аграрный университет имени К.Е. Ворошилова»
(Славяносербский техникум ЛГАУ)



ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО
ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И
МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Специальность 38.02.04 – Коммерция (по отраслям)

Программа подготовки
базовая

пгт. Славяносербск, 2024

Программа учебной практики УП 02. Профессионального модуля ПМ 02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» для специального среднего образования по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

Программа разработана в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) ПМ 02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» и соответствующих профессиональных компетенций (ПК)

Организация – разработчик: филиал «Славяносербский техникум» федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Луганский государственный аграрный университет имени К.Е. Ворошилова»

Разработчик: преподаватель общепрофессиональных дисциплин Ляпустина В.Ю.

Рассмотрена на заседании цикловой комиссии бухгалтерско-экономических дисциплин протокол № 1 от 29 августа 2024г.

Председатель цикловой комиссии _____ Н.И. Шварёва



Содержание

1. Паспорт программы практики	4
2. Результаты освоения программы практики	7
3. Структура и содержание практики	8
4. Условия реализации программы практики	12
5. Контроль и оценка результатов практики	15
6. Аттестация по итогам практики	21

1. Паспорт программы учебной практики

1.1. Область применения программы учебной практики

Программа учебной практики является частью основной профессиональной образовательной программы по специальности 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)», в части освоения основного вида профессиональной деятельности: **Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности** и соответствующих 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.

1.2. Цели и задачи учебной практики, требования к результатам

Учебная практика направлена на формирование у студентов профессиональных и общекультурных компетенций, предусмотренных ОПОП в соответствии с ФГОС.

Основными целями организации и проведения учебной практики являются:

- закрепление и расширение теоретических и практических знаний, полученных за время обучения;
- ознакомление с содержанием основных работ, выполняемых на предприятии или в организации по месту прохождения практики;
- изучение особенностей экономической и маркетинговой деятельности предприятия;

- приобретение практических навыков в будущей профессиональной деятельности или в отдельных ее разделах;
- принятие участия в конкретном экономическом и/или маркетинговом процессе;
- освоение приемов, методов и способов выявления, наблюдения, измерения и контроля параметров видов работ.

Для эффективного достижения целей обучающиеся должны:

- понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии и основные проблемы дисциплин, определяющих область профессиональной деятельности, видеть их взаимосвязь в целостной системе знаний;
- быть ориентированными на профессиональное мастерство и творческое развитие профессии и человека в ней;
- понимать определяющую роль методологических и мировоззренческих взглядов в деятельности профессионала;
- знать этические и правовые нормы, регулирующие отношение человека к человеку, обществу, окружающей среде и уметь учитывать их в профессиональной деятельности;
- уметь использовать методы научно-технического творчества для решения задач, связанных с профессиональной деятельностью;
- уметь на научной основе организовать свой труд и владеть компьютерными методами сбора, хранения и обработки (редактирования) информации, применяемыми в профессиональной деятельности;
- уметь научно анализировать социально-значимые проблемы и процессы в профессиональной деятельности;
- владеть социально-психологической культурой и умением анализировать личностно-значимые проблемы;

Задачи учебной практики:

- получение практического опыта по основным экономическим показателям деятельности торгового предприятия;
- овладение навыками организации и проведения основных экономических операций с расчетами и маркетинговых исследований рынка.

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в результате прохождения практики в рамках освоения профессионального модуля 01. 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, регулируемыми механизмом 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 организации 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. Место учебной практики в структуре ПССЗ

Учебная практика проводится, в соответствии с утвержденным учебным планом, после прохождения междисциплинарных курсов (МДК) в рамках профессионального модуля 02:

МДК. 02.01

МДК. 02.02

МДК. 02.03

УП 02.

ПП 02.

1.4. Трудоемкость и сроки проведения практики

Трудоемкость учебной практики в рамках освоения профессионального модуля 02 составляет 36 часов (1 неделя).

Сроки проведения учебной практики определяются рабочим учебным планом по специальности и графиком учебного процесса. Практика проводится на 3 курсе, в 5 семестре.

1.5. Место прохождения учебной практики

Кабинет социально-экономических дисциплин

2. Результаты освоения программы учебной практики

Результатом прохождения учебной практики в рамках освоения профессионального модуля 02 является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности **Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 2.1	Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации;
ПК2.2	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 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 10.	Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь
ОК 12.	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требований стандартов, технических условий

3. Структура и содержание учебной практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Кол-во часов	Виды производственных работ
1.	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	4	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 отчет. Составьте акт уценки или списания на нестандартные товары, брак, отходы, недостачу, пересортицу товаров.

	<p>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>1.3. 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>
2.	<p>Тема 2. Проведение денежных расчетов с покупателями Распознавание признаков платежеспособности билетов банка России и государственных казначейских билетов. 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>	4	<p>2.1. Назовите виды и формы расчетов, осуществляемых предприятиями в своей хозяйственной деятельности. 2.2. Проведите проверку подлинности банкнот через детектор подлинности банкнот. Определите курсовые разницы по операциям с валютой. Используя кассовый метод подсчитайте денежную выручку за день.</p>
3.	<p>Тема 3. Расчет основных налогов Составление перечня налогов, уплачиваемых организацией - базой практики. Расчет основных налогов (примеры расчета).</p>	4	<p>3.1. Опишите характеристику налогов, оплачиваемых организацией, в которой Вы проходите практику. Выполните расчёты, оформление налоговых деклараций по видам уплачиваемых налогов. 3.2. По каждому налогу рассмотрите следующие элементы: - 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</p>

			деклараций.
4.	<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. Анализ динамики показателей ФХД за 6 и 12 мес. Текущего года. Оформление результатов анализа.</p>	6	<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.
5.	<p>Тема 5. Выявление потребностей (спросе) на товары и соответствующих типов маркетинга</p> <p>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>	4	<p>5.1. Дайте характеристику методов изучения покупательского спроса. Описать опыт предприятия.</p> <p>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>
6.	<p>Тема 6. Реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка</p> <p>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</p>	4	<p>6.1. Опишите опыт предприятия по организации сбыта. Составьте схему каналов распределения.</p> <p>6.2. Опишите стратегии ценообразования принятые на предприятии на производимые товары (услуги), выявить мероприятия по стимулированию потребителей и персонала.</p>

	<p>персонала. Реализация мероприятий по стимулированию потребителей.</p>		
7.	<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>	4	<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>
8.	<p>Тема 8. Анализ маркетинговой среды организации Анализ внутренней среды организации (выявление структурных подразделений, осуществляющих маркетинговую деятельность и/или взаимодействующих с отделом маркетинга). Анализ социально-экономической среды организации (выявление сегментов потребителей по уровню доходов методом наблюдений и анализа суммы покупок). Анализ демографической среды методом наблюдений (по полу и возрасту). Анализ конкурентной среды организации (выявление организаций конкурентов, их количества, определение перечня конкурентных преимуществ организации и её конкурентов). Оценка конкурентоспособности товаров по объемам продаж, а также потребительским и экономическим показателям.</p>	6	<p>8.1.Опишите работу структурного подразделения осуществляющего маркетинговую деятельность в организации. Представьте характеристику сегментов потребителей (по уровню доходов, сумме и повторяемости покупок, возрасту, полу и др.). 8.2. Определите конкурентные преимущества организации, описать их перечень в сравнении с конкурентами, Привести доказательную базу по объему продаж, потребительским и экономическим показателям (можно оформить в виде таблицы).</p>

4. Условия реализации программы учебной практики

4.1. Требования к проведению учебной практики.

Продолжительность рабочего дня студентов при прохождении практики в организациях составляет для студентов в возрасте от 16 до 18 лет не более 36 часов в неделю (ст. 43 КЗоТ РФ), в возрасте от 18 лет и старше - не более 40 часов в неделю (ст. 42 КЗоТ РФ).

С момента начала практики на обучающихся распространяются правила охраны труда и правила внутреннего распорядка, действующие в организации, с которыми студенты должны быть ознакомлены в установленном в организации порядке.

При наличии вакансий в штатном расписании предприятия (организации) студенты могут зачисляться на вакантные должности, если характер предстоящей работы соответствует требованиям программы практики.

Студенты, не выполнившие программы практик **по уважительной причине**, направляются на практику вторично, в свободное от учебы время.

Студенты, не выполнившие программы практик **без уважительной причины** или получившие отрицательную оценку, могут быть отчислены из учебного заведения как имеющие академическую задолженность в порядке, предусмотренном уставом техникума

Для руководства практикой студентов в структурных подразделениях техникума назначается руководитель практики.

Для руководства практикой студентов в организациях назначается руководитель практики от организации.

Практика в организациях осуществляется на основе договоров, в соответствии с которыми указанные организации обязаны предоставить места для прохождения практики студентов техникума.

Обязанности руководителя практики от техникума:

- устанавливают связь с руководителями практики от организации и совместно с ними уточняют календарный план выполнения программы практики;
- разрабатывают тематику индивидуальных заданий;
- принимают участие в распределении студентов по рабочим местам или перемещении их по видам работ;
- несут ответственность совместно с руководителем практики от организации за соблюдение студентами правил техники безопасности;
- осуществляют контроль за соблюдением сроков практики и ее содержанием;

- оказывают методическую помощь студентам при выполнении ими индивидуальных заданий и сборе материалов к выпускной квалификационной работе;

- оценивают результаты выполнения практикантами программы практики.

Руководитель контролирует процесс прохождения практики, обязан своевременно проверить отчеты студентов и участвует в комиссии по приему зачета по практике.

Обязанности студента:

- при направлении на практику студент обязан строго соблюдать установленные сроки практики.

- изучить и строго соблюдать правила охраны труда, техники безопасности, производственной санитарии и пожарной безопасности;

- соблюдать трудовую дисциплину и правила внутреннего трудового распорядка предприятия;

- нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты наравне со штатными работниками;

- активно участвовать в общественной жизни предприятия.;

- выполнить программу практики;

- выполнить отчет, своевременно его сдать и защитить.

4.2. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы практики осуществляется в учебном кабинете:

Социально-экономических дисциплин

Оборудование учебного кабинета:

- комплект учебно-методической документации;
- комплект бланков коммерческих документов;
- наглядные пособия (планшеты, опорные схемы и презентации по темам и разделам практики, нормативные документы);
- технические средства обучения (ПК, принтер, мультимедийный проектор)
- натуральные образцы весоизмерительного оборудования (механического и электронного);
- натуральные образцы оборудования для расчетов с покупателями (ККМ);

Реализация программы практики осуществляется концентрированно.

4.3. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

1. Основные источники:

Федеральные законы и кодексы:

1. Гражданский кодекс РФ.
2. Налоговый кодекс РФ. Части первая и вторая (последняя редакция).
3. Бюджетный кодекс РФ.

4. Положение по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» ПБУ 6/01: Приказ Минфина России от 30.03.2001 №26н

Учебники и учебные пособия:

5. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие. М. В. Мельник, Е. Б. Герасимова. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2014.
6. Маркетинг. Е. Н. Кнышова. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2013.
7. Маркетинг менеджмент. Ф. Котлер. – СПб.: Питер, 2014.
8. Практикум по дисциплине «Маркетинг» для студентов СПО, обучающихся по специальностям 080000 «Экономика и управление». – Тамбов: Некоммерческое партнерство «Техникум экономики и предпринимательства», 2009.
9. Налоги и налогообложение: Учебник / Под ред. Д. Г. Черника. – 3-е изд. М.: МЦФЕР, 2006.
10. Финансы и кредит: Учебно-методический комплекс. Т. П. Николаева. – М.: Изд. центр ЕАОИ, 2008.
11. Программа по практике по профилю специальности в рамках изучения профессионального модуля ПМ 02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности». О. Ю. Малина. – Тамбов: Некоммерческое партнерство «Техникум экономики и предпринимательства», 2012.

Дополнительные источники:

1. Федеральный закон «О государственном бюджете» (последнее издание).
2. Закон РФ «О налогах на имущество физических лиц» от 09.12.1991 № 2003-1
3. Закон РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товара» от 23.09.92.
4. Законы субъектов РФ «О налоге на имущество организации // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».
5. Законы субъектов РФ «О транспортном налоге» // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».
6. Федеральный закон «О защите прав потребителей», ФЗ-2 от 09.01.96 с изменениями и дополнениями.
7. Федеральный закон «Об информации, информатизации и защите информации», ФЗ-24 от 20.02.95.
8. Федеральный закон «О рекламе», ФЗ-108 от 18.07.95.
9. Маркетинг: Учебное пособие. А. В. Лукина. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2006.
10. Налоги за 14 дней : экспресс-курс / С. С. Молчанов. – 9-е изд., перераб. и доп. – М.: Эксмо, 2011.

11. Экономический анализ: Учебное пособие, практикум, тесты. Г.В. Шадрина. Московский государственный университет экономики статистики и информатики. – М., 2007.

Интернет-ресурсы:

1. <http://be5.biz/service/map> (Институт экономики и права Ивана Кушнера: электронные учебники по экономике).
2. <http://rutracker.org/forum/viewtopic.php?t=2003070> (Коллекция учебников по всем экономическим дисциплинам).
3. <http://www.consultant.ru/>

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой.

Педагогический состав: дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов.

Преподаватели высшей категории общепрофессиональных дисциплин с обязательной стажировкой в профильных организациях не реже одного раза в 3 года. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным.

5. Контроль и оценка результатов учебной практики

В период прохождения учебной практики обучающиеся обязаны вести документацию:

1. Отчет по практике

Контроль и оценка результатов прохождения учебной практики осуществляется руководителями практики от образовательного учреждения и организации в процессе выполнения обучающимися производственных работ.

<p align="center">Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)</p>	<p align="center">Формы и методы контроля и оценки результатов обучения</p>
<ul style="list-style-type: none"> -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; 	<p>Экспертная оценка выполнения практического задания. Дифференцированный зачет по практике. Экспертная оценка демонстрации умений на квалификационном экзамене</p>
<ul style="list-style-type: none"> -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 организации 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; 	<p>Экспертная оценка выполнения практического задания. Дифференцированный зачет по практике. Экспертная оценка демонстрации умений на квалификационном экзамене.</p>

<p>- конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;</p> <p>- этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом.</p>		
Результаты обучения (освоенные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
Общие компетенции		
<p>ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес</p>	<p>демонстрация интереса к будущей профессии:</p> <p>- создание портфолио студента</p>	<p>наблюдение и оценка выполнения работ на учебной и производственной практике;</p> <p>- оценка содержания портфолио студента</p>
<p>ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество</p>	<p>- демонстрация способности выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач;</p> <p>- оценка эффективности и качества выполнения задания руководителя</p>	
<p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность</p>	<p>- демонстрация способности выбора и применения методов и способов решения ситуационных задач</p>	
<p>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития</p>	<p>- эффективный поиск информации, необходимой для успешного прохождения производственной практики на предприятии;</p> <p>- использование различных источников по теме модуля, включая электронные и СМИ</p>	
<p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности</p>	<p>- демонстрация способности использовать современные информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности</p>	
<p>ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с</p>	<p>- взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе</p>	

коллегами, руководством, потребителями	обучения и прохождения производственной практики; - проявление взаимной поддержки, делового партнерства	
ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	- формулирование целей и задач профессионального и личностного развития	
ОК 10. Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь	- демонстрация способности логически верно и аргументировано изъясняться; - демонстрация умения ясно излагать устную и письменную речь	
ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требований стандартов, технических условий	- демонстрация умения применять законодательные акты, нормативные и методические материалы, а также требования стандартов, технических условий	
Вид профессиональной деятельности: <u>Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности</u>		
Профессиональные компетенции		
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	- использование бухгалтерской отчетности для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности; - анализ расчетов, их обоснование; - участие в инвентаризации на предприятии; - осуществление учета товаров	Текущий контроль в форме: - наблюдение и оценка выполнения практических работ; - наблюдение и оценка выполнения работ по учебной и производственной практикам; оценка выполнения самостоятельных работ. Экзамен по МДК Квалификационный экзамен по модулю
ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение	- демонстрация умений соблюдения требований к оформлению и составлению необходимых документов;	

организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем	- демонстрация умений пользования автоматизированных систем с применением их в профессиональной деятельности
ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов	- демонстрация знаний и умений применять экономические методы в расчетах; - расчет и анализ микроэкономических показателей; - анализ рынков ресурсов
ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату	- идентификация основных экономических показателей предприятия; - демонстрация навыков расчета и анализа цены товара, заработной платы работников
ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	- проведение маркетинговых исследований по выявлению потребностей и определению видов спроса и типов маркетинга; - участие в рекламной кампании предприятия с целью формирования спроса и стимулирования сбыта
ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	- анализ маркетинговых коммуникаций и демонстрация навыков их использования
ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	- проведение маркетинговых исследований рынка; - анализ результатов и разработка маркетинговых решений
ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность	- проведение маркетинговых исследований на предмет конкурентоспособности фирмы, товаров; - участие в сбытовой деятельности

товаров и конкурентные преимущества организации	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	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация навыков применения методов и приемов АФХД; - демонстрация умений соблюдения требований к оформлению и составлению финансовых документов; - осуществление денежных расчетов с покупателями 	

6.Аттестация по итогам учебной практики

Аттестация по итогам учебной практики служит формой контроля освоения и проверки профессиональных знаний, общих и профессиональных компетенций, приобретенного практического опыта обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС СПО.

Формой промежуточной аттестации по итогам учебной практики является дифференцированный зачет. Аттестация проводится в последний день практики.

К аттестации по практике допускаются обучающиеся, выполнившие требования программы учебной практики и предоставившие полный пакет отчетных документов.

Для проведения промежуточной аттестации образовательным учреждением разработаны фонды оценочных средств, включающие в себя контрольно-измерительные материалы, предназначенные для определения соответствия индивидуальных образовательных достижений обучающихся основным показателям результатов обучения. В процессе аттестации проводится экспертиза овладения общими и профессиональными компетенциями.

При выставлении итоговой оценки (зачета) по практике учитываются:

- результаты экспертизы овладения обучающимися общими и профессиональными компетенциями;
- качество и полнота оформления отчетных документов по практике;
- характеристика с места прохождения практики (характеристика руководителя практики от организации).