

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ  
«САМАРСКИЙ ТОРГОВО – ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

УТВЕРЖДАЮ

И.о. директора ГБПОУ «СТЭК»

\_\_\_\_\_ Л.А. Панкратова

Приказ № 311 - у

от 01.06.2023 г.

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

Самара, 2023

Рассмотрено на заседании  
ПЦК Товароведения и коммерции  
Протокол № 9  
от «23» апреля 2023 г.  
Председатель ПЦК  
Н.Г. Волгушева

Рабочая программа профессионального модуля профессионального учебного цикла разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) (приказ Минобрнауки России от 15.05.2014 № 539)

**Организация - разработчик:** ГБПОУ «СТЭК»

**Разработчик:** Н. А. Федотенко, преподаватель ГБПОУ «СТЭК»

Н.А.Омшина, преподаватель ГБПОУ «СТЭК»



## СОДЕРЖАНИЕ

1.	Паспорт программы профессионального модуля	4
2.	Результаты освоения профессионального модуля	9
3.	Структура и содержание профессионального модуля	10
4.	Условия реализации программы профессионального модуля	25
5.	Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (ВПД)	28

# **1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

### **Область применения рабочей программы**

Программа профессионального модуля – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

Направлена на присвоение квалификации «Менеджер по продажам», входящей в состав укрупнённой группы профессий 38.00.00 Экономика и управление в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): 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 профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля**

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

### **иметь практический опыт:**

- оформления финансовых документов и отчетов;
- проведения денежных расчетов;
- расчета основных налогов;
- анализа финансово-хозяйственных показателей;
- деятельности торговой организации;
- выявления потребностей (спроса) на товар;
- 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 правовыми актами 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 на товары;
- 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, распределение и продвижение товаров, маркетинговые коммуникации их характеристику;
- методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
- конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;
- этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом. специализированные программные продукты.

### **1.3 Количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

Максимальной учебной нагрузки - 363 часов.

Самостоятельной работы -121 часов.

Обязательной учебной нагрузки - 314 часов; включая:

- учебной аудиторной нагрузки – 242 часов;
- учебной практики – 1 неделя;
- производственной практики – 1 неделя.



## 2.РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 2.1	Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации .
ПК 2.2	Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем .
ПК 2.3	Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.
ПК 2.4	Определять основные экономические показатели работы организации. Цены, заработную плату.
ПК 2.5	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.
ПК 2.6	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации
ПК 2.7	Участвует 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 приема анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и расчеты.
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач,оценивать их эффективность и качество
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации,необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 6	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации

ОК 10	Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь
ОК 12	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Тематический план ПМ. 02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

Код профессиональных компетенций	Наименование разделов профессионального модуля	Всего часов (макс)	Объем времени					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка			Самостоятельная работа обучающегося		Учеб. часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. лаб. и практ.	в т.ч. курсов раб	Всего, часов	в т.ч. курсовая работа, часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение</b>									
ПК 2.1-2.4	<b>Раздел 1.</b> Финансы и финансовая система	<b>21</b>	14	4		9			
	<b>Раздел 2.</b> Деньги и денежное обращение	<b>21</b>	14	6		7			
	<b>Раздел 3.</b> Финансы организаций	<b>54</b>	36	22		18			
	<b>Раздел 4.</b> Налоги и налогообложение	<b>24</b>	16	8		8			
<b>МДК02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности</b>									
ПК 2.9	<b>Раздел 1.</b> Методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности	<b>9</b>	6	-	-	3			
	<b>Раздел 2.</b> Информационное	<b>23</b>	16	10	-	7			

	обеспечение организации аналитической работы								
	<b>Раздел 3.</b> Анализ товарооборота	<b>23</b>	16	8	-	<b>7</b>			
	<b>Раздел 4.</b> Анализ объема выпуска и реализации продукции	<b>15</b>	10	6	-	5			
	<b>Раздел 5.</b> Анализ финансовых результатов деятельности	<b>51</b>	34	14	-	17			
<b>МДК02.03. Маркетинг.</b>									
ПК 2.5-2.8	<b>Раздел 1.</b> Основные маркетинговые понятия	<b>33</b>	22	10	-	11			
	<b>Раздел 2.</b> Комплекс маркетинга предприятия	<b>51</b>	34	18	-	17			
	<b>Раздел 3.</b> Маркетинговые исследования в системе маркетинга	<b>30</b>	20	10	-	10			
	<b>Раздел 4.</b> Общая характеристика конкурентоспособности товаров и услуг	<b>6</b>	4	2	-	2			
	<b>Учебная практика</b>	<b>1 нед</b>						36	
	<b>Производственная практика</b>	<b>1 нед</b>		-		-			36
	<b>Всего</b>	<b>363</b>	<b>242</b>			<b>121</b>			

### 3.2. Содержание профессионального модуля ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практических занятий, самостоятельная работа обучающихся	Объём часов	Уровень усвоения
1	2	3	4
<b>ПМ. 02.Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности</b>		<b>363</b>	
<b>МДК.02.01.Финансы, налоги и налогообложение</b>		<b>80</b>	
<b>Раздел 1. Финансы и финансовая система.</b>		<b>16</b>	2
<b>Тема 1.1</b> Сущность финансов. Финансовая система и финансовый рынок	<b>Содержание:</b>	4	
	Сущность, функции и роль финансов в экономике. Финансовая система в Российской Федерации. Финансовая система и характеристика ее звеньев. Финансовый рынок и характеристика его составляющих.		2
<b>Тема 1.2.</b> Государственные централизованные финансы	<b>Содержание:</b>	8	
	Основы формирования государственного бюджета – финансового плана страны. Значение и функции государственного бюджета. Доходы и расходы госбюджета. Бюджетный дефицит и методы его финансирования.	4	2
	<b>Практическая работа № 1-4:</b> Расчет доходов и расходов бюджета.	4	
<b>Тема 1.3.</b> Внебюджетные фонды.	<b>Содержание:</b>	<b>4</b>	
	Социально-экономическая сущность внебюджетных фондов. Виды внебюджетных фондов в Российской Федерации. Порядок формирования и использования фондов.	2	2
	<b>Практическая работа № 5-6:</b> Расчет взносов во внебюджетные фонды	2	3
<b>Раздел 2.Деньги и денежное обращение..</b>		<b>14</b>	
<b>Тема 2.1.</b>	<b>Содержание:</b>	6	

Сущность и функции денег. Денежное обращение.	Сущность и функции денег в экономике. Денежное обращение. Закон денежного обращения. Следствия из закона денежного обращения.	2	2
	<b>Практическая работа № 7 -10:</b> Определение объема денежной массы и скорости обращения денег. Определение типов инфляции.	4	3
<b>Тема 2.2.</b> Денежное обращение	<b>Содержание:</b>	<b>2</b>	
	Понятие денежного обращения. Отличие и взаимосвязь понятий денежного обращения и денежного оборота. Единство налично-денежного и безналичного компонентов денежного оборота. Понятие денежной эмиссии и ее виды. Количество денег в обращении. Факторы, определяющие массу денег в обращении. Закон денежного обращения. Денежная масса как важнейший количественный показатель денежного обращения. Денежные агрегаты и их характеристика.	2	2
<b>Тема 2.3.</b> Денежно-кредитная политика.	<b>Содержание:</b>	<b>6</b>	
	Денежно-кредитная политика. Осуществление денежно-кредитной политики. Основные инструменты денежно-кредитной политики: регулирование ставки рефинансирования; нормативов резервирования; учетной ставки; валютное регулирование (валютные интервенции и поддержание валютного курса).	4	2
	<b>Практическая работа № 11 - 12:</b> Методы денежно-кредитной политики	2	2
<b>Раздел 3. Финансы организаций.</b>		<b>34</b>	
<b>Тема 3.1.</b> Финансы организаций и финансовые отношения организации.	<b>Содержание</b>	<b>16</b>	
	Финансы организаций как составная часть финансовой системы страны. Сущность и функции финансов коммерческих организаций и предприятий. Основные принципы и факторы, влияющие на организацию финансов предприятий. Особенности формирования финансовых ресурсов. Порядок формирования уставного капитала организаций различных форм собственности. Показатели эффективности деятельности организации.	6	2
	<b>Практическая работа № 11 -20:</b> Составление форм финансовой отчетности организации Определение ликвидности и платежеспособности организации Определение эффективности использования основных средств предприятия Определение использования оборотных средств предприятия Определение использования рентабельности и прибыли предприятия	10	2

<b>Тема 3.2.</b> Финансовая отчётность	<b>Содержание:</b>	<b>14</b>	
	Финансовая отчётность и её значение в коммерческой деятельности. Виды и формы отчётности. Принципы построения. Балансовый отчёт организации – основная форма финансовой отчётности. Отчёт о прибылях и убытках: значение, характеристика. Отчёт о движении капитала. Отчёт о движении денежных средств.	4	2
	<b>Практическая работа № 21-30:</b> Составление балансового отчёта организации Составление отчёта о прибылях и убытках. Составление отчёта о движении капитала. Составление отчёта о движении денежных средств. Составление годовой финансовой отчётности (по данным конкретной организации).	10	3
<b>Тема 3.3.</b> Финансовые ресурсы.	<b>Содержание:</b>	<b>4</b>	
	Финансовые ресурсы организации. Капитал организации и его структура. Оптимальная структура капитала. Финансовый леверидж. Точка безубыточности.	2	2
	<b>Практическая работа № 31 - 32:</b> Анализ источников средств предприятия	2	3
<b>Тема 3.4.</b> Финансовое планирование в организации.	<b>Содержание:</b>	<b>2</b>	
	Финансовое планирование в организации, его задачи и виды. Методы финансового планирования: нормативный, расчетно-аналитический, балансовый, метод оптимизации плановых решений. Финансовые инструменты.	2	2
<b>Раздел 4.Налоги и налогообложение.</b>		<b>16</b>	
<b>Тема 4.1.</b> Основы налогообложения.	<b>Содержание:</b>	<b>2</b>	2
	Основные положения налогового законодательства. Понятие налога и сбора. Функции налогов. Налогоплательщики и плательщики сборов. Налоговые агенты. Классификация налогов. Система налогов и сборов в Российской Федерации. Элементы налогообложения.	1	
<b>Тема 4.2.</b>	<b>Содержание:</b>	1	2

Организация налоговой службы	Организация налоговой службы. Налоговый контроль. Виды налоговых проверок. Выездная налоговая проверка.		
<b>Тема 4.3.</b> Налог на добавленную стоимость	<b>Содержание:</b>	<b>3</b>	
	Налог на добавленную стоимость (НДС): Налогоплательщики, объект налогообложения. Налоговые ставки. Счет-фактура. Налоговые вычеты.	1	2
	<b>Практическая работа № 33 -364</b> Налоговые ситуации на определение сумм НДС	2	3
<b>Тема 4.4.</b> Налог на доходы физических лиц	<b>Содержание:</b>	<b>4</b>	
	Налог на доходы физических лиц (НДФЛ). Налоговые вычеты: стандартные, социальные, имущественные, профессиональные.	2	2
	<b>Практическая работа № 35-36:</b> Налоговые ситуации на определение НДФЛ	2	3
<b>Тема 4.5.</b> Налог на прибыль организаций	<b>Содержание:</b>	<b>3</b>	
	Налог на прибыль организаций: налогоплательщики, объект налогообложения. Налоговые ставки.	1	2
	<b>Практическая работа № 37-38:</b> Налоговые ситуации на определение налога на прибыль	2	3
<b>Тема 4.6.</b> Взносы во внебюджетные фонды	<b>Содержание:</b>	<b>4</b>	
	Взносы во внебюджетные фонды. Ставки взносов во внебюджетные фонды.	2	2
	<b>Практическая работа № 39 -40:</b> Налоговые ситуации на определение взносов во внебюджетные фонды	2	3
<b>Самостоятельная работа:</b> Систематическая проработка конспектов занятий, учебной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий) Выполнение расчетов по предложенному заданию; Составление и заполнение таблиц; Составление глоссария; Составление и заполнение таблиц. Расчет доходов и расходов бюджета; Определение денежной массы и скорости обращения денег; Основные принципы и факторы, влияющие на организацию финансов предприятий; Определение ликвидности и платежеспособности организации;		<b>40</b>	
<b>МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности.</b>		<b>82</b>	
<b>Раздел 1. Методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности</b>		<b>6</b>	
<b>Тема 1.1.</b>	<b>Содержание:</b>	<b>6</b>	



Методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности	Введение. Понятие, цели и задачи анализа финансово-хозяйственной деятельности. Повышение роли анализа в условиях рыночной экономики. Принципы экономического анализа: государственности, объективности, системности, оперативности, массовости, эффективности. Виды финансово-хозяйственного анализа, приемы и методы проведения анализа. Методы факторного экономического анализа	6	2
<b>Раздел 2. Информационное обеспечение организации аналитической работы</b>		<b>16</b>	
Тема 2.1. Информационное обеспечение организации аналитической работы	<b>Содержание:</b>	<b>16</b>	
	Система информационного обеспечения экономического анализа. Финансовый и управленческий учет как основа формирования отчетной аналитической информации Финансовая отчетность как источник информации о деятельности организации для внешних пользователей. Элементы финансовой отчетности и их содержание Система показателей, используемых в экономическом анализе	6	2
	<b>Практическая работа № 1-10:</b> Применение приема сравнения в решении производственных задач. Решение задач способом цепных подстановок, абсолютных и относительных разниц. Аналитическая обработка информации. Анализ показателей: количественные, качественные, абсолютные, относительные, факторные, результативные, используемых в экономическом анализе	10	3
<b>Раздел 3. Анализ товарооборота</b>		<b>14</b>	
Тема 3.1. Анализ товарооборота	<b>Содержание</b>	<b>14</b>	
	Значение, задачи и информационное обеспечение анализа розничного товарооборота. Методика анализа динамики и состава структуры ассортимента товарооборота. Особенности анализа оптового товарооборота. Факторный анализ товарооборота. Анализ состояния товарных запасов и их оборачиваемости, товарного обеспечения. Прогнозный анализ товарооборота.	6	2
	<b>Практическая работа № 11- 18:</b> Анализ динамики товарооборота, изменений структуры ассортимента. Анализ товарных запасов и их оборачиваемости	8	3
<b>Раздел 4. Анализ объема выпуска и реализации продукции.</b>		<b>10</b>	
Тема 4.1. Анализ объема выпуска и реализации продукции	<b>Содержание:</b>	<b>10</b>	
	Задачи, информационное обеспечение и методика анализа объема производства и реализации продукции. Анализ объема и структура выпуска продукции на величину прибыли: оценка динамики объема и реализации продукции, выполнения производственной программы по ассортименту, технического уровня качества продукции. Анализ и оценка влияния на объем продукции использования производственных ресурсов	4	2

	<b>Практическая работа № 19 - 24:</b> Анализ динамики объема выпуска и реализации продукции. Анализ выполнения производственной программы по ассортименту. Анализ ритмичности выпускаемой продукции	<b>6</b>	3
<b>Раздел 5. Анализ финансовых результатов деятельности</b>		<b>36</b>	
<b>Тема 5.1.</b> Анализ финансового состояния предприятия	<b>Содержание:</b> Задачи финансового анализа, его информационное обеспечение. Анализ имущественного состояния предприятия. Оценка платежеспособности, ликвидности баланса предприятия. Анализ показателей эффективности использования основного капитала.	<b>4</b>	
		4	2
<b>Тема 5.2.</b> Анализ трудовых ресурсов предприятия	<b>Содержание:</b> Значение, задачи и информационное обеспечение анализа трудовых ресурсов. Анализ обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами, профессионального и квалификационного уровня использования рабочего времени. Анализ производительности труда. Анализ использования фонда рабочего времени. Анализ фонда оплаты труда. Установление соотношения темпов роста производительности труда и средней заработной платы.	<b>6</b>	
		6	2
<b>Тема 5.3.</b> Анализ издержек обращения	<b>Содержание:</b> Значение, задачи и информационное обеспечение анализа издержек обращения. Изучение динамики издержек в целом по статьям в соответствии с динамикой товарооборота. Выявление суммы относительной экономии или перерасхода издержек. Оценка влияния факторов на сумму и уровень издержек.	<b>4</b>	
		4	2
<b>Тема 5.4.</b> Факторный анализ валового дохода и прибыли	<b>Содержание:</b>	<b>20</b>	
	Значение, задачи и информационное обеспечение анализа дохода и прибыли. Анализ валового дохода, расчет влияния факторов на валовой доход. Анализ прибыли от реализации. Факторный анализ прибыли. Выявление резервов увеличения прибыли и повышения эффективности ее использования	6	2
	<b>Практическая работа № 25 -40:</b>	<b>16</b>	3

	<p>Расчет и анализ коэффициентов ликвидности и финансовой устойчивости</p> <p>Анализ использования трудовых ресурсов</p> <p>Анализ оборачиваемости оборотных активов и коэффициентов рентабельности капитала</p> <p>Анализ динамики издержек обращения в целом и по статьям.</p> <p>Анализ оборачиваемости оборотных активов и коэффициентов рентабельности капитала.</p> <p>Анализ производительности труда и обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами</p> <p>Анализ динамики издержек обращения и оценка эффективности затрат</p> <p>Анализ валового дохода и прибыли</p>		
<p><b>Самостоятельная работа:</b></p> <p>Систематическая проработка конспектов занятий, учебной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий);</p> <p>Выполнение расчетов по предложенному заданию;</p> <p>Составление и заполнение таблиц;</p> <p>Составление глоссария;</p> <p>Составление и заполнение таблиц.</p> <p>Анализ, расчет показателей эффективности основного и оборотного капитала</p> <p>Оценка состояния дебиторской и кредиторской задолженности</p> <p>Анализ финансовых предпосылок несостоятельности (банкротства) предприятия</p> <p>Анализ динамики объема производства и реализации продукции, выполнения производственной программы по ассортименту</p> <p>Выявление суммы относительной экономии или перерасхода издержек</p> <p>Выявление резервов увеличения прибыли и повышения эффективности ее использования</p>		<b>41</b>	
<b>МДК 02.03.Маркетинг</b>		<b>80</b>	
<b>Раздел 1. Основные маркетинговые понятия</b>		22	
<p><b>Тема 1.1.</b></p> <p>Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга</p>	<b>Содержание:</b>	<b>10</b>	
	<p>Понятие маркетинга, его основные концепции, типы и виды</p> <p>Комплекс маркетинга предприятия</p> <p>Типы организационных структур службы маркетинга</p>	6	2
	<p><b>Практическая работа:</b></p> <p>Разработка комплекса маркетинга предприятия</p> <p>Построение организационных структур службы маркетинга</p>	4	
<b>Тема 1.2.</b>	<b>Содержание:</b>	<b>4</b>	

Маркетинговая среда	Маркетинговая среда предприятия	2	2
	<b>Практическая работа:</b> Анализ современной макросреды российских предприятий	2	
<b>Тема 1.3.</b> Целевой маркетинг	<b>Содержание:</b>	<b>8</b>	
	Понятие сегмента и признаки сегментации рынка Выбор целевого рынка и позиционирование товаров	4	3
	<b>Практическая работа:</b> Составление профиля сегмента Составление карты позиционирования товаров	4	3
<b>Раздел 2. Комплекс маркетинга предприятия</b>		<b>34</b>	
<b>Тема 2.1.</b> Товарная политика в маркетинге	<b>Содержание:</b>	<b>14</b>	3
	Товар в системе маркетинга. Новый товар. Жизненный цикл товара (ЖЦТ), его основные этапы, их характерные признаки. Товарный ассортимент. Брендинг	6	
	<b>Практическая работа:</b> Разработка идеи нового товара. Разработка стратегии маркетинга на разных этапах ЖЦТ. Построение матрицы БКГ	6	
<b>Тема 2.2.</b> Ценообразование, система распределения и товародвижения в маркетинге	<b>Содержание:</b>	<b>10</b>	
	Цели и методы ценообразования Стратегии ценообразования	4	2
	<b>Практическая работа:</b> Выбор методов и стратегий ценообразования Распределение товаров в маркетинге Выбор типа канала распределения	6	3
<b>Тема 2.3</b> Маркетинговые коммуникации.	<b>Содержание:</b>	<b>6</b>	
	Комплекс маркетинговых коммуникаций. Стратегии маркетинговых коммуникаций. Основные виды маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, прямые продажи	4	
	<b>Практическая работа:</b> Разработка коммуникационного процесса Продвижение товаров и маркетинговые коммуникации.	4	
<b>Тема 2.4.</b>	<b>Содержание:</b>	<b>4</b>	

Маркетинг услуг.	Основные виды услуг, отличие услуг от товаров. Классификация услуг, их сущность и маркетинговые стратегии	2	
	<b>Практическая работа:</b> Формирование комплекса услуг для РТП	2	
<b>Раздел 3. Маркетинговые исследования в системе маркетинга</b>		<b>20</b>	
<b>Тема 3.1.</b> Роль маркетинговых исследований в современной концепции маркетинга	<b>Содержание</b>	<b>4</b>	3
	Сущность и классификация маркетинговых исследований Назначение, подгруппы методов, их возможности, сфера применения, достоинства и недостатки. Организация маркетинговых исследований.	2	
	<b>Практическая работа:</b> Составление (заключение) договора на проведение МИ	2	
<b>Тема 3.2</b> Качественные виды опросов	<b>Содержание:</b>	<b>4</b>	2
	Фокус-группы: цели, характеристики, особенности подготовки. Глубинное интервью. Проективные методики, виды, особенности применения.	2	
	<b>Практическая работа:</b> Составление плана проведения глубинного интервью.	2	
<b>Тема 3.3</b> Эксперимент	<b>Содержание:</b>	<b>2</b>	
	Сущность, цели, виды и условия проведения эксперимента.	2	
<b>Тема 3.4</b> Направления маркетинговых исследований	<b>Содержание:</b>	<b>10</b>	
	Направления маркетинговых исследований. Методы изучения рынка ABC – анализ ассортимента торгового предприятия	4	
	<b>Практическая работа:</b> Исследование товарного ассортимента и цены предприятия. Исследование сбытовой политики предприятия Исследование коммуникативной политики предприятия	6	
<b>Раздел 4. Общая характеристика конкурентоспособности товаров и услуг</b>			
<b>Тема 4.1</b> Общая характеристика	<b>Содержание:</b>	<b>4</b>	
	Конкурентоспособность товаров и услуг	2	

конкурентоспособности товаров и услуг	<b>Практическая работа:</b> Оценка конкурентоспособности товаров и услуг	2	
<b>Самостоятельная работа:</b> Написание эссе: Роль маркетинга в коммерческой деятельности предприятия Анализ комплекса маркетинга предприятия Заполнение таблицы: Отличительные особенности маркетинга услуг и маркетинг потребительских товаров Заполнение таблицы: Особенности различных организационных структур служб маркетинга Решение ситуаций на выбор организационных структур службы маркетинга Решение кейса на анализ маркетинговой среды предприятия Подготовка сообщения: Современная политическая ситуация как фактор макросреды предприятия Проведение сегментирования рынка потребителей Решение задач по сегментированию рынка Решение кейса на определение целевого рынка Изучение опыта позиционирования товаров (на примере компании «Фольксваген») Изучение видов инноваций Оценка перспективности нового товара на рынке Построение ЖЦТ. Решение ситуационных задач на разработку стратегии маркетинга на разных этапах ЖЦТ. Формирование ассортимента нового ртп Решение задач (Показатели оценки эффективности ассортимента) Разработка фирменного стиля предприятия Написание эссе: Цена как важнейший фактор конкурентоспособности предприятия. Решение задач на определение стратегии ценообразования Решение задач на выбор методов ценообразования Заполнение таблицы: Типы торговых посредников Решение кейса по выбору стратегии распределения Составление таблицы: Отличительные особенности применения различных видов маркетинговых коммуникаций Анализ статьи о стратегиях маркетинговых коммуникаций Выбор средств коммуникации для предприятия Решение кейса о маркетинге услуг предприятия Определите факторы, влияющие на качество услуг Изучить Международный Кодекс ЭСОМАР Подготовка сообщения: Исследовательские организации Составление конспекта по теме: Бриф на проведение МИ Решение задач на определение размера выборки Заполнение таблицы: Преимущества и недостатки различных видов панельных исследований Подготовка аналитического отчета по итогам анализа вторичной и первичной информации о рынке электронной торговли		40	

<p>Решение задач репродуктивного типа</p> <p>Изучение способов отбора и мотивации участников фокус-группы</p> <p>Разработка сценария фокус-группы</p> <p>Анализ анкеты глубинного интервью</p> <p>Разработка анкеты для проведения глубинного интервью при разработке нового товара.</p> <p>Подготовка сообщения: Применение ассоциативных методик в маркетинге</p> <p>Изучение статьи: Опыт использования проективных методик в маркетинге (ошибки, проблемы)</p> <p>Подготовка сообщения: Тестирование рынка с использованием компьютерных технологий</p> <p>Анализ статьи: Опыт проведения эксперимента (статья)</p> <p>Написание эссе Определение области проведения и применения результатов маркетинговых исследований.</p> <p>Решение задач</p> <p>Определение спроса и емкости рынка различными методами</p> <p>Составление опросника в целях анализа продуктового портфеля организации</p> <p>Анализ статьи о конкурентоспособности товаров и услуг</p> <p>Решение задач по оценке конкурентоспособности товаров</p> <p>Решение кейса (Конкурентоспособность услуг предприятия)</p>		
<p><b>Учебная практика.</b></p> <p><b>Виды работ:</b></p> <p>Описание общей характеристики деятельности предприятия.</p> <p>Ознакомление и описание организационной структуры предприятия, краткая характеристика функций и взаимосвязей подразделений.</p> <p>Изучение организации учета и отчетности, хранения документации в торговом предприятии.</p> <p>Ознакомление с финансовыми документами и отчетами.</p> <p>Составление перечня финансовых документов торгового предприятия. Краткая характеристика документов, разрабатываемых в рамках финансового планирования: прогноз отчета о прибылях и убытках, движение денежных средств и прогнозный баланс.</p> <p>Изучение проведения инвентаризации на предприятии.</p> <p>Изучение Постановления от 6 мая 2008 г. № 359 «О порядке осуществления наличных денежных расчетов (или) расчетов с использованием платежных карт без применения контрольно-кассовой техники».</p> <p>Описание порядка осуществления денежных расчетов на предприятии, видов и форм расчетов, применяемых предприятием в процессе своей хозяйственной деятельности.</p> <p>Изучение порядка и организации безналичных форм расчетов предприятия, достоинств и недостатков применяемых форм расчетов.</p> <p>Расчет розничной цены для реализации в торговом предприятии.</p> <p>Обоснование применения системы налогообложения на предприятии.</p> <p>Определение доходов и расходов торгового предприятия.</p> <p>Определение налоговой базы и налоговой ставки.</p> <p>Составление перечня показателей финансово-хозяйственной деятельности торгового предприятия.</p>	<p><b>1 неделя</b></p>	

<p>Оценка эффективности использования основных фондов и оборотных средств.</p> <p>Анализ использования трудовых ресурсов организации.</p> <p>Анализ результатов финансового состояния предприятия: товарооборота, валового дохода.</p> <p>Анализ издержек обращения.</p> <p>Анализ деловой активности, рентабельности и эффективности работы предприятия.</p> <p>Изучение видов покупательского спроса в торговой организации.</p> <p>Определение учета неудовлетворенного спроса.</p> <p>. Организация службы маркетинга на предприятии: определение типа организационной структуры службы маркетинга, ее целей и задач.</p> <p>Определение товарной политики организации (структура ассортимента).</p> <p>Определение ценовой политики предприятия и используемых им стратегий.</p> <p>Определение сбытовой политики организации.</p> <p>Изучение методов продвижения товара на предприятии торговли.</p> <p>Методы стимулирования сбыта на предприятии торговли.</p> <p>Изучение используемых видов рекламы на предприятии.</p> <p>Выбор методов проведения маркетинговых исследований на предприятии.</p> <p>Определение типа информации и источников ее получения.</p> <p>Проведите анкетного опроса потребителей.</p> <p>Методы оценки конкурентоспособности товара.</p> <p>Рассмотрение конкурентоспособности товара на конкретном примере.</p> <p>Направления повышения конкурентоспособности продукции предприятия.</p> <p>Направления совершенствования маркетинговой деятельности предприятия.</p>		
<p><b>Производственная практика.</b></p> <p><b>Виды работ:</b></p> <p>Ознакомление с процедурой оформления, учета и хранения сопроводительных документов.</p> <p>Оформление финансовых документов на базе практики. (приходных, расходных документов к товарному отчету).</p> <p>Овладение навыками оформления документов по переоценке и уценке товаров.</p> <p>Участие в инвентаризации и оформление результатов инвентаризации</p> <p>Расчет розничной цены единицы продукции.</p> <p>Распознавание признаков платежеспособности билетов банка России и государственных казначейских билетов.</p> <p>Овладение навыками проверки подлинности банкнот.</p> <p>Составление перечня налогов, уплачиваемых организацией – базой практики. Ознакомление с документальным оформлением и сроками уплаты налогов.</p> <p>Расчет основных налогов уплачиваемых организацией.</p> <p>Составление перечня показателей финансово-хозяйственной деятельности (ФХД).Выявление и определение наиболее значимых экономических показателей работы организации.</p>	<p><b>1 неделя</b></p>	



<p>Проведение анализа изменений структуры ассортимента</p> <p>Анализ динамики товарооборота предприятия за 3 года;</p> <p>Анализ трудовых ресурсов организации;</p> <p>Оценка деловой активности</p> <p>Оценка рентабельности и эффективности работы предприятия.</p> <p>Описание рынка, на котором действует предприятие (число предприятий, реализующих аналогичную продукцию)</p> <p>Определение основных категорий потребителей продукции предприятия.</p> <p>Ознакомление с видами и методами изучения покупательского спроса на предприятии.</p> <p>Анализ факторов, влияющих на спрос.</p> <p>Составление анкеты для выявления спроса покупателей. Проведение опроса потребителей для выявления предпочтений разных товаров.</p> <p>Ознакомление со сбытовой политикой организации и каналами распределения.</p> <p>Ознакомление со стратегиями ценообразования на различные товары.</p> <p>Ознакомление с мероприятиями и применяемыми средствами по стимулированию потребителей и персонала.</p> <p>Реализация мероприятий по стимулированию потребителей</p> <p>Ознакомление с планом рекламных мероприятий на анализируемый период.</p> <p>Овладение навыками проведения консультаций покупателей для продвижения товаров и услуг организации.</p> <p>Участие в проведении рекламных акций и кампаний, дегустациях или демонстрациях товаров (при возможности их проведения)</p> <p>Оценка эффективности рекламных акций и кампаний.</p> <p>Анализ внешней среды предприятия (экономические, демографические, политико-правовые факторы влияния).</p> <p>Анализ внутренней среды организации (выявление структурных подразделений, осуществляющих маркетинговую деятельность и/или взаимодействующих с отделом маркетинга).</p> <p>Анализ социально-экономической среды организации (выявление сегментов потребителей по уровню доходов методом наблюдений и анализа суммы покупок).</p> <p>Анализ конкурентной среды организации (выявление организаций конкурентов).</p> <p>Проведение сравнительного анализа конкурентов (определение перечня конкурентных преимуществ организации и ее конкурентов (таблица).</p> <p>Оценка конкурентоспособности товаров СТМ.</p>		
<b>Квалификационный экзамен</b>		
<b>Всего</b>	<b>363</b>	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
3. продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решаемых проблемных задач).

## **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

#### **Оборудование каждого учебного кабинета:**

- посадочные места по количеству студентов;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-наглядных пособий по разделам дисциплины;

#### **Технические средства обучения:**

- компьютер и мультимедиапроектор.

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

#### **Основные источники:**

1. Бабич А.М., Павлова Л.Н. Финансы: Учебник. – М.: ИДФКБ-ПРЕСС, 2022.
2. Барышев А, Маркетинг: Учебник. М.: Академия, 2021.
3. Губина О.В., Губин В.Е. Анализ финансово-хозяйственной деятельности. Практикум: учебное пособие. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2022. – 192 с. –

#### **Дополнительные источники:**

4. Михалева Е.П. Маркетинг: Конспект лекций. – М. :Издательство Юрайт; Высшее образование, 2022. – 222с..
5. Муртузалиева Т.В. маркетинг-практикум: задачи, кейсы, тесты: учебное пособие/Т.В. Муртузалиева, Р.К.Цахаева. – М.: Издательство «Экзамен», 2021. – 287,[1]с. (Серия «Прктикум»)
6. Скворцов О.В. , Скворцова Н.О. Налоги и налогообложение: Учебное пособие. Практикум. – М.: ИЦ «Академия», 2020.
7. Финансы,деньги, кредит: учеб.пособие / Е.Г. Чернова / под. ред. Е.Г.Черновой. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2021– 208с.
8. Чечевицына Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник/Л.Н. Чечевицына. – Ростов н/Д : Феникс, 2021. – 378, [1] с. – (Среднее профессиональное образование).

9. Янин О.Е. Финансы, денежное обращение и кредит: Учебник. - М.: ИЦ «Академия», 2021.

#### **4.3. Общие требования к организации образовательного процесса**

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля «Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью» является освоение учебной практики для получения первичных профессиональных навыков в рамках профессионального модуля «Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих»

Изучению данного модуля предшествовали ОПД: «Экономика», «Экономика организации», «Статистика», «Менеджмент», «Правовое обеспечение профессиональной деятельности», «Логистика», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Безопасность жизнедеятельности»

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

Педагогический состав: дипломированные специалисты-преподаватели междисциплинарных курсов, а также общепрофессиональных дисциплин: Обязательная стажировка преподавателей в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 год.

## 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

**Контроль и оценка результатов освоения** профессионального модуля осуществляется преподавателем в процессе проведения занятий и контрольных работ, тестирования, а также выполнения студентами индивидуальных заданий.

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
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 .	.Выполняет контроль результатов финансово-хозяйственной деятельности по этапам работы. Проводит учет товаров. Составляет корреспонденцию счетов. Составляет акт приема-передачи товаров. Определяет норму естественной убыли.	Выполнение практических заданий
ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем .	1.Оформляет товарно-сопроводительные документы с использованием автоматизированных систем обучения. 2. Составляет акт приема-передачи товаров.	Выполнение практических заданий

ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Выбирает методы анализа на практике.</li> <li>2. Применяет методы анализа для расчета экономических показателей.</li> <li>3. Анализирует получившийся результат.</li> </ol>	Выполнение практических заданий
ПК 2.4.Определять основные экономические показатели работы организации. Цены, заработную плату.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Рассчитывает основные экономические показатели работы организации;</li> <li>2.Определяет цену товара и тары.</li> <li>3.Рассчитывает заработную плату</li> </ol>	Выполнение практических заданий
ПК 2.5.Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Выявляет потребности спроса на товар;</li> <li>2. Подбирает к сформировавшимся видам спроса на товары соответствующие методы маркетинга;</li> <li>3.Формирует и удовлетворяет потребности спроса на товар.</li> </ol>	Выполнение практических заданий
ПК 2.6.Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Разработка маркетинговых целей для коммуникационной политики предприятия;</li> <li>2. Определение эффективности применения маркетинговых коммуникаций;</li> <li>3.Участвует в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций.-</li> </ol>	Выполнение практических заданий
ПК 2.7.Участвует в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Выполняет маркетинговые исследования рынка по этапам проведения;</li> <li>2.Разрабатывает альтернативные маркетинговые решения;</li> <li>3.Реализует маркетинговые решения.</li> </ol>	Выполнение практических заданий
ПК 2.8.Реализовывать сбытовую политику	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Обеспечивает распределение через каналы сбыта и продвижение товаров</li> </ol>	Выполнение практических

организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.	на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций; 2.Оценивает конкурентоспособность товаров.	заданий
ПК 2.9. Применять методы приема анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и расчеты.	1.Использовать данные по результатам финансово-хозяйственной деятельности для определения финансовых результатов. 2.Осуществляет расчеты с бюджетом и внебюджетными фондами.	Выполнение практических заданий

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

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели результатов подготовки</b>	<b>Формы и методы контроля</b>
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 практик
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	- обоснование выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области разработки технологических процессов;  - демонстрация эффективности и качества выполнения профессиональных задач.	Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения; -демонстрация умений и навыков по обслуживанию потребителей и оказанию им информационных услуг о потребительских свойствах продовольственных товаров на базе торговой организации.	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	- проявление ответственности за работу подчиненных, результат выполнения заданий; --демонстрация умений и навыков работы менеджера по продажам; -готовность к профессиональной деятельности в торговой организации по установлению номенклатуры потребительских свойств и показателей качества продовольственных товаров; -готовность к самообразованию и повышению деловой квалификации.	Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 10. Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь	- демонстрация правильно-аргументированного изложения материала устно и письменно	Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике
ОК 12 Соблюдать действующее законодательство и	Демонстрация соблюдения действующего законодательства и обязательных требований	Экспертное наблюдение и оценка на практических и

обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий	нормативных документов, а также требований стандартов, технических условий	лабораторных занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике
--	--	---