

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 18.07.2024 13:11:00

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Факультет среднего профессионального и предпрофессионального образования
Кафедра факультета среднего профессионального и предпрофессионального образования

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом Университета
(протокол № 10 от 30 мая 2024 г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Наименование дисциплины ПМ.02.ЭК Экзамен по модулю

Специальность 38.02.08 Торговое дело

Направленность Коммерция и осуществление интернет-маркетинга

Квалификация (степень) выпускника: специалист торгового дела

Оглавление

- 1. Общие положения**
- 2. Экзаменационная комиссия**
- 3. Формы и порядок проведения экзамена по модулю**
- 4. Порядок проведения экзамена по модулю для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья**
- 5. Содержание экзамена по модулю**
- 6. Условия реализации программы экзамена по модулю**
- 7. Фонд оценочных средств для проведения экзамена по модулю**

1. Общие положения

Программа экзамена по модулю ПМ.02 «Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли» (далее – программа) является частью профессионального модуля образовательной программы среднего профессионального образования (далее – ОП СПО) по специальности 38.02.08 «Торговое дело» квалификации «Специалист торгового дела».

Программа разработана в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», «Положением о промежуточной аттестации по профессиональным модулям основных профессиональных образовательных программ среднего профессионального образования в ФГАОУ ВО «СГЭУ», утвержденного приказом врио ректора от 28.10.2022 № 637-ОВ.

Программа устанавливает правила организации и проведения экзамена по модулю обучающихся, завершающих освоение профессионального модуля и определяет готовность обучающегося к выполнению вида деятельности «Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли» посредством оценивания их общих и профессиональных компетенций, определенных во ФГОС СПО и сформированных в ходе освоения междисциплинарных курсов, учебной и производственной практики в составе профессионального модуля.

Студентам и лицам, привлекаемым к сдаче экзамена по модулю, во время его проведения запрещается иметь при себе и использовать средства связи.

Программа экзамена по модулю, а также критерии оценки знаний, утвержденные Университетом, доводятся до сведения студентов, не позднее, чем за месяц до проведения экзамена по модулю.

2. Экзаменационная комиссия

В целях определения соответствия результатов освоения студентами профессионального модуля требованиям ФГОС СПО экзамен по модулю проводится экзаменационной комиссией.

По каждому профессиональному модулю ОП СПО формируется специальная экзаменационная комиссия. В отдельных случаях может быть создана единая экзаменационная комиссия для группы родственных профессиональных модулей.

В состав экзаменационной комиссии включаются: председатель комиссии – представитель работодателя; преподаватели профессионального цикла; преподаватели профессионального цикла, не участвовавшие в обучении по данному профессиональному модулю, секретарь комиссии - из числа работников университета (без права голоса в процедурах принятия решений), представитель организации, на базе которой проходит экзамен по модулю, если он проводится вне образовательного учреждения (по согласованию).

Секретарь экзаменационной комиссии ведет делопроизводство и осуществляет организационные функции.

3. Формы и порядок проведения экзамена по модулю

Экзамен по модулю в зависимости от профиля и содержания профессионального модуля, других условий организации образовательного процесса может проводиться:

на предприятиях (в организациях) – заказчиках кадров, в том числе по месту прохождения кандидатами производственной практики по профилю специальности,

в образовательном учреждении, где кандидаты осваивали профессиональный модуль.

В помещении, где проводится экзамен по модулю, должна быть подготовлена необходимая учебно-методическая и нормативно-регламентирующая документация, в том числе:

утвержденная в установленном порядке, рабочая программа профессионального модуля, по которому реализуются оценочные процедуры, утвержденные комплекты оценочных средств по профессиональному модулю, в том числе инструкции по выполнению практических заданий (для каждого кандидата, участвующего в аттестации),

инструкции по технике безопасности при работе с оборудованием и компьютерной техникой во время экзамена по модулю (при необходимости),

дополнительные информационные и справочные материалы, регламентированные условиями оценивания (наглядные пособия, нормативные документы и образцы, базы данных и т.д.),

другие необходимые нормативные и организационно-методические документы.

К экзамену по модулю допускаются обучающиеся, успешно освоившие все элементы программы ПМ: теоретическую часть модуля (МДК) и практики.

Экзамен по модулю может включать в себя один или несколько видов аттестационных испытаний, направленных на оценку готовности обучающихся, завершивших освоение профессионального модуля, к реализации основного вида деятельности:

Выполнение комплексного практического задания — для оценки готовности к выполнению основного вида деятельности. Технология оценивания: сопоставление продемонстрированных параметров деятельности и/или характеристик продукта деятельности с заданными эталонами и стандартами по критериям.

Выполнение серии практических заданий - для оценки готовности к выполнению отдельных трудовых функций (профессиональных компетенций). Технология оценивания: сопоставление параметров продемонстрированной деятельности и/или характеристик продукта деятельности с заданными эталонами и стандартами по критериям.

Защита портфолио (выступает как дополнительный метод оценивания). Технология оценивания: сопоставление установленных квалификационных требований с набором документированных свидетельских показаний, содержащихся в портфолио.

Различные (обусловленные спецификой вида деятельности и условий обучения) сочетания указанных выше методов оценивания.

При организации экзамена по модулю могут использоваться элементы накопительной системы оценивания квалификации кандидатов. Отдельные профессиональные компетенции в составе вида деятельности, трудоемкость выполнения которых существенно превышает ограниченное время экзамена по модулю, могут быть оценены во время зачета по учебной и/или производственной практике, при условии присутствия представителя работодателя и надлежащего документального оформления полученных результатов. В этом случае на экзамен по модулю представляются соответствующие зачетные ведомости с подписями работодателей. Решением экзаменационной комиссии в ходе экзамена по модулю производится перезачет данных профессиональных компетенций, что удостоверяется подписями членов комиссии в протоколах экзамена по модулю.

В день проведения экзамена по модулю другие формы учебной нагрузки не предусматриваются.

В соответствии с требованиями статьи 9 Федерального закона «О персональных данных» от 27.07.2006 № 152-ФЗ, кандидат должен подтвердить согласие на обработку своих персональных данных.

Перед началом экзамена по модулю член экзаменационной комиссии знакомит кандидатов с инструкциями, содержанием аттестационных испытаний и правилами их выполнения. Время инструктажа не входит в продолжительность экзамена по модулю, установленную комплектами оценочных средств.

Председатель экзаменационной комиссии перед началом экзамена по модулю проводит инструктаж с экзаменаторами по содержанию и технологии оценивания компетентностных образовательных результатов, консультирует их по возникающим организационным и методическим вопросам и выдает рабочие комплекты оценочных средств (комплекты экзаменатора) для осуществления оценочных процедур.

В помещении, где проводится квалификационный экзамен, могут присутствовать: кандидаты, внесенные в протокол экзамена по модулю, члены экзаменационной комиссии, наблюдатели, специалисты, осуществляющие техническое обслуживание оборудования, в том числе компьютерной техники (при необходимости).

Время выполнения кандидатами практического задания не должно превышать времени, отведенного на его выполнение в соответствующих комплектах оценочных средств. По завершению установленного срока результаты выполнения заданий (продукты деятельности кандидата) сдаются экзаменаторам.

Решение о результатах экзамена по модулю принимается экзаменационной комиссией в отсутствие кандидатов открытым голосованием простым большинством голосов присутствующих членов комиссии на основании подсчета результатов по инструкциям и/или по критериям оценки, зафиксированных в комплектах оценочных средств. При равенстве голосов принимается то решение, за которое проголосовал председатель экзаменационной комиссии.

Особое мнение члена экзаменационной комиссии представляется в письменном виде и приобщается к протоколу экзамена по модулю.

По результатам экзамена по модулю в отношении каждого кандидата экзаменационной комиссией выносятся одно из следующих решений:

- а) вид деятельности (отдельные профессиональные компетенции) кандидатом освоен(ы),
- б) вид деятельности (отдельные профессиональные компетенции) кандидатом не освоен(ы).

Решение экзаменационной комиссии фиксируется в экзаменационном листе кандидата, протоколе экзамена по модулю, зачетной книжке кандидата (кроме неудовлетворительной оценки).

Протокол экзамена по модулю и экзаменационный лист кандидата подписывают председатель, секретарь комиссии и экзаменаторы, присутствовавшие на экзамене.

Запись в зачетной книжке «профессиональный модуль *Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли* - освоен» удостоверяется подписью председателя экзаменационной комиссии.

В случае неявки кандидата на экзамен секретарем экзаменационной комиссии в протоколе экзамена по модулю производится запись «не явился».

Повторная сдача (пересдача) экзамена по модулю проводится на специальном (дополнительном) заседании экзаменационной комиссии.

Оформленные в установленном порядке протокол экзамена по модулю, комплекты оценочных средств и экзаменационные листы кандидатов хранятся в архиве университета в течение пяти лет.

На основании протокола экзамена по модулю издается приказ ректора университета об утверждении итогов промежуточной аттестации по профессиональному модулю ОП СПО.

4. Порядок проведения экзамена по модулю для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья экзамен по модулю проводится Университетом с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких выпускников (далее - индивидуальные особенности).

При проведении экзамена по модулю обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

проведение экзамена по модулю для лиц с ограниченными возможностями здоровья в одной аудитории совместно с выпускниками, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает трудностей для обучающихся при сдаче экзамена по модулю;

присутствие в аудитории ассистента, оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с членами экзаменационной комиссии);

пользование необходимыми выпускникам техническими средствами при сдаче экзамена по модулю с учетом их индивидуальных особенностей;

обеспечение возможности беспрепятственного доступа обучающихся в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов, при отсутствии лифтов аудитория должна располагаться на первом этаже, наличие специальных кресел и других приспособлений).

Дополнительно при проведении экзамена по модулю обеспечивается соблюдение следующих требований в зависимости от категорий, обучающихся с ограниченными возможностями здоровья:

а) для слепых:

задания для выполнения, а также инструкция о порядке проведения экзамена по модулю оформляются рельефно-точечным шрифтом Брайля или в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, или зачитываются ассистентом;

письменные задания выполняются на бумаге рельефно-точечным шрифтом Брайля или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых, или надиктовываются ассистенту;

обучающимся для выполнения задания при необходимости предоставляется комплект письменных принадлежностей и бумага для письма рельефно-точечным шрифтом Брайля, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых;

б) для слабовидящих:

обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

обучающимся для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

задания для выполнения, а также инструкция о порядке проведения экзамена по модулю оформляются увеличенным шрифтом;

в) для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи:

обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

по их желанию экзамен по модулю может проводиться в письменной форме;

д) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (с тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

по их желанию экзамен по модулю может проводиться в устной форме.

Обучающиеся или родители (законные представители) несовершеннолетних не позднее чем за месяц до даты проведения экзамена по модулю подают письменное заявление о необходимости создания для них специальных условий при проведении экзамена по модулю.

5. Содержание экзамена по модулю

Экзамен по модулю ПМ.02 «Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли» проводится в устной форме и состоит из выполнения практических заданий.

Задания для экзамена по модулю следующего вида:

- задания для оценки уровня освоения вида деятельности в целом;
- задания для оценки уровня освоения группы компетенций, соответствующих определенному разделу модуля;
- задания для оценки уровня освоения отдельных компетенций внутри профессионального модуля.

Содержание заданий максимально приближено к ситуации профессиональной деятельности.

Содержание экзаменационного задания:

1. Задачная формулировка.
2. Источник информации (информационный ресурс) для деятельности обучающегося.
3. Бланк для выполнения задания.
4. Перечень необходимого оборудования, инструмента, расходных материалов в расчете на одного обучающегося.
5. Время выполнения на одного обучающегося.
6. Инструмент проверки: эталон выполнения работы (перечень действий в верной последовательности и наблюдаемых характеристик), критерии оценки, шкалы оценки, указания для подсчета баллов или прекращения процедуры оценивания, условия положительного/отрицательного заключения.

6. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ЭКЗАМЕНА ПО МОДУЛЮ

6.1. Для реализации программы предусмотрены следующие специальные помещения:

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенные набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями в соответствии с ОП по специальности 38.02.08 «Торговое дело».

6.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд Университета имеет электронные образовательные и информационные ресурсы, для использования в образовательном процессе.

6.2.1. Электронные издания

1. Чеберко, Е. Ф. Предпринимательская деятельность : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Ф. Чеберко. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 241 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18811-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/551722>
2. Сергеев, А. А. Бизнес-планирование : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. А. Сергеев. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 442 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16063-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541991>
3. Ямпольская, Д. О. Цены и ценообразование : учебник для среднего профессионального образования / Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 193 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11933-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541905>
4. Купцова, Е. В. Бизнес-планирование : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. В. Купцова ; под общей редакцией А. А. Степанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 435 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11053-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542524>

6.2.2. Электронные ресурсы

1. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU <https://elibrary.ru/>
2. Электронная библиотечная система Юрайт Издательство Юрайт <https://biblionline.ru/>
3. Платформа «Библиокомплектатор» <http://www.bibliocomplectator.ru/>
4. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».- Режим доступа <http://www.consultant.ru>

6.2.3. Дополнительные источники

1. Морозов, Г. Б. Предпринимательская деятельность : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. Б. Морозов. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 457 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-

534-13977-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539647>

2. Тюрин, Д. В. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / Д. В. Тюрин. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 342 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4561-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/507803>

3. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05957-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536809>

4. Цены и ценообразование : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под редакцией Т. Г. Касьяненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 420 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16892-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537165>

5. Сергеев, А. А. Бизнес-планирование: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. А. Сергеев. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 442 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16063-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541991>

6.3. Обязательное программное обеспечение

1. Astra Linux Special Edition «Смоленск», «Орел»; РедОС
2. МойОфис Стандартный 2, МойОфис Образование, Р7-Офис Профессиональный

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ЭКЗАМЕНА ПО МОДУЛЮ

7.1. Паспорт оценочных средств

Контроль и оценка результатов экзамена по модулю профессионального модуля ПМ.02 «Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли» определяются решением экзаменационной комиссии «Основной вид деятельности освоен / не освоен».

Экзамен по модулю - заключительный этап проверки сформированности профессиональных компетенций.

Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ПК 2.1	Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.
ПК 2.2	Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации.
ПК 2.3	Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий.
ПК 2.4	Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках.
ПК 2.5	Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов.
ПК 2.6	Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов.
ПК 2.7	Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности.
ПК 2.8	Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы.

В результате сдачи экзамена по модулю студент должен:

Иметь практический опыт	<ul style="list-style-type: none"> – выявления проблем и формулирования целей исследования; – планирования проведения маркетингового исследования; – определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования; – подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования; – поиска первичной и вторичной маркетинговой информации; – подготовки процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к
-------------------------	--

	<p>проведению маркетингового исследования;</p> <ul style="list-style-type: none"> – проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга; – разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации; – применения программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации; – применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации; – проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий; – установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках; – применения норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; – использования информации специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана; – разработки бизнес-плана и финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов; – расчёта показателей эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов; – определения мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности; – сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы.
<p>уметь</p>	<ul style="list-style-type: none"> – применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; – определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования; – составлять комплексный план проведения маркетингового исследования; – анализировать текущую рыночную конъюнктуру; – составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования; – проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; – обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций; – использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков; – обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных;

	<ul style="list-style-type: none"> – анализировать текущую рыночную конъюнктуру; – применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; – развивать идеи до бизнес-предложений; – оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке; – оценивать риски, связанные с бизнесом; – анализировать бизнес-концепции; – предлагать идеи для дальнейшего развития; – применять методы принятия оптимальных решений; – находить аргументы в пользу идей; – принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели; – обосновывать и оценивать цели и ценности; – представлять идеи, дизайн, видения и решения; – применять при разработке бизнес-плана специализированные программные продукты; – использовать для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии; – создавать деловые электронные презентации – собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации; – использовать методы экономического анализа; – анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов; – оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами; – разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда; – оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации; – предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации; – собирать информацию о бизнес-проблемах; – анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков.
<p>знать</p>	<ul style="list-style-type: none"> – составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; – методы изучения рынка, анализа окружающей среды; – этапы маркетинговых исследований, их результат; – методы проведения маркетингового исследования; – психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях;

	<ul style="list-style-type: none"> – средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики; – порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен; – виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности; – методы оценки конкурентной среды; – нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; – роль и значение бизнес-плана; – основные функции бизнес-плана; – классификацию основных типов бизнес-планов; – методологию и процессы развития бизнес-идеи; – порядок разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью; – принципы и методы управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий; – методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений; – методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов; – методы, способы и приемы для решения задач по анализу; – типы факторных моделей; – схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа; – методику анализа эффективности использования производственных ресурсов – методические материалы по планированию, учету и анализу деятельности организации; – спектр специализированных программных продуктов; – интерфейс автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации; – инновационные средства и устройства информатизации, программное обеспечение в предпринимательской деятельности и порядок их применения; – риски: понятия и видов; – методы оценки риска, связанных с бизнесом; – меры снижения риска, связанных с бизнесом; – методы оценки выполнимости бизнес-идеи; – основные способы анализа и оценки рисков; – состав моделей оценки риска; – способы оценки риска ликвидности.
--	---

7.2. Результаты сформированности компетенций

Обучающийся, прошедший экзамен по модулю и освоивший профессиональный модуль, должен обладать следующими профессиональными компетенциями (далее - ПК), соответствующими основному виду деятельности, предусмотренным ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело:

Основные виды деятельности	Код и наименование компетенции	Показатели освоения компетенции
<p><i>Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли</i></p>	<p><i>ПК 2.1. Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.</i></p>	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выявления проблем и формулирования целей исследования; – планирования проведения маркетингового исследования; – определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования; – подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования; – поиска первичной и вторичной маркетинговой информации; – подготовки процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования; – проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга;
		<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; методы изучения рынка, анализа окружающей среды; – этапы маркетинговых исследований, их результат; методы проведения маркетингового исследования;
		<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; – определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования; – составлять комплексный план проведения маркетингового исследования; – анализировать текущую рыночную

		<p>конъюнктуру;</p> <ul style="list-style-type: none"> – составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования; – проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; –
	<p><i>ПК 2.2. Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации.</i></p>	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации; – применения программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации; – применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации; <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций; – использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков; <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях; – средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики; –
	<p><i>ПК 2.3. Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий.</i></p>	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий; <p>Умения:</p> <p>обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных;</p> <p>Знания:</p> <p>порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;</p>
	<p><i>ПК 2.4. Устанавливать конкурентные</i></p>	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках;

	<p><i>преимущества товара на внутреннем и внешних рынках.</i></p>	<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать текущую рыночную конъюнктуру; <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности; – методы оценки конкурентной среды;
	<p><i>ПК 2.5. Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов.</i></p>	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применения норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; – использования информации специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана; – разработки бизнес-плана и финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов; <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; – развивать идеи до бизнес-предложений; – оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке; – анализировать бизнес-концепции; – предлагать идеи для дальнейшего развития; – применять методы принятия оптимальных решений; – находить аргументы в пользу идей; – принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели; – обосновывать и оценивать цели и ценности; – представлять идеи, дизайн, видения и решения; – применять при разработке бизнес-плана специализированные программные продукты; – использовать для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии; – создавать деловые электронные презентации; <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;

		<ul style="list-style-type: none"> – роль и значение бизнес-плана; – основные функции бизнес-плана; – классификацию основных типов бизнес-планов; – методологию и процессы развития бизнес-идеи; – порядок разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью; – принципы и методы управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий.
	<p><i>ПК 2.6. Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов.</i></p>	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – расчёта показателей эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов;
		<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации; – использовать методы экономического анализа; – анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов; – оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами;
		<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений; – методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов; – методы, способы и приемы для решения задач по анализу; – типы факторных моделей; <p>схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа.</p>
	<p><i>ПК 2.7. Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности</i></p>	<p>Практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> определения мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности
		<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – разрабатывать меры по обеспечению режима

<p><i>ской деятельности.</i></p>	<p>экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда;</p> <ul style="list-style-type: none"> – оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации; <p>предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации;</p>
<p><i>ПК 2.8. Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы.</i></p>	<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методику анализа эффективности использования производственных ресурсов – методические материалы по планированию, учету и анализу деятельности организации. <p>Практический опыт: сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы.</p> <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – собирать информацию о бизнес-проблемах; – оценивать риски, связанные с бизнесом <p>анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков.</p> <p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – спектр специализированных программных продуктов; – интерфейс автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации; – инновационные средства и устройства информатизации, программное обеспечение в предпринимательской деятельности и порядок их применения; – риски: понятия и видов; – методы оценки риска, связанных с бизнесом; – меры снижения риска, связанных с бизнесом; – методы оценки выполнимости бизнес-идеи; – основные способы анализа и оценки рисков; – состав моделей оценки риска; <p>способы оценки риска ликвидности.</p>

7.3. Материалы для заданий экзамена по модулю Контролируемые компетенции: ПК 2.1– ПК 2.8.

Перечень вопросов, входящих в экзамен по модулю:

1. Цели, задачи и функции маркетинговых исследований.

2. Предмет, объект и основные направления маркетинговых исследований. Понятие и роль маркетинговых исследований в системе маркетинга.
3. Основные этапы становления и развития маркетинговых исследований.
4. Специализированные программные продукты, применяемые в маркетинге.
5. Основные понятия, цели и задачи проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга. Принципы маркетинговых исследований.
6. Основные понятия и принципы маркетинговой информационной системы.
7. Структура и основные этапы проведения маркетингового исследования.
8. Поисковые, описательные и пояснительные исследования.
9. Качественные и количественные маркетинговые исследования. Постоянные и разовые исследования
10. Методы маркетинговых исследований определения рисков бизнеса, оценки внешней среды компании: PEST-анализ. SWOT – анализ – метод маркетингового исследования внешней и внутренней среды компании.
11. Методы оценки конкурентной среды и конкурентоспособности товара.
12. Методы кабинетных маркетинговых исследований: традиционный (классический) анализ; контент-анализ документов; информативно-целевой анализ
13. Наблюдение как важнейший метод сбора маркетинговой информации.
14. Методы сбора первичной информации (анкетирование, экспертные оценки, телефонное интервью, групповое интервью (фокус-групп).
15. Панельные исследования. Экспериментальные (опытные) исследования.
16. Проективные методы исследований. Проведение исследований методом Eye tracking (Ай Трекинг).
17. Основные понятия, используемых при проведении выборочных исследований. Виды выборки
18. Основные этапы проектирования и определения объема выборки.
19. Методы обработки данных маркетинговых исследований.
20. Программные продукты, используемые при обработке данных результатов маркетинговых исследований.
21. Содержание и структура отчета маркетинговых исследований.
22. Оформление и методы презентации отчета с помощью цифровых технологий.
23. Понятие цены. Виды и функции цен.
24. Конкурентные и монопольные цены.
25. Особенности формирования цен на факторы производства.
26. Состав и структура цены.
27. Формы и методы государственного регулирования.
28. Товарная и ценовая политика предприятия.
29. Механизм установления цены. Затратные методы ценообразования.
30. Определение цены с ориентацией на спрос. Определение цены с ориентацией на конкуренцию.
31. Особенности ценообразования на новые товары и научно-техническую продукцию.
32. Тип товара и эластичность спроса. Ценность товара и прочие факторы, влияющие на ценообразование
33. Экономическое содержание торговой услуги. Особенности ценообразования в сфере услуг.
34. Классификация торговых услуг. Цены на отдельные виды услуг.
35. Понятие, структура и регулирование торговой надбавки (структура торговых надбавок, издержки обращения).

36. Затратное ценообразование.
37. Методы ценообразования с ориентацией на покупателя.
38. Ценообразование с учетом конкуренции.
39. Понятие политики цен. Принципы и методы формирования ценовой политики на предприятиях торговли.
40. Психологические аспекты ценообразования и основы принятия ценовых решений.
41. Основные ценовые стратегии предприятий торговли.
42. Понятие и цели ценового стимулирования продаж.
43. Методы стимулирования продаж.
44. Внешнеторговые операции и ценообразование. Экспортно-импортные цены.
45. Таможенные пошлины и тарифы. Порядок исчисления таможенных пошлин.
46. Налоги в составе цены. Акцизы.
47. Налог на добавленную стоимость.
48. Налоговый контроль за ценообразованием.
49. Предпринимательская идея и ее выбор
50. Методы выработки предпринимательских идей.
51. Основные стадии жизненного цикла товара.
52. Технология управления бизнесом. Принципы управления.
53. Система управления: субъект, объект, прямые и обратные связи.
54. Понятие предпринимательской единицы. Понятие организационной структуры управления предпринимательской единицей.
55. Факторы, определяющие выбор типа организационных структур управления.
56. Информационные и технические средства управления бизнесом.
57. Показатели оценки эффективности управления бизнесом.
58. Бизнес-планирование как элемент экономической политики организации.
59. Классификация основных типов бизнес-планов.
60. Основные цели составления внутренних бизнес-планов. Инвестиционный план как разновидность бизнес-плана.
61. Основные цели составления инвестиционных бизнес-планов. Основные функции бизнес-плана.
62. Основные правила и схема построения процесса разработки бизнес-плана. Технология разработки и структура бизнес-плана.
63. Источники финансирования и анализ инвестиций в структуре бизнес-плана. Основные источники финансирования предпринимательской единицы: банковские и коммерческие кредиты, лизинг, франчайзинг.
64. Венчурное финансирование. Бизнес-ангелы.
65. Система налогов и сборов Российской Федерации. Виды систем налогообложения в России.
66. Налоговое планирование как источник финансирования предпринимательской единицы.
67. Виды предпринимательских рисков.
68. Экспертный анализ рисков.
69. Методика оценки предпринимательских рисков. Модель Остервальдера и Пинье.
70. Страхование рисков и иные способы минимизации рисков.
71. Краткая характеристика проекта. Описание бизнес-идеи.
72. Матрица Ансоффа и стратегии роста бизнеса.
73. Факторы инвестиционной привлекательности бизнес-проекта.
74. План маркетинга.
75. Применение метода 5W Шеррингтона для сегментации рынка.
76. Сегменты рынка B2B, B2C, B2G, C2C, их характеристика и отличия.

77. Резюме бизнес-плана.
78. Основные этапы составления финансового плана компании.
79. Методика расчета финансовых показателей.
80. Основные показатели оценки экономической эффективности инвестиционного проекта.
81. Методы оценки инвестиционных проектов.
82. Выбор ставки дисконтирования. Обоснование выбора ставки дисконтирования.
83. Основные показатели оценки социальной эффективности инвестиционного проекта

Перечень практических задач, входящих в экзамен по модулю:

Задание 1

Составьте план маркетингового исследования спроса на товар (товар назначается преподавателем из следующего перечня: ламинат, паркетная доска, линолеум, пластиковые окна, квартиры в кирпичных домах, квартиры в панельных домах, квартиры в монолитных домах, деревянные коттеджи, кирпичные коттеджи, гаражи, подвесные потолки, обои под покраску, виниловые обои, флизелиновые обои). План должен содержать:

- определение цели и постановку задачи (оценка спроса, прогноз спроса);
- выбор метода сбора информации;
- выбор метода моделирования и прогнозирования.

Задание 2

Из нижеперечисленных характеристик выберите, какие относятся к исследованию рынка, а какие – к исследованию товара:

- параметрические характеристики товара;
- свойства товара;
- качество товара;
- диапазон применения товара;
- цена товара и условия ее применения;
- реакция на введение нового товара;
- упаковка и этикетка.

Задание 3

Из перечисленных факторов выберите факторы, которые относятся к макросреде и микросреде:

усиление социальной ответственности; конкуренты; агентство по оказанию маркетинговых услуг; страховые компании; общественные движения; контактные аудитории средств массовой информации; численность населения; изменение возрастной структуры; потребители; экономическая среда; загрязнение окружающей среды; дефицит сырья; отдел исследования и разработок предприятия; поставщики; ускорение научно-технического прогресса; финансовый отдел предприятия; отношение людей к мирозданию.

Задание 4

Вставьте перечисленные товары широкого потребления (автомобиль, энциклопедия, зубная паста, журналы, подержанные автомобили, зонты во время ливня, костюмы, хлеб, кипятильник, изумрудное кольцо, стиральная машина, молоко, шоколадные батончики, кухонная плита, духи «Шанель №5», автомобиль «BMW», диван, сигареты, домашняя охранная система, страхование жизни, лопаты во время снежных заносов, костюмы от Вячеслава Зайцева, донорская сдача крови) в таблицу, классифицируя их по категориям.

Категории потребительских товаров	Примеры
1. Товары повседневного спроса:	
- основные товары постоянного спроса	
- товары импульсной покупки	
- товары для экстренных случаев	
2. Товары предварительного выбора	
3. Товары особого спроса	
4. Товары пассивного спроса	

Задание 5

Какой этап жизненного цикла переживают в настоящее время перечисленные товары, услуги (с привязкой к месту вашего проживания)? Ответы оформить в виде таблицы.

Товары: гаражи, линолеум, ковролин, паркет, ламинат, деревянные дома, монолитные дома, панельные дома, чугунные ванны, стальные ванны, квас, прохладительный напиток «Фанта», минеральная вода, дискеты, карты флеш-памяти.

Этапы жизненного цикла			
Выведение на рынок	Рост	Зрелость	Спад
Примеры товаров, переживающих обозначенную стадию жизненного цикла			

Задание 6

Сравните основные характеристики фаз жизненного цикла продукта. Заполните таблицу, используя следующие слова:

- 1) падающий, быстрорастущий, слабый, медленно растущий;
- 2) максимальная падающая, низкая (нулевая), ничтожная;
- 3) небольшое, большее, постоянно растущее, убывающее;
- 4) возрастающая, высокая, самая низкая, несколько ниже;
- 5) несколько ниже, сокращающиеся, высокие, низкие.

характеристика	ФАЗЫ			
	внедрения	рост	зрелость	упадок
1. Сбыт				
2. Прибыль				
3. Число конкурентов				
4. Цена				
5. Затраты на маркетинг				

Задание 7

На территорию РФ ввозится бывший в употреблении автомобиль не для коммерческого использования. Определить розничную цену импортного товара. Исходные данные: объем двигателя – 1500 см³; таможенная стоимость (Тс) – 5000 дол. США; таможенная пошлина (П) – 0,5 ЭКЮ/см³; таможенный сбор (С) – 0,05% от таможенной стоимости. Ставка акциза (На) – 5%, ставка НДС (Нн) – 20%, торговая наценка (Нт) – 20%. Курс доллара = 87 руб. за доллар. 1 ЭКЮ = 1,2 дол.

Задание 8

Определить розничную цену импортного товара при двух вариантах товародвижения. 1. Предприятие (нерезидент) – розничное торговое предприятие (резидент). 2. Предприятие (нерезидент) – сбытовая организация (резидент) – торговое розничное предприятие (резидент). Исходные данные: отпускная цена импортного товара на условиях доставки покупателю товара (DPU) составляет 25000 у.е. Таможенная пошлина – 20%, таможенный сбор – 0,1%, НДС – 20%, снабженческая надбавка – 20%, торговая наценка – 15%

Задание 9

Определить структуру розничной цены товара, реализуемого в магазине города Тольятти, и выполнить ее анализ. Исходные данные (в руб./кг) приведены в табл. 1.

Таблица – Исходные данные

Цена товара в месте отправления	Место отправления	Транспортные расходы	Цена при поступлении в холодильник Самары	Отпускная цена холодильника	Цена в магазине Самары
20	Калининград	1	21	23	30
15	Владивосток	5	20	22	30

Задание 10

При цене товара 8000 руб./ед. фирма реализует 100 ед. товара, а при цене 10000 руб./ед. – 60 ед. Определить коэффициент эластичности спроса, выбрать вариант цены и обосновать выбор, если прямые затраты на производство товара составят 4000 руб./ед., а косвенные затраты – 250000 руб. на весь объем производства.

Задание 11

Компания будет использовать свои производственные мощности на 80% и выпускать 1000 ед. продукции. Полные затраты составляют 100 тыс. руб., рентабельность продукции – 20%. Определить интервал цены от безубыточности до рентабельности 20%.

Задание 12

Фирма реализует товар по цене 30 тыс. руб./т при объеме производства 1000 тонн. Поступает предложение о продаже дополнительно 200 т продукта по цене 22 тыс. руб./т. Оценить целесообразность принятия предложения, если прямые издержки составляют 20 тыс. руб./т, а суммарные косвенные (условно постоянные) затраты – 5000 тыс. руб. на весь объем производства.

Задание 13

Обувная фирма заключила договор с оптовой базой на поставку партии женских сапог по цене 2500 р. за пару, включив в договор поставки оговорку о повышении цены в случае увеличения издержек на материалы и заработную плату. Определите повышение цены, % за время, прошедшее с момента подписания договора до фактической их поставки. Известно, что за этот период при изготовлении одной пары сапог стоимость материалов увеличилась от 600 до 800 р., размер заработной платы основных рабочих – от 80 до 100 р. Необходимо учесть, что при определении цены доля материалов составляет 60 % от цены, доля заработной платы – 20% от цены.

Задание 14

Определить свободную розничную цену холодильника, который поступает непосредственно в торговую сеть, при следующих данных: 1) себестоимость холодильника - 8000 руб.; 2) уровень рентабельности - 25%; 3) налог на добавленную стоимость торговой организации (НДС) -16,67%; 4) торговая наценка (надбавка) к оптовой (отпускной) цене - 30%.

Задание 15

Определить свободную розничную цену домашнего холодильника, который от предприятия-изготовителя продукции поступает в торговую сеть через посредника (оптовосбытовую организацию) при следующих данных: 1) свободная оптовая (отпускная) цена холодильника - 12 000 руб., в том числе налог на добавленную стоимость (НДС) —

2000руб.; 2) оптово-сбытовая наценка к свободной (отпускной) цене без НДС-15%; 3) налог на добавленную стоимость (НДС) предприятия -изготовителя продукции и посредника (оптово-сбытовой организации)-16,67%; 4) торговая наценка (надбавка) к цене закупки холодильника с НДС -30%.

Задание 16

Определить окончательную цену на продукцию общественного питания в студенческой столовой при следующих данных: 1) оптовая цена сырья, полуфабрикатов, продукта-12 руб/кг; 2) налог на добавленную стоимость (НДС) к оптовой цене -10%; 3) торговая надбавка-20% исходя из цен, оплаченных поставщику за товары без учета НДС; 4) наценка общественного питания -30% исходя из цен, оплаченных поставщику за товары без учета НДС; 5) налог на добавленную стоимость (НДС) в студенческих и школьных столовых на вновь созданную стоимость не применяется.

Задание 17

Изучить алгоритм проведения PEST-анализа, сформулировать по 5 актуальных факторов для каждого поля (политические, экономические, социокультурные, технологические) с учетом требований к формулировке факторов, с указанием источника данных.

Задание 18

Предложите различные варианты реализации одной и той же бизнес-идеи с точки зрения 4 типов бизнес-моделей (продавец компонентов, собиратель компонентов, экспертные продажи и продавец готовых решений).

Задание 19

Разложите любую бизнес-идею по 9 полям подхода GRID (Сетка) (М. Уоткинсон).

Задание 20

Разработайте программу поиска необходимых сотрудников для реализации конкретной бизнес-идеи, процедуры найма и адаптации, обучения (если необходимо) и расставания. Просчитайте приблизительные затраты на данный комплекс мероприятий.

7.4. Критерии и шкала оценки

профессиональный модуль <i>Организация и осуществление торговой деятельности - освоен</i>	профессиональный модуль <i>Организация и осуществление торговой деятельности – не освоен</i>
1. Задания выполнены полностью, частично, в соответствии с рекомендациями. 2. Дано 60% и более правильных ответов на задания. 3. Выполненная работа не содержит неправильно оформленных исправлений.	1. Задания не выполнены. 2. Дано менее 60% правильных ответов. 3. Работа содержит неправильно оформленные исправления.