

**ЧАСТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«МНОГОПРОФИЛЬНЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»**

СОГЛАСОВАНО



УТВЕРЖДАЮ

Директор ЧПОУ МТК

Гарагуля И.Г.

Приказ № 122 от «29» мая 2026 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

**ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ**

по специальности 38.02.08 «Торговое дело»

МДК.02.01. ТЕХНОЛОГИЯ ПРОВЕДЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

МДК.02.02. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

МДК.02.03. БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ И ФИНАНСОВОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ЕДИНИЦЫ

Квалификация:

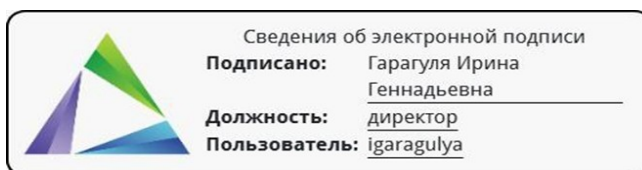
специалист торгового дела

Форма обучения: очная

Нормативный срок обучения:

2 года 10 месяцев на базе основного общего образования;

1 год 10 месяцев на базе среднего общего образования



Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования **38.02.08 «Торговое дело»**.

Организация-разработчик: ЧПОУ «Многопрофильный технологический колледж»

Разработчик: Данина Тамара Михайловна
(Фамилия, Имя, Отчество, должность, звание)

РАССМОТРЕНО

на заседании Педагогического совета

Протокол № 5

от «29» мая 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
МОДУЛЯ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности «Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1 Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 2	Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли
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

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	- 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; - 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; - 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.
Уметь	- 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; - 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.
Знать	- составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;

	- методы изучения рынка, анализа окружающей среды; - порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен; - этапы маркетинговых исследований, их результат; - методы проведения маркетингового исследования; - психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях; - 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.
--	--

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов 414

в том числе в форме практической подготовки 246 часов

Из них на освоение МДК – 294 часов

в том числе самостоятельная работа - 30

практики, в том числе учебная - 36 часов

производственная - 72

Промежуточная аттестация – 12.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональн ых общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической.	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Обучение по МДК					Практики	
				Всего	В том числе					
					Лабораторны х. и практических . Занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятел ьная работа	Промежуточная аттестация	Учебн ая	Производст венная
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09	Раздел 1. Технология проведения маркетинговых исследований	102	48	102	48	X	14	6		
ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09	Раздел 2. Ценообразование в торговой деятельности.	96	48	96	48	X	8			
ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09	Раздел 3. Бизнес- планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы.	96	42	96	42	X	8			
	Учебная практика	36	36						36	
	Производственная практика	72	72							72
	Промежуточная аттестация	12	X					12		
	Всего:	414	246	294	138	X	30	12	36	72

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся.	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч
1	2	3
Раздел 1. Технология проведения маркетинговых исследований		102/48
МДК 02.01 Технология проведения маркетинговых исследований		88/48
Тема 1.1. Понятия и сущность маркетинговых исследований	Содержание	10/6
	1. Цели, задачи и функции маркетинговых исследований. Предмет, объект и основные направления маркетинговых исследований. Понятие и роль маркетинговых исследований в системе маркетинга.	4
	2. Основные этапы становления и развития маркетинговых исследований. Разработка исследований, сбор данных, анализ данных, формирование основных выводов и интерпретация результатов. Специализированные программные продукты, применяемые в маркетинге.	
	3. Основные понятия, цели и задачи проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга. Принципы маркетинговых исследований.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	6
	Практическое занятие 1. Построение дерева целей маркетинговых исследований.	2
	Практическое занятие 2. Постановка цели и определение задач маркетинговых исследований на предприятиях торговли. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач.	2
Тема 1.2. Сущность и содержание маркетинговой информационной системы	Практическое занятие 3. Решение ситуационных задач	2
	Содержание	6/2
	1. Основные понятия и принципы маркетинговой информационной системы.	4
	2. Структура и основные этапы проведения маркетингового исследования.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2
Тема 1.3.	Практическое занятие 4. Выявление проблемы и определение этапов проведения маркетинговых исследований на примере предприятия торговли (предприятие определяется по выбору студентов).	2
	Содержание	12/8

Типы маркетинговых исследований	1. Поисковые, описательные и пояснительные исследования. Качественные и количественные маркетинговые исследования. Постоянные и разовые исследования	4
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8
	Практическое занятие 5. Определение типа маркетингового исследования по выявленным проблемам деятельности торговой организации.	2
	Практическое занятие 6. Сравнительная характеристика типов маркетингового исследования. Их преимущества и недостатки, области применения.	2
	Практическое занятие 7. Решение ситуационных задач. Сбор вторичной информации.	2
	Практическое занятие 8. Разработайте сценарий проведения маркетингового исследования методом фокус-групп. Раскройте достоинства и недостатки метода фокус-группы.	2
Тема 1.4. Технология проведения маркетинговых исследований внешней и внутренней среды	Содержание	14/8
	1. Методы маркетинговых исследований определения емкости целевого рынка. Методы маркетинговых исследований определения рисков бизнеса, оценки внешней среды компании: PEST-анализ. SWOT – анализ – метод маркетингового исследования внешней и внутренней среды компании.	6
	2. Методы оценки конкурентной среды и конкурентоспособности товара	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8
	Практическое занятие 9. Определение емкости целевого рынка предприятия торговли с использованием программных продуктов (предприятие определяется по выбору обучающихся).	2
	Практическое занятие 10. Решение ситуационных задач методом PEST-анализа	2
	Практическое занятие 11. Определение конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках (товар определяется по выбору обучающихся).	2
	Практическое занятие 12. Решение ситуационных задач методом SWOT-анализа	2
Тема 1.5. Основные понятия и методы кабинетных маркетинговых исследований	Содержание	10/6
	1. Сущность кабинетных маркетинговых исследований и их характеристика.	4
	2. Методы кабинетных маркетинговых исследований: традиционный (классический) анализ; контент-анализ документов; информативно-целевой анализ	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	6
	Практическое занятие 13. Определение рыночной доли присутствия торгового предприятия традиционным методом исследования (предприятие определяется по выбору обучающихся).	2
	Практическое занятие 14. Решение ситуационной задачи. Проведение кабинетных маркетингового исследования с помощью интернет-ресурсов	2
	Практическое занятие 15. Оценка финансовых показателей деятельности торговой организации по данным финансовой отчетности, как источник информации для оценки внутренней среды торгового предприятия.	2

Тема 1.6. Основные понятия и методы полевых маркетинговых исследований	Содержание	8/4
	1. Наблюдение как важнейший метод сбора маркетинговой информации. Методы сбора первичной информации (анкетирование, экспертные оценки, телефонное интервью, групповое интервью (фокус-групп)).	4
	2. Панельные исследования. Экспериментальные (опытные) исследования. Проективные методы исследований. Проведение исследований методом Eye tracking (Ай Трекинг).	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4
	Практическое занятие 16. Определение круга вопросов. Выбор типа анкет. Составление анкет с целью проведения маркетингового исследования	2
Тема 1.7. Система выборочных маркетинговых исследований	Содержание	6/2
	1. Основные понятия, используемых при проведении выборочных исследований. Виды выборки	4
	2. Основные этапы проектирования и определения объема выборки.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2
	Практическое занятие 18. Построение программы выборочного маркетингового исследования. Сбор информации для проведения выборочного исследования.	2
Тема 1.8. Обработка результатов маркетинговых исследований	Содержание	10/4
	1. Методы обработки данных маркетинговых исследований	6
	2. Программные продукты, используемые при обработке данных результатов маркетинговых исследований	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4
	Практическое занятие 19. Обработка результатов маркетинговых исследований с применением программных продуктов	4
Тема 1.9. Оформление отчета маркетинговых исследований	Содержание	12/8
	1. Содержание и структура отчета маркетинговых исследований.	4
	2. Оформление и методы презентации отчета с помощью цифровых технологий.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8
	Практическое занятие 20. Подготовка отчета по результатам маркетингового исследования.	4
Самостоятельная работа при изучении раздела 1.	Практическое занятие 21. Презентация отчета результатов маркетингового исследования с использованием программных продуктов	4
Раздел 2. Ценообразование в торговой деятельности		132/48
МДК 03.02. Ценообразование в торговой деятельности		88/48
Тема 2.1.	Содержание	6/2

Цена как экономическая категория	1. Понятие цены. Теоретические концепции цены.	4
	2. Виды и функции цен	
	3. Конкурентные и монопольные цены.	
	4. Особенности формирования цен на факторы производства	
	3. Состав и структура цены.	
	4. Формы и методы государственного регулирования.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2
Тема 2.2. Методы ценообразования	Практическое занятие № 1 Решение задач на определение цены с учетом ее структуры	2
	Содержание	14/8
	1. Товарная и ценовая политика предприятия	6
	2. Механизм установления цены	
	3. Затратные методы ценообразования	
	4. Определение цены с ориентацией на спрос	
	5. Определение цены с ориентацией на конкуренцию	
	6. Особенности ценообразования на новые товары и научно-техническую продукцию	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8
	Практическое занятие № 2 Решение задач на расчет цены изготовителя методом полных затрат	2
	Практическое занятие № 3 Решение задач на расчет цены изготовителя методом стандартных полных затрат	2
	Практическое занятие № 4 Решение задач на расчет цены методом удельной цены	2
	Практическое занятие № 5 Решение задач на расчет цены агрегатным методом и методом регрессии	2
Тема 2.3 Основные ценообразующие факторы, учитываемые при формировании цен торговых предприятий	Содержание	8/4
	1. Структура рынка	4
	2. Конкурентная среда	
	3. Тип товара и эластичность спроса.	
	4. Ценность товара и прочие факторы, влияющие на ценообразование	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4
	Практическое занятие № 6 Решение задач на определение коэффициента эластичности спроса от цены. Расчет цены методом максимизации продаж с учетом эластичности спроса	2
	Практическое занятие № 7 Решение задач на определение максимально допустимой цены на единицу продукции	2

Тема 2.4 Особенности ценообразования в сфере торговли, в том числе в электронной торговле	Содержание	4/2
	1. Экономическое содержание торговой услуги	2
	2. Особенности ценообразования в сфере услуг	
	3. Классификация торговых услуг	
	4. Цены на отдельные виды услуг	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2
	Практическое занятие № 8 Решение задач на определение цены на отдельные виды торговых услуг: Расчет цен на товары в оптовой, закупочной, розничной, электронной торговле.	2
Тема 2.5. Торговая надбавка и методы ее определения	Содержание	10/6
	1. Понятие, структура и регулирование торговой надбавки (структура торговых надбавок, издержки обращения)	4
	2. Затратное ценообразование	
	3. Рыночные методы ценообразования. Методы ценообразования с ориентацией на покупателя. Ценообразование с учетом конкуренции.	
	4. Прочие методы ценообразования	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	6
	Практическое занятие № 9 Решение задач на расчет цены балловым методом	2
	Практическое занятие № 10 Решение задач на расчет цены методом вмененной потребительской оценки	2
Тема 2.6. Политика цен и стратегия ценообразования	Практическое занятие № 11 Решение задач на расчет торговых надбавок	2
	Содержание	10/4
	1. Понятие политики цен.	6
	2. Принципы и методы формирования ценовой политики на предприятиях торговли	
	3. Психологические аспекты ценообразования и основы принятия ценовых решений	
	4. Основные ценовые стратегии предприятий торговли	
	5. Прочие элементы комплекса маркетинга и их влияние на цену	
	6. Оценка качества сервиса как основа формирования ценовой политики и стратегии торговых предприятий	
	7. Имидж торгового предприятия и репутация торгового персонала, их влияние на политику и стратегии ценообразования	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4
	Практическое занятие № 12–13. Решение задач на определение ценовой стратегии.	4

Тема 2.7 Методы ценового стимулирования продаж	Содержание	6/4
	1. Понятие и цели ценового стимулирования продаж	2
	2. Методы стимулирования продаж	
	3. Скидки и надбавки к цене	
	4. Причины и условия изменения текущих цен	
	5. Оценка ценовых решений в торговле	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4
	Практическое занятие № 14 Решение задач на оценку целесообразности и эффективности ценовых мероприятий по стимулированию продаж	2
Тема 2.8 Ценообразование во внешнеэкономической деятельности	Содержание	12/8
	1. Внешнеторговые операции и ценообразование	4
	2. Экспортно-импортные цены	
	3. Таможенные пошлины и тарифы	
	4. Порядок исчисления таможенных пошлин	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8
	Практическое занятие № 16 Решение задач на определение базисной экспортной цены. Расчет импортных внешнеторговых цен	4
	Практическое занятие № 17 Расчет эффективности сделки на основе экспортно-импортных цен	4
Тема 2.9. Налоги и ценообразование	Содержание	14/8
	1. Налоги в составе цены	6
	2. Акцизы	
	3. Налог на добавленную стоимость	
	4. Налоговый контроль за ценообразованием.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8
	Практическое занятие № 18 Расчет суммы акциза.	2
	Практическое занятие № 19 Расчет на определение ставки и суммы налога на добавленную стоимость. Расчет цены с НДС по разным ставкам.	2
Тема 2.10 Государственная политика и	Содержание	4/2
	1. Государственная ценовая политика и регулирование цен	2
	2. Государственный контроль ценообразования и применения цен	

ценообразование	3. Единая тарифная политика базовых отраслей Российской Федерации	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2
	Практическое занятие № 21 Решение задач на определение уровня регулирования оптовой и розничной цены	2
Самостоятельная работа при изучении раздела 2		8
Учебная практика раздела 2. Виды работ 1. Сбор информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы. 2. Проведение Pest анализа, применение метода Ансоффа-Пинье для описания бизнес-модели предпринимательской единицы 3. <i>Выполнение отдельных этапов разработки бизнес-плана:</i> 4. Составление визитки команды. 5. Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы. 6. Определение целевой аудитории по методу Шеррингтона. 7. Построение модели Остервальдера. 8. Определение бизнес-процессов и составление схемы оказания услуг. 9. <i>Разработка и заполнение финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением специализированных программных продуктов</i> 10. Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов. 11. Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования . 12. Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода. 13. Расчеты цен и себестоимости. 14. Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении 15. Составление плана переменных расходов 16. Расчет точки безубыточности 17. Составление бюджета доходов и расходов 18. Составление бюджета движения денежных средств 19. Составление прогнозного баланса 20. Определение и обоснование источников финансирования 21. Расчеты процентов за пользование заемными средствами и составление графика возврата заемных средств 22. Расчет дисконтированного периода окупаемости проекта (DiscountedPaybackPeriod) 23. Расчет чистой текущей стоимости проекта (NetPresentValue) 24. Расчет внутренней нормы доходности проекта (InternalRateofReturn) 25. Расчет индекса прибыльности проекта (IndexofProfitability) 26. Расчеты других значимых показателей (ARR, MIRR, ROE, ROI, EBIT, EBITDA) 27. Разработка мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности.		36

Раздел 3. Бизнес-планирование и финансовое моделирование		предпринимательской единицы	96/42
МДК 02.03. Бизнес-планирование и финансовое моделирование		предпринимательской единицы	90/42
Тема 3.1. Предпринимательская идея и ее выбор	Содержание		6/2
	1. Понятие и содержание предпринимательства. Деловые интересы в предпринимательстве. Предпринимательская идея и ее выбор Источники формирования предпринимательских идей. Методы выработки предпринимательских идей.		4
	2.Процесс генерации предпринимательской идеи. Общая схема предпринимательских действий. Основные типы ключевых факторов успеха.		
	3. Основные стадии жизненного цикла товара: генерирование деловой идеи, экспертная оценка идей, сбор и анализ рыночной информации, экспертная оценка информации, полученной в процессе осмысления идеи, принятие предпринимательского решения		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		2
	Практическое занятие 1: Разработка товарной модификации, ввод товара.		2
Тема 3.2. Технология, основные принципы и структура управления бизнесом	Содержание		6/2
	1. Технология управления бизнесом. Основные понятия, категории и объекты управления бизнесом. Принципы управления. Система управления: субъект, объект, прямые и обратные связи. Понятие предпринимательской единицы.		4
	2. Понятие организационной структуры управления предпринимательской единицей. Факторы, определяющие выбор типа организационных структур управления.		
	3. Информационные и технические средства управления бизнесом. Показатели оценки эффективности управления бизнесом.		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		2
	Практическое занятие 2: Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы		2
Тема 3.3. Бизнес-план и его роль в современном предпринимательстве	Содержание		10/6
	1. Бизнес-планирование как элемент экономической политики организации. Основные цели составления бизнес-плана. Финансовые цели бизнес-планирования. Классификация основных типов бизнес-планов. Основные цели составления внутренних бизнес-планов.		4
	2. Инвестиционный план как разновидность бизнес-плана. Характеристика, назначение, перспективы и область применения. Основные цели составления инвестиционных бизнес-планов.		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		6
	Практическое занятие 3. Составление визитки команды. Влияние визитки команды, имиджа и деловой репутации разработчиков бизнес-плана на принятие решения инвестора.		2
	Практическое занятие 4. Определение мисси, цели, задачи бизнеса. Определение формы ведения предпринимательской деятельности.		2

	Практическое занятие 5. Определение типов бизнес-плана	2
Тема 3.4. Структура и функции бизнес-плана	Содержание	8/4
	1. Основные функции бизнес-плана. Основные правила и схема построения процесса разработки бизнес-плана.	4
	2. Технология разработки и структура бизнес-плана	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4
	Практическое занятие 5. Формирование и описание бизнес-идеи	2
	Практическое занятие 6. Первоначальная подготовка резюме бизнес-плана. Инвестиционное предложение.	2
Тема 3.5. Основные источники финансирования предпринимательской единицы.	Содержание	6/2
	1. Государственное регулирование инвестиционной деятельности. Источники финансирования и анализ инвестиций в структуре бизнес-плана. Основные источники финансирования предпринимательской единицы: банковские и коммерческие кредиты, лизинг, франчайзинг. Венчурное финансирование. Бизнес-ангелы.	4
	2. Система налогов и сборов Российской Федерации. Виды систем налогообложения в России. Налоговое планирование как источник финансирования предпринимательской единицы.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2
	Практическое занятие 7–8. Расчет размеров выплат по процентным ставкам кредитования, лизинговым операциям, договорам франчайзинга.	1
	Практическое занятие 9–10. Выбор системы налогообложения для ведения бизнеса.	1
Тема 3.6. Анализ и оценка рисков	Содержание	6/2
	1. Виды предпринимательских рисков. Экспертный анализ рисков. Количественный анализ риска. Методика оценки предпринимательских рисков.	4
	2. Модель Остервальдера и Пинье.	
	3. Страхование рисков и иные способы минимизации рисков.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2
	Практическое занятие 11. Применение Pest – анализа с целью определения предпринимательских рисков. Выбор форм страхования предпринимательских рисков.	2
Тема 3.7. Технология разработки разделов бизнес-плана предпринимательской единицы	Содержание	18/12
	1. Общая характеристика бизнеса, описание предпринимательской единицы. Описание модели Остервальдера для разработки бизнес-моделей.	6
	2. Краткая характеристика проекта. Описание бизнес-идеи. Матрица Ансоффа и стратегии роста бизнеса.	
	3. Факторы инвестиционной привлекательности бизнес-проекта.	
	4. План маркетинга. Применение метода 5W Шеррингтона для сегментации рынка. Сегменты рынка	

	B2B, B2C, B2G, C2C, их характеристика и отличия. Характеристика рынков сбыта.	
	5. Производственный и организационный план.	
	6. Финансовый план.	
	7. Резюме бизнес-плана.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	12
	Практическое занятие 12. Описание предпринимательской единицы/компании/бизнеса.	2
	Практическое занятие 13. Разработка логотипа фирмы и составление слогана с применением специализированных цифровых инструментов.	2
	Практическое занятие 14. Оценка целевого рынка. Применение метода 5W Шеррингтона для определения целевой аудитории.	2
	Практическое занятие 15. Составление анкеты для опроса потенциальных клиентов, проведение опроса в сети Интернет, социальных мессенджерах и иных цифровых аналогах.	2
	Практическое занятие 16. Планирование рабочего процесса. Определение бизнес-процессов и составление схемы ведения предпринимательской деятельности.	2
Тема 3.8. Финансовое моделирование деятельности предпринимательс кой единицы	Практическое занятие 17. Разработка организационной структуры управления компании. Структурные подразделения компании, их описание и функциональное назначение.	2
	Содержание	14/10
	1. Финансовое планирование как раздел бизнес-плана. Основные этапы составления финансового плана компании. Методика расчета финансовых показателей.	4
	2. Расчет точки безубыточности.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	10
	Практическое занятие 18. Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов. Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования.	2
	Практическое занятие 19. Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода. Определение рыночной цены товара. Расчет себестоимости товара, определение розничной цены.	2
	Практическое занятие 20. Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении.	2
	Практическое занятие 21–22. Составление плана переменных расходов.	2
	Практическое занятие 23. Расчет точки безубыточности по данным реального бизнес-плана	2
Тема 3.9. Методы оценки эффективности инвестиционного проекта	Содержание	8/6
	1. Основные показатели оценки экономической эффективности инвестиционного проекта. Методы оценки инвестиционных проектов.	2
	2. Выбор ставки дисконтирования. Обоснование выбора ставки дисконтирования. Расчет простого периода окупаемости проекта (PaybackPeriod)	
	3. Основные показатели оценки социальной эффективности инвестиционного проекта	

	В том числе практических занятий и лабораторных работ	6
	Практическое занятие 24. Расчет экономической окупаемости инвестиционного проекта с учетом различных сценариев	2
	Практическое занятие 25–26. Расчет основных показателей оценки экономической эффективности инвестиционного проекта: - Расчет дисконтированного периода окупаемости проекта (DiscountedPaybackPeriod) - Расчет чистой текущей стоимости проекта (NetPresentValue) - Расчет внутренней нормы доходности проекта (InternalRateofReturn) - Расчет индекса прибыльности проекта (IndexofProfitability) - Расчеты других значимых показателей (ARR, MIRR, ROE, ROI, EBIT, EBITDA)	2
Тема 3.10. Современные программные продукты, используемые для разработки и презентации бизнес-плана/инвестиционного проекта	Содержание	8/4
	1. Специализированные программные продукты, используемые для составления бизнес-плана, разработки финансовой модели бизнеса и презентации инвестиционного проекта.	4
	2. Основные правила оформления презентаций инвестиционного проекта	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4
	Практическое занятие 27–29. Разработка бизнес-плана с применением специализированных программных продуктов (по выбору образовательной организации)	2
	Практическое занятие 30–31. Оформление и презентация бизнес-плана / инвестиционного проекта	2
Самостоятельная работа при изучении раздела 3		8
Промежуточная аттестация в виде экзамена		6
Производственная практика Виды работ 1. Изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирования целей маркетингового исследования 2. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач. 3. Определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли. 4. Разработка плана проведения маркетингового исследования и согласование с руководителем учебной практики. 5. Определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования. Их описание и назначение в ходе проведения маркетингового исследования. 6. Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации. 7. Проведения маркетингового исследования в установленные сроки с использованием инструментов комплекса маркетинга и сквозных цифровых технологий: - исследования рынка (определение емкости рынка и доли рынка); - изучение потребителей (исследование потребительских привычек и предпочтений, процесса принятия решения о покупке,		72

уровня удовлетворенности и лояльности потребителей, сегментация потребителей и выбор целевого сегмента); - исследование продукта (тестирование концепции нового товара, тестирование товара); - исследование цены (чувствительности к цене, эластичности спроса по цене); - исследования рекламы (тестирование рекламных концепций и материалов, исследование эффективности рекламной кампании); - рынка. 8. Выявление конкурентов исследуемого торгового предприятия. Определение конкурентных преимуществ исследуемого торгового предприятия на внутреннем и внешних рынках 9. Подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров, повышения объемов продаж торговой организации. 10. Оформление результатов маркетингового исследования. 11. Исследование рынка, проведение статистических исследований по ценовым показателям 12. Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой организации, по данным которой проводится маркетинговое исследование. 13. Применение сквозных цифровых технологий при проведении работ по анализу ценовых показателей товаров (перечень товаров подбирает обучающийся по согласованию с руководителем учебной практики). 14. Анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации. 15. Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках. 16. Оформление результатов анализа ценовой политики и ценовой стратегии торгового предприятия. 17. Представление презентации по итогам анализа ценообразования торгового предприятия. 18. Проверка обоснованности заявленных цен на товары, работы, услуги 19. Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации	
Экзамен по модулю	12
Всего	414

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Реализация учебной дисциплины требует наличия электронной образовательной среды, учебного кабинета междисциплинарных курсов.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

- классная доска;
- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- учебно-практическое оборудование, необходимое для проведения предусмотренных программой практических занятий.

Материально-техническое обеспечение дисциплины:

- компьютеры с выходом в сеть Internet;
- сайт «Личная студия» с возможностью работы с электронным образовательным ресурсом;
- электронные библиотечные ресурсы.

Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

- методические указания по организации практических занятий;
- методические указания по самостоятельной работе.

Программное обеспечение

Программное обеспечение, являющееся частью электронной информационно-образовательной среды и базирующееся на телекоммуникационных технологиях:

- компьютерные обучающие программы;
- тренинговые и тестирующие программы;
- интеллектуальные роботизированные системы оценки качества выполненных работ.

Программа управления образовательным процессом в ЭИОС (Информационная технология. Программа управления образовательным процессом. КОМБАТ).

3.2. Информационное обеспечение обучения

Нормативные правовые акты

1. Конституция Российской Федерации [Текст]: принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г. (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ) // СЗ РФ. -2014.- № 31. - ст. 4398.

2. О бухгалтерском учете [Текст]: Федеральный закон от 06.12.2011 г. № 402-ФЗ (ред. от 23.05.2016) // СЗ РФ. - 2011. – № 50. – Ст. 7344.

3. Об утверждении положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации [Текст] : Приказ Минфина РФ от 29 июля 1998 г. № 34н (ред. от 24.12.2010) // Бюллетень нормативных актов федеральных органов исполнительной власти. – 1998. - № 23.

4. Положение по бухгалтерскому учету «Учет материально-производственных запасов» ПБУ 5/01 [Текст]: Приказ Минфина РФ от 9 июня 2001 г. № 44-н (ред. от 16.05.2016) // "Российская газета", №140, 25.07.2001.

5. Положение по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» ПБУ 6/01 [Текст]: Приказ Минфина РФ от 30 марта 2001 г. № 26-н (ред. 16.05.2016) // "Российская газета", №91-92, 16.05.2001.

Основные источники

1. Сухов, В. Д. Маркетинг : учебник для СПО / В. Д. Сухов, А. А. Киселев, А. И. Сазонов. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 306 с. — ISBN 978-5-4488-1358-0, 978-5-4497-1608-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119290.html>
2. Мазилкина, Е. И. Маркетинг : учебник для СПО / Е. И. Мазилкина. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2024. — 232 с. — ISBN 978-5-4488-1922-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/138133.html>
3. Шамис, В. А. Основы маркетинга в различных сферах деятельности : учебное пособие для СПО / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 173 с. — ISBN 978-5-4488-1569-0, 978-5-4497-1831-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/124751.html>
4. Ларионова, О. А. Ценообразование. Методы ценообразования : учебное пособие / О. А. Ларионова. — Рязань : Рязанский государственный радиотехнический университет, 2022. — 49 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/134881.html>
5. 2. Васильев, Г. А. Маркетинг розничного торгового предприятия: учебное пособие / Г. А. Васильев, А. А. Романов, В. А. Поляков. - Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2022. - 159 с. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0628-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/967468>
6. Кисова, А. Е. Основы предпринимательской деятельности : учебное пособие для СПО / А. Е. Кисова, К. В. Барсукова. — 2-е изд. — Липецк, Саратов : Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2022. — 104 с. — ISBN 978-5-00175-120-5, 978-5-4488-1519-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/121370.html>

Интернет-ресурсы

<http://www.mavriz.ru/>

<http://www.marketingnews.ru/>

<http://grebennikon.ru/journal-3.html>

<http://www.garant.ru>

<http://www.Budgetrf.ru>

справочно-правовая система «Консультант плюс», «Гарант»

электронно-библиотечная система (ЭБС) ЭБС «IPR SMART» <http://iprbookshop.ru/>.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 2.1	- Составляет план проведения маркетингового исследования - Устанавливает сроки и требования к проведению маркетингового исследования - Определяет маркетинговые инструменты, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования - Осуществляет поиск первичной и вторичной маркетинговой информации	Тестирование. Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.
ПК 2.2	- Устанавливает конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках - Рассчитывает показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов - Разрабатывает предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации - Использует программные продукты в системе продвижения товаров (услуг) организации	Оценка результатов выполнения практических заданий. Оценка при выполнении работ по учебной практике. Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:
ПК 2.3	- Проводит сбор, мониторинг и систематизирует ценовые показатели товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий	– на практических занятиях; – при выполнении работ на различных этапах учебной практики; – при проведении экзаменов по профессиональному модулю
ПК 2.4	- Обосновывает конкурентные преимущества товара на внешнем и внутренних рынках	
ПК 2.5	- Соблюдает правила и принципы разработки бизнес-плана (полнота и точность составления разделов бизнес-плана) - Использует информационные технологии в процессе составления бизнес-плана - Использует информацию специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана.	
ПК 2.6	- Рассчитывает и обосновывает результаты анализа финансовых результатов деятельности организации - Применяет различные платформы в системе продвижения товаров (услуг) организации	
ПК 2.7	- Обосновывает разработанные мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности	
ПК 2.8	- Составляет план сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков	

	предпринимательской единицы - Выявляет проблемы и риски предпринимательской деятельности	
ОК 01	- Распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; - Выделяет составные части и определяет этапы решения задачи; - Выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы; - Составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; - Демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; Реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).	
ОК 02	- определяет задачи для поиска информации и их необходимые источники и планирует процесс поиска; - структурирует и выделяет наиболее значимое в полученной информации; - оценивает практическую значимость результатов поиска и оформляет его результаты; применяет средства информационных технологий, использует современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.	
ОК 03	- определяет актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; - применяет современную научную профессиональную терминологию; определяет и выстраивает траектории профессионального развития и самообразования	
ОК 04	эффективно взаимодействует с преподавателями, обучающимися в ходе профессиональной деятельности.	
ОК 05	грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявляя толерантность в рабочем коллективе	
ОК 07	выполняет работы с соблюдением принципов бережливого производства и ресурсосбережения	
ОК 09	- понимает общий смысл четко произнесенных высказываний и текстов на профессиональные темы; - участвует в диалогах на знакомые общие и	

	профессиональные темы; - строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; пишет простые связные сообщения на интересующие профессиональные темы.	
--	---	--

Формы контроля обучения:

- тестирование;
- дифференцированный зачет;
- экзамен;
- практические задания по работе с информацией, документами, литературой.

Формы оценки

Экзамен

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, последовательно, четко и логически стройно его излагает в письменной работе, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в работе материал различных научных и методических источников, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач билета.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его в письменной работе, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач письменного экзамена, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практического задания в билете.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала и не может грамотно изложить вопросы экзаменационного билета, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания.

Система стандартизированных заданий:

- от 0 до 49,9 % выполненных заданий – не удовлетворительно;
- от 50% до 69,9% - удовлетворительно;
- от 70% до 89,9% - хорошо;
- от 90% до 100%- отлично

Дифференцированный зачет:

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, последовательно, четко и логически стройно его излагает в письменной работе, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в работе материал различных научных и методических источников, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач билета.

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его в письменной работе, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач письменного экзамена, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практического задания в билете.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала и не может грамотно изложить вопросы экзаменационного билета, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания.

Система стандартизированных заданий:

- от 0 до 49,9 % выполненных заданий – не удовлетворительно;
- от 50% до 69,9% - удовлетворительно;
- от 70% до 89,9% - хорошо;
- от 90% до 100% - отлично