

**ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ**

ПМ.01 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

программы подготовки специалистов среднего звена

для специальности
38.02.08 Торговое дело

Форма проведения оценочной процедуры
Экзамен по модулю

Советск
2023 год

СОГЛАСОВАНО
заведующий учебно-методическим отделом
И. А. Ивашкина
31 августа 2023 года

Фонды оценочных средств по специальности 38.02.08 Торговое дело разработаны на основе:

- приказа Министерства просвещения РФ от 19 июля 2023 года N548 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело, зарегистрировано в Министерстве юстиции РФ 22 августа 2023 года, регистрационный N74906, укрупненная группа специальностей 38.00.00 Экономика и управление;

Организация-разработчик: государственное бюджетное учреждение Калининградской области профессиональная образовательная организация «Технологический колледж»

Разработчик:
Кулинцова М.В. преподаватель

Рассмотрены на заседании методической кафедры «Технологии продуктов питания и товароведения», протокол № 01 от 30 августа 2023 года *Юлиана Гростенко А.В.*

Рекомендованы Методическим советом государственного бюджетного учреждения Калининградской области профессиональной образовательной организацией «Технологический колледж», протокол № 01 от 31 августа 2023 года.

Согласовано:
ИП «Путилова»
Руководитель
Путилова Е. В. Путилова

МП



Общие положения

Результатом освоения профессионального модуля является готовность обучающегося к выполнению вида профессиональной деятельности – Организация и осуществление торговой деятельности.

Формой аттестации по профессиональному модулю является экзамен по модулю

1. Результаты освоения модуля, подлежащие проверке

1.1. Профессиональные и общие компетенции

В результате контроля и оценки по профессиональному модулю осуществляется комплексная проверка следующих профессиональных и общих компетенций:

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата
ПК 1.1. Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.	1)проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий. 2)достижение целей по распознаванию товаров по ассортиментной принадлежности; 2)использование новых средств при формировании торгового ассортимента по результатам анализа потребности в товарах; 3)обоснованный выбор средств и методов маркетинга для формирования спроса и стимулирования сбыта; 4)соблюдение последовательности расчёта показателей ассортимента;
ПК 1.2. Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта.	1)соблюдение требований оформления договоров с поставщиками и потребителями по результатам заключения торговых соглашений; 2)выполнение технологических процессов товародвижения; 3)использование современных средств механизации и автоматизации учёта поставок товаров на предприятия
ПК 1.3. Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.	1)Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий. 2)соблюдение правил использования торгово-технологического оборудования на основе действующих норм технического оснащения магазинов; 2)соблюдение комплексного подхода к выработке оптимальных вариантов продажи товаров в соответствии с Законом РФ «О защите прав потребителей»; 3)выполнение требований по соблюдению условий и сроков хранения товаров в соответствии с Правилами работы магазина; 4)соблюдение правил размещения товаров различными способами на складах и в магазинах в соответствии с Правилами торговли;
ПК 1.4. Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение.	1) осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение. соблюдение требований по приёмке товаров по количеству и качеству согласно инструкциям; 2)выполнение требований документального сопровождения товародвижения; 3)соблюдение различных нормативно-правовых актов, требований ОТ, распространяющихся на деятельность организации; 4)выполнение требований (инструкций и правил техники безопасности для санитарно-эпидемиологического благополучия;
ПК 1.5. Осуществлять контроль исполнения обязательств по	Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту.

внешнеторговому контракту.	
ПК 1.6 Организовывать выполнение торговых технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.	организовывать выполнение торговых-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;	- участие в профессионально значимых мероприятиях (конкурсах профмастерства, конференциях, проектах, публикации и т.д.)
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	- рациональность планирования и организации деятельности по исследованию продуктов питания; - своевременность сдачи заданий, отчетов, практических и лабораторных работ; - соответствие выбранных методов проведения анализов их целям и задачам; - обоснованность постановки цели, выбора и применения методов и способов проведения обработки и оформления результатов анализов
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;	- 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;	- 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;	- осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;	- проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей	- содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого

среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;	- использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	- пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

1.2. Иметь практический опыт – уметь – знать

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен:

Иметь практически опыт в	<ul style="list-style-type: none"> - анализа ассортиментной политики торговой организации; - выявления потребности в товаре (спроса); - участия в работе с поставщиками и потребителями; - приёмки товаров по количеству и качеству; - размещения товаров; - контроля условий и сроков транспортировки и хранения товаров; - обеспечения товародвижения в складах и магазинах; - эксплуатации основных видов торгово-технологического оборудования; - участия в проведении инвентаризации товаров;
уметь	<ul style="list-style-type: none"> - распознавать товары по ассортиментной принадлежности; - формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах; - применять средства и методы маркетинга для формирования спроса и стимулирования сбыта; - рассчитывать показатели ассортимента с использованием цифровых технологий; - оформлять договоры с контрагентами; - контролировать их выполнение, в т.ч. поступление товаров в согласованном ассортименте по срокам, качеству, количеству; - предъявлять претензии за невыполнение контрагентами договорных обязательств; - готовить ответы на претензии покупателей; - производить закупку и реализацию товаров; - учитывать факторы, влияющие на ассортимент и качество при организации товародвижения; - соблюдать условия и сроки хранения товаров; - рассчитывать товарные потери; - планировать меры по ускорению оборачиваемости товаров, сокращению товарных потерь; - соблюдать санитарно-эпидемиологические требования к торговым организациям и их персоналу, товарам, окружающей среде;

	- соблюдать требования техники безопасности и охраны труда;
знать	<ul style="list-style-type: none"> - ассортимент товаров однородных групп определённого класса, их потребительские свойства; - товароведные характеристики реализуемых товаров, их свойства и показатели; - виды, назначение, структуру договоров с поставщиками и потребителями; - технологические процессы товародвижения; - формы документального сопровождения товародвижения; - правила приёмки товаров; способы размещения товаров на складах и в магазинах; - условия и сроки транспортирования и хранения товаров однородных групп; - основные мероприятия по предупреждению повреждения и порчи товаров; - классификацию торгово-технологического оборудования, его назначение и устройство; - требования к условиям и правилам эксплуатации торгово-технологического оборудования; - нормативно - правовое обеспечение санитарно -эпидемиологического благополучия (санитарные нормы и правила); - законы и иные нормативные правовые акты, содержащие государственные нормативные требования охраны труда, распространяющиеся на деятельность организации; - обязанности работников в области охраны труда; - причины возникновения и профилактики производственного травматизма; - фактические и потенциальные последствия собственной деятельности (или бездействия) и их влияние на уровень безопасности труда; - возможные последствия несоблюдения технологических процессов и производственных инструкций подчинёнными работниками (персоналом).

2. Формы промежуточной аттестации по профессиональному модулю

Таблица 3

Элемент модуля	Формы промежуточной аттестации
МДК.01.01 Организация и осуществление торговой деятельности	Экзамен
УП.01	Дифференцированный зачёт
ПП.01	Дифференцированный зачёт
ПМ.01	Экзамен по модулю

3. Оценка освоения теоретического курса профессионального модуля

3.1. Общие положения

Основной целью оценки теоретического курса профессионального модуля является оценка умений и знаний.

Оценка теоретического курса профессионального модуля осуществляется с использованием следующих форм и методов контроля:

текущий контроль – тестирование, защита ЛПЗ, решение ситуационных задач, защита реферата, доклад; рубежный контроль – контрольная работа; промежуточная аттестация – экзамен по МДК.01.01.

3.2. Задания для оценки освоения МДК

3.2.1. Задания для оценки освоения МДК.01.01 Организация и осуществление торговой деятельности - экзамен:

Вопросы и задания

Тест

Инструкция: выберите один правильный ответ.

1. Несмотря на множество определений маркетинга в них есть нечто общее, а именно:

- а) приоритет потребителя;
- б) приоритет производителя;
- в) приоритет ситуации на рынке

2. Первый этап развития маркетинга характеризуется:

- а) проблемами организации производства товарной продукции;
- б) анализом поведения социальных групп в процессе купли-продажи товаров;
- в) **проблемами реализации товарной продукции, включая организацию рекламных кампаний**

3. Второй этап развития маркетинга отличается:

- а) расширением рынков сбыта товарной продукции;
- б) **появлением на рынке множества товаров-заменителей;**
- в) расширением различных приёмов сбыта продукции

4. Третий этап развития маркетинга отличается:

- а) достижением в области управления производственными процессами;
- б) расширением международного разделения труда;
- в) **ориентацией на потребителя, на рынок**

5. К основным причинам, превратившим маркетинг в доктрину современного бизнеса, его философию, относится:

- а) усложнение внутрифирменных проблем;
- б) появление транснациональных корпораций;
- в) **существенное ускорение и удорожание научно-технического прогресса, обострение конкурентной борьбы, повышение риска деятельности фирмы на рынке**

6. Укажите, в чём проявляется глобализация современного маркетинга:

- а) маркетинг становится жизненно важной потребностью как крупных монополий, так и мелких фирм;
- б) **маркетинг охватывает не только рынок потребительских товаров, но и рынок средств производства, услуг, а также политическую, социальную и культурную сферы;**
- в) маркетинг начинают использовать во всех регионах мира

7. Фирмы прибегают к конверсионному маркетингу в случае, если:

- а) отсутствует спрос на товары или услуги;
- б) **покупатели отвергают товар вне зависимости от его качества;**
- в) потребители испытывают потребность в каком-либо товаре или услуге, отсутствующих на рынке

8. В ситуации чрезмерного спроса применяют:

- а) противодействующий маркетинг;
- б) **демаркетинг;**
- в) ремаркетинг

9. Важнейшими причинами, вызвавшими широкий интерес к маркетингу в нашей стране, явились:

- а) появившиеся научные разработки по маркетингу;
- б) **изменения отношений собственности, разрушение государственной монополии;**
- в) потребность использования маркетинга во внешнеторговой деятельности

10. Цели (задачи) деятельности фирм и цели маркетинга:

- а) совершенно идентичны;
- б) **тесно взаимосвязаны и соотносятся друг с другом как предмет и метод;**
- в) совершенно не связаны

11. Рынком покупателя является:

- а) рынок, на котором спрос на товар при фиксированной цене превышает предложение товара;
- б) **рынок, на котором предложение товара при фиксированной цене превышает спрос на него;**
- в) рынок, который представляет совокупность существующих и потенциальных покупателей.

12. к субъектам рынка относятся:

- а) **домохозяйства;**
- б) предприниматели, индивидуальные и коллективные потребители продукции, государственные и общественные организации как участники сделок на рынке;
- в) политические партии.

13. Рынок изучается с целью:

- а) удачного вступления в конкурентную борьбу;

- б) использования благоприятно складывающейся конъюнктуры;
- в) разработки тактики поведения фирмы, снижения рисков путём выбора таких рынков, которые будут способствовать достижению фирмой коммерческого успеха.**

14. Под конъюктурой рынка понимается:

- а) сложившиеся на рынке традиции купли-продажи товаров;
- б) современное состояние экономики в целом, отдельной отрасли или конкретного товарного рынка;**
- в) определение ёмкости рынка.

15. К постоянно действующим конъюктурообразующим факторам относятся;

- а) демографическая ситуация;
- б) научно-технический прогресс;**
- в) социальные конфликты.

16. К показателям конъюнктуры рынка относятся:

- а) маркетинговая стратегия выхода фирмы на новые рынки;
- б) показатели материального производства;**
- в) конкуренты и их стратегии

17. Часто используемым на практике методом краткосрочного прогнозирования рынков (в первую очередь биржевых, для которых, характерны резкие перепады цен) является:

- а) прогноз экспертов;
- б) экономико-математический метод;
- в) механистический – «чартизм».**

18. Маркетинговые исследования представляют собой:

- а) постановку проблемы исследований, сбор и анализ текущей информации
- б) изучение вторичной информации, анализ поведения потребителей, обобщение полученных результатов;
- в) выявление проблем и формулирование целей исследования, отбор источников информации, сбор информации, анализ собранной информации, представление полученных результатов.**

19. Вторичная информация представляет собой:

- а) публикацию в общественно-политических и специализированных журналах;
- б) внутрифирменную информацию;**
- в) информацию, собранную ранее для других целей, но которая может оказаться полезной для решения данной проблемы.

20. Первичная информация представляет собой:

- а) изучение специализированных журналов, отчётов и проспектов различных организаций, проведение опросов клиентов фирмы;
- б) анализ отчётов торговых агентов и сотрудников структур сбыта продукции;
- в) непосредственное наблюдение за покупателями и посетителями в местах продажи, проведение экспериментов, создание фокус - групп для обсуждения вопросов, относящихся к предмету исследований, проведение опросов о знаниях, убеждениях, предпочтениях лиц, степени их удовлетворённости предлагаемыми товарами.**

21. Открытые вопросы при анкетировании:

- а) включают в себя возможные варианты ответов или подсказок
- б) включают в себя шкалы оценок;
- в) не содержат никаких подсказок и позволяют отвечать своими словами**

22. Маркетинговая среда фирмы складывается:

- а) из руководства фирмы;
- б) из сотрудников службы маркетинга фирмы;
- в) из активных сил и субъектов, действующих за пределами фирмы и неподдающихся непосредственному контролю с её стороны;**

23. Организации и отдельные лица, обеспечивающие фирму и её конкурентов материальными ресурсами, необходимыми для производства конкретных товаров и услуг, являются:

- а) маркетинговыми посредниками;
- б) поставщиками;**

клиентурой.

24. К контактными аудиториями фирмы относятся:

- а) **финансовые круги;**
- б) эксперты;
- в) конкуренты

25. При демографическом анализе используется понятие:

- а) «семья»;
- б) «трудовой коллектив»;
- в) **«домохозяйство»**

26. Фирма может оказывать воздействие:

- а) на поведение потребителей;
- б) на факторы научно-технической среды;
- в) **на выбор сферы деятельности фирмы**

27. Сегментацией рынка называется:

- а) метод оценки потенциала фирмы с точки зрения рынка;
- б) **разбивка покупателей или рынка на совокупности лиц со схожими потребностями в отношении товара или услуги, достаточными ресурсами, готовностью и возможностью покупать;**
- в) выделение товарных групп, пользующихся наиболее высоким спросом на рынке.

28. Наиболее важными критериями для сегментации рынков потребительских товаров являются:

- а) уровень платёжеспособного спроса;
- б) **географические, демографические, психографические и поведенческие критерии;**
- в) сложившиеся традиции в потреблении

29. Под географическим критерием сегментации понимается:

- а) сегментация, построенная по региональному принципу;
- б) разбивка рынка по регионам исходя из климатических различий;
- в) **разбивка рынка на разные географические единицы**

30. Наиболее важными критериями для сегментации рынка товаров промышленного назначения являются:

- а) географический критерий, личность руководителя;
- б) **величина фирмы-покупателя, уровень развития технологии производства, платёжеспособность, деловая репутация, личностные характеристики руководителя;**
- в) требования к качеству и техническому уровню выпускаемой продукции

31. Массовый маркетинг представляет собой:

- а) сбыт товаров массовому потребителю
- б) **массовое производство и сбыт товаров;**
- в) массовое производство, массовое распределение и массовое стимулирование сбыта одного и того же товара для всех покупателей сразу

32. Целевым маркетингом называют:

- а) проведение разграничения между сегментами рынка и разработка для каждого из них комплекса маркетинга;
- б) **выбор одного из нескольких сегментов, производство для него соответствующей продукции и разработка комплекса маркетинга в расчёте именно на этот сегмент;**
- в) договорённость между продавцами о разделе рынка на отдельные сегменты.

33. Дифференцированный маркетинг – это маркетинг, ориентированный:

- а) на производство множества товаров разного качества;
- б) **на производство разнообразных товаров с разными свойствами, которые привлекательны для двух или более сегментов;**
- в) на производство товаров с разными свойствами, в разной оформлении, которые призваны понравиться всем сегментам рынка

34. Позиционированием товара называют:

- а) сравнение и сопоставление на рынке товаров одного вида и определение их позиций на рынке;

б) действия по обеспечению товару конкурентоспособного положения на рынке и разработка соответствующего комплекса маркетинга;

в) конкурентоспособность товара и степень его внедрения на рынок

35. Канал распределения товаров представляют собой:

а) путь, по которому движутся товары от производителя к потребителю;

б) такое перемещение товара от производителя к потребителю, при котором существенно сокращаются время и путь доставки;

в) способы реализации товаров потребителям через различные оптово-посреднические организации и розничную сеть

36. Уровень канала распределения определяется:

а) любым посредником, который выполняет ту или иную работу по приближению товара, передаче права собственности на него, конечному потребителю;

б) наличием производителя, посредников и потребителей;

в) количеством занятых в канале посредников

37. Вертикальная маркетинговая система – это:

а) система, состоящая из производителя, оптовика и розничных торговцев;

б) производитель розничный торговец и потребитель;

в) система, в которой один из её членов является владельцем всех её каналов или определяет их тесное сотрудничество

38. Планирование товародвижения - это:

а) определение основных функций товародвижения, осуществляемых через каналы распределения;

б) планирование способов физического перемещения товара к местам продажи в точно определённое время и с максимально важным уровнем обслуживания потребителя;

в) планирование деятельности всех людей, связанных с перемещением и обменом товаров и услуг и являющихся участниками канала распределения

39. Наиболее значимые факторы, влияющие на выбор каналов товародвижения:

а) фирма (цели, уровень контроля, объёмы сбыта и прибыли);

б) ресурсы фирмы, гибкость их использования, потребности в сервисе;

в) потребители (их количество, концентрация, размер средней покупки, потребности, часы работы магазинов, ассортимент и помощь торгового персонала, условия кредита)

40. Оптовая торговля – это:

а) обобщённый посредник;

б) деятельность по покупке товаров или услуг с целью их перепродажи или профессионального использования;

в) форма связи с производителем, но не с конечным потребителем

41. Роль агентов и брокеров в товародвижении:

а) выполняют функции по обслуживанию товародвижениями, но не берут на себя права собственности на товар;

б) позволяют производителю увеличить сбыт, несмотря на ограниченные ресурсы;

в) позволяют, не располагая правом собственности на реализуемые товары, увеличивать сбыт, экономить затраты на товародвижение, поскольку обладают подготовленным персоналом

42. Различие между оптовой и розничной торговлей:

а) оптовик заключает сделки с профессиональными клиентами, а не с конечными потребителями;

б) объёмы оптовых сделок крупнее розничных, а торговая зона больше;

в) оптовая торговля отличается от розничной разнообразием выполняемых функций, а также различиями в правовом уложении взимания налогов

43. Основная функция магазина сниженных цен:

а) торговля стандартными товарами по более низким ценам;

б) торговля товарами по сниженным ценам за счёт снижения нормы прибыли и увеличения объёма сбыта;

в) временное использование цен со скидкой

44. Универсам является:

- а) сравнительно крупным торговым предприятием самообслуживания;
- б) торговым предприятием с низким уровнем издержек;
- в) сравнительно крупным предприятием самообслуживания с низким уровнем издержек, невысокой степенью удельной доходности и большим объёмом продаж, рассчитанный на полное удовлетворение нужд потребителей в продуктах питания, стирально-моющих средствах.**

45. Продвижение товаров и услуг на рынке представляет собой:

- а) создание запасов изделий и продвижение их от места производства до места потребления;
- б) средство, стимулирующее сбыт товаров в сфере торговли;
- в) любую форму сообщений, с помощью которых фирма информирует и убеждает людей, а также напоминает или о своих товарах, услугах, идеях, общественной деятельности, или о влиянии на общество**

46. Реклама – это:

- а) текст в газете о товаре;
- б) форма сбыта товара через объявление в средствах массовой информации;
- в) любая оплаченная форма продвижения людей, товаров и услуг определённым рекламодателям**

47. Способность рекламы броско, эффективно представить фирму и её товар – это:

- а) способность к увещанию;
- б) экспрессивность;**
- в) обезличенность

48. Бюджет на продвижение методом «исходя из целей и задач» формируется исходя:

- а) из объёма текущих продаж;
- б) из затрат конкурентов;
- в) из задач, которые предстоит решить для достижения сформулированных целей**

49. Решающим фактором успеха сбытовой организации является:

- а) стимулирование работы персонала;
- б) высокий профессионализм персонала;
- в) интенсивный сбыт**

50. Торговая фирма непрерывно использует скидки, купоны, удешевлённые распродажи своих товаров. Подобные действия могут привести к тому, что образ фирмы:

- а) улучшится;
- б) ухудшится;**
- в) не изменится

51. Фирма желает увеличить объём продаж своих товаров в магазине за счёт стимулирования импульсивно принимаемых посетителями решений о покупке. Для этого необходимо:

- а) выдавать товар бесплатно каждому 1000-му покупателю;
- б) выдавать купоны на свои товары;
- в) создавать привлекательную витрину магазина**

52. Фирма желает обеспечить себе благожелательную известность. Для этого ей необходимо использовать:

- а) рекламу;
- б) пропаганду;**
- в) стимулирование сбыта

53. Специалист по пропаганде в фирме:

- а) проводит работу с различными контактными аудиториями;**
- б) содействует решению задач товарного маркетинга;
- в) привлекает к работе торговых агентов

54. Под стратегическим планированием понимается:

- а) организация процесса достижения долговременных целей;
- б) формулирование и выбор маркетинговых стратегий фирмы;
- в) управленческий процесс создания и поддержания стратегического соответствия между целями фирмы, её потенциальными возможностями и шансами в сфере маркетинга;**

55. Укажите правильный порядок осуществления стратегического планирования:

а) постановка стратегических задач фирмы – составление плана решения этих задач – назначение ответственных – контроль за ходом решения задач;

б) формулирование программы фирмы – изложение целей и задач фирмы – разработка плана развития хозяйственного портфеля – разработка стратегии роста фирмы;

в) формулирование целей и задач фирмы – разработка плана достижения поставленных целей – выделение необходимых ресурсов – оценка результатов реализации плана

56. Планирование маркетинга – это:

а) составление оперативных планов маркетинга;

б) проведение ситуационного анализа;

в) организация непрерывного циклического процесса, при котором фирма стремится соразмерить свои возможности с возможностями рынка и с факторами рынка, не поддающимися контролю со стороны фирмы

57. В ходе проведения ситуационного анализа рассматриваются:

а) факторы окружающей среды фирмы;

б) способы выхода и новые рынки;

в) конкурентные преимущества продукции фирмы

58. Маркетинговому контролю обычно подвергается:

а) анализ рыночной конъюнктуры;

б) выбор каналов распределения;

в) ход выполнения годовых планов и прибыльность бизнеса

59. Ревизия маркетинга – это:

а) анализ маркетинговой среды и пересмотр целевых установок фирмы;

б) периодическая коррекция планов маркетинга, осуществляемая по рекомендациям ревизоров;

в) комплексное, системное, беспристрастное и регулярное исследование маркетинговой среды фирмы, её задач и стратегий с целью выявления возникающих проблем и открывающихся возможностей и выдачи рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности фирмы

Критерии оценки усвоения знаний и сформированности умений:

Отметка	Правильных ответов
«5»	46-59
«4»	30 - 45
«3»	16-29
«2»	до 15

Критерии оценки усвоения знаний и сформированности умений:

4. Оценка по учебной и (или) производственной практике (по профилю специальности)

4.1. Общие положения

Целью оценки по учебной и (или) производственной практике (по профилю специальности является оценка: 1) практического опыта и умений; 2) профессиональных и общих компетенций.

Оценка по учебной и (или) производственной практике выставляется на основании данных аттестационного листа (характеристики учебной и профессиональной деятельности обучающегося на практике)

4.2. Виды работ практики и проверяемые результаты обучения по профессиональному модулю

4.2.1. Учебная практика

Виды работ	Коды проверяемых результатов (ПК, ОК, ПО, У, З)
1. Изучение структуры ассортимента. 2. Проведение анализа ассортиментной политики торговой организации, оценка и предложения по совершенствованию ассортимента продовольственных товаров.	ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.3, ПК 1.4. ПК 1.5. ПК 1.6. ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 07., ОК 08., ОК 09.,

<ol style="list-style-type: none"> 3. Ознакомление с порядком составления ассортиментного перечня и контроль за его соблюдением. 4. Распознавание товаров по ассортиментной принадлежности. 5. Оценка качества товаров, реализуемых в магазине, по органолептическим показателям. 6. Установление соответствия фактических значений показателей качества с установленными требованиями (стандартов, ТУ). 7. Ознакомление со стандартами, ТУ и техническими документами, регламентирующими качество. 8. Участие в отборе объединенных проб или средних образцов. 9. Определение градаций качества товаров (сортов, номеров, марок), стандартной, нестандартной продукции и отхода. 10. Ознакомится с порядком уценки товаров при изменении градации качества. 11. Участие в контроле за режимом хранения, ознакомление с приборами для контроля за режимом хранения, фиксация результатов измерений. 12. Знакомство с видами, разновидностями, причинами возникновения товарных потерь в магазине (складе), порядком их списания. 1. Разработка предложений по сокращению товарных потерь, оформление актов переоценки товаров, списания нормируемых потерь.. 2. Выявление причин несоблюдения графиков завоза товаров. 3. Изучение порядка и сроков составления претензии поставщикам. 4. Отработка навыков работы с покупателями (в том числе преодоление возражений, претензий) 5. Изучение факторов, влияющих на ассортимент и качество товаров при организации товародвижения. 6. Оформление товарного отчета. 7. Составление приходных, расходных документов к товарному отчету. 8. Ознакомление с порядком проведения инвентаризации товарно-материальных ценностей в магазине. <p>Овладение навыками подготовки товаров к инвентаризации.</p>	<p>ПО1, ПО2, ПО№3 ПО4, ПО5, ПО6, ПО7, ПО8, ПО9, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 310, 311, 312, 313, 314, 315; У1, У2, У3, 34, У5, У6, У7, У8, У9, У10, У11, У12, У13, У14, У15, У16, У17.</p>
--	---

4.2.2. Производственная практика (по профилю специальности)

Виды работ	Коды проверяемых результатов (ПК, ОК, ПО, У)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Изучение характеристики оптового торгового предприятия: вид здания, организационно-правовая форма собственности, специализация, хозяйственная самостоятельность. 2. Ознакомление с устройством склада: составом помещений, площадью, емкостью, технической оснащенностью, охраной склада, противопожарной безопасностью. 3. Заключение о эффективности использования площадей и емкости склада. 4. Изучение технологического процесса, составление схемы, анализ состояния использования оборудования и инвентаря. 5. Знакомство с организацией подготовки товаров к продаже, размещение их на рабочих местах продавцов и в торговом зале. 6. Оформление заключения о соблюдении правил охраны труда 7. Ознакомление с видами и методами изучения покупательского спроса на складе. 	<p>ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.3, ПК 1.4. ПК 1.5. ПК 1.6. ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 06., ОК 07., ОК 08., ОК 09., ПО1, ПО2, ПО№3 ПО4, ПО5, ПО6, ПО7, ПО8, ПО9, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 310, 311, 312, 313, 314, 315; У1, У2, У3, 34, У5, У6, У7, У8, У9, У10, У11, У12, У13, У14, У15, У16, У17.</p>

<p>8. Анализ структуры ассортимента товаров по характеру спроса.</p> <p>9. Анализ спроса на товары, поставляемые различными предприятиями-поставщиками (изготовителями).</p> <p>10. Изучение и анализ причин, влияющих на соотношение спроса и предложения.</p> <p>11. Ознакомление с источниками закупки товаров, определение доли разных поставщиков в общем объеме закупок.</p> <p>12. Участие в отборе товара у поставщика, составление заказов и их документальное оформление.</p> <p>13. Изучение организации, порядка и сроков заключения договоров с поставщиками.</p> <p>14. Ознакомление с порядком составления и согласования графиков завоза различными видами транспорта.</p> <p>15. Принятие участие в приемке товаров, тары по количеству и качеству от различных поставщиков, ознакомление с товарно-сопроводительными документами, анализ документов.</p> <p>16. Составление рекламаций и претензий поставщику на некачественные товары.</p> <p>17. Формулировка выводов о соблюдении требований к организации приемки товаров и тары.</p> <p>Участие в контроле за режимом хранения, ознакомление с приборами для контроля за режимом хранения, фиксация результатов измерений.</p>	
---	--

4.3. Форма аттестационного листа

Характеристика учебной и профессиональной деятельности обучающегося во время учебной практики	
ФИО _____, обучающийся(аяся) на _____ курсе по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело успешно прошел(ла) учебную практику по профессиональному модулю ПМ.01 Организация и осуществления торговой деятельности в объеме _____ час. с « _____ » _____ 20__ г. по « _____ » _____ 20__ г. В организации ГБУ КО ПООТК (238750, Калининградская область, г.Советск, ул. Герцена, 5 Виды и качество выполнения работ	
Виды и объем работ, выполненные обучающимся во время практики	Качество выполнения работ в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика
1. Изучение характеристики оптового торгового предприятия: вид здания, организационно-правовая форма собственности, специализация, хозяйственная самостоятельность.	В соответствии с нормативными требованиями
2. Знакомство с организацией подготовки товаров к продаже, размещение их на рабочих местах продавцов и в торговом зале.	В соответствии с нормативными требованиями
3. Ознакомление с устройством склада: составом помещений, площадью, емкостью, технической оснащенностью, охраной склада, противопожарной безопасностью.	В соответствии с инструкцией
4. Заключение о эффективности использования площадей и емкости склада.	В соответствии с правилами эксплуатации
5. Изучение технологического процесса, составление схемы, анализ состояния использования оборудования и инвентаря.	В соответствии с инструкцией
6. Оформление заключения о соблюдении правил охраны труда	В соответствии с инструкцией
7. Ознакомление с видами и методами изучения покупательского спроса на складе.	В соответствии с требованиями
8. Анализ структуры ассортимента товаров по характеру спроса.	В соответствии с требованиями торговли

9. Анализ спроса на товары, поставляемые различными предприятиями-поставщиками (изготовителями).	В соответствии с правилами торговли
10. Изучение и анализ причин, влияющих на соотношение спроса и предложения	В соответствии с нормативными требованиями
11. Ознакомление с источниками закупки товаров, определение доли разных поставщиков в общем объеме закупок.	В соответствии с требованиями организации
12. Участие в отборе товара у поставщика, составление заказов и их документальное оформление.	В соответствии с Инструкцией о приёмке товаров по количеству и качеству
13. Изучение организации, порядка и сроков заключения договоров с поставщиками.	В соответствии с нормативными требованиями
14. Ознакомление с порядком составления и согласования графиков завоза различными видами транспорта.	В соответствии с нормативными требованиями
15. Принятие участие в приемке товаров, тары по количеству и качеству от различных поставщиков, ознакомление с товарно-сопроводительными документами, анализ документов.	В соответствии с нормативными требованиями
16. Составление рекламаций и претензий поставщику на некачественные товары.	В соответствии с нормативными требованиями
17. Формулировка выводов о соблюдении требований к организации приемки товаров и тары.	В соответствии с инструкцией
18. Участие в контроле за режимом хранения, ознакомление с приборами для контроля за режимом хранения, фиксация результатов измерений.	В соответствии с требованиями

Дата «__».___.20__	Подпись руководителя практики
	Подпись ответственного лица организации

Характеристика учебной и профессиональной деятельности обучающегося во время производственной практики (по профилю специальности)
<p>Обучающийся на ___ курсе по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело успешно прошёл(ла) производственную практику (по профилю специальности) по профессиональному модулю</p> <p align="center">ПМ.01 Организация и осуществления торговой деятельности</p> <p>В объёме ___ час с «__» ___ 20__ г по «__» ___ 20__ г в организации _____</p> <p>Виды и качество выполнения работ</p>

Виды и объём работ, выполненные обучающимся во время производственной практики (по профилю специальности)	Качество выполнения работ в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика
1. Изучение характеристики оптового торгового предприятия: вид здания, организационно-правовая форма собственности, специализация, хозяйственная самостоятельность.	В соответствии с нормативными требованиями
2. Знакомство с организацией подготовки товаров к продаже, размещение их на рабочих местах продавцов и в торговом зале.	В соответствии с нормативными требованиями
3. Ознакомление с устройством склада: составом помещений, площадью, емкостью, технической оснащённостью, охраной склада, противопожарной безопасностью.	В соответствии с инструкцией
4. Заключение о эффективности использования площадей и емкости склада.	В соответствии с правилами эксплуатации
5. Изучение технологического процесса, составление схемы, анализ состояния использования оборудования и инвентаря.	В соответствии с инструкцией
6. Оформление заключения о соблюдении правил охраны труда	В соответствии с инструкцией

7. Ознакомление с видами и методами изучения покупательского спроса на складе.	В соответствии с требованиями
8. Анализ структуры ассортимента товаров по характеру спроса.	В соответствии с требованиями торговли
9. Анализ спроса на товары, поставляемые различными предприятиями-поставщиками (изготовителями).	В соответствии с правилами торговли
10. Изучение и анализ причин, влияющих на соотношение спроса и предложения	В соответствии с нормативными требованиями
11. Ознакомление с источниками закупки товаров, определение доли разных поставщиков в общем объеме закупок.	В соответствии с требованиями организации
12. Участие в отборе товара у поставщика, составление заказов и их документальное оформление.	В соответствии с Инструкцией о приёмке товаров по количеству и качеству
13. Изучение организации, порядка и сроков заключения договоров с поставщиками.	В соответствии с нормативными требованиями
14. Ознакомление с порядком составления и согласования графиков завоза различными видами транспорта.	В соответствии с нормативными требованиями
15. Принятие участие в приемке товаров, тары по количеству и качеству от различных поставщиков, ознакомление с товарно-сопроводительными документами, анализ документов.	В соответствии с нормативными требованиями
16. Составление рекламаций и претензий поставщику на некачественные товары.	В соответствии с нормативными требованиями
17. Формулировка выводов о соблюдении требований к организации приемки товаров и тары.	В соответствии с инструкцией
18. Участие в контроле за режимом хранения, ознакомление с приборами для контроля за режимом хранения, фиксация результатов измерений.	В соответствии с требованиями
Поиск коммерческих партнёров и заключение договорных отношений.	В соответствии с требованиями организации
Участие в приёмке товаров по количеству и качеству	В соответствии с Инструкцией о порядке приёмки товаров по количеству и качеству
Рекламно-информационная работа в магазине.	В соответствии с требованиями организации
Решение торговых ситуаций (обслуживание покупателей)	В соответствии с Правилами торговли
Товароведно-коммерческая характеристика основных групп непродовольственных товаров.	В соответствии с Правилами торговли
Факторы, влияющие на качество товаров. Упаковка, транспортирование и хранение товаров. Информационные знаки товаров.	В соответствии с Правилами торговли
Дата «__».___.20__	Подпись руководителя практики
	Подпись ответственного лица организации

5. Фонды оценочных средств для экзамена по модулю

5.1. Общие положения

Экзамен по модулю предназначен для контроля и оценки результатов освоения профессионального модуля

ПМ.01 Организация и осуществления торговой деятельности
по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело

Экзамен включает два этапа:

1. Выполнение практических заданий в ходе экзамена;
2. Представление портфолио смешанного типа.

ОЦЕНОЧНАЯ ВЕДОМОСТЬ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ

ПМ.01 Организация и осуществления торговой деятельности

ФИО _____
 обучающийся на _____ курсе по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело
 освоила программу профессионального модуля **ПМ.01 Организация и осуществления торговой деятельности**
 в объеме _____ час. с «_____». _____ 20__ г. по «_____». _____ 20__ г.
 Результаты промежуточной аттестации по элементам профессионального модуля

Элементы модуля (код и наименование МДК, код практик)	Формы промежуточной аттестации	Оценка
МДК.01.01 Организация и осуществления торговой деятельности	Экзамен	
УП.01	Дифференцированный зачёт	
ПП.01	Дифференцированный зачёт	

Итоги экзамена модулю ПМ.01 Организация и осуществления торговой деятельности

Коды проверяемых компетенций	Основные показатели оценки результата	Оценка
ПК 1.1. Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.	1)проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.	
	2)достижение целей по распознаванию товаров по ассортиментной принадлежности;	
	3)использование новых средств при формировании торгового ассортимента по результатам анализа потребности в товарах;	
	4)обоснованный выбор средств и методов маркетинга для формирования спроса и стимулирования сбыта;	
	5)соблюдение последовательности расчёта показателей ассортимента;	
ПК 1.2. Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта.	1)соблюдение требований оформления договоров с поставщиками и потребителями по результатам заключения торговых соглашений;	
	2)выполнение технологических процессов товародвижения;	
	3)использование современных средств механизации и автоматизации учёта поставок товаров на предприятия	
ПК 1.3. Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.	1)Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.	
	2)соблюдение правил использования торгового-технологического оборудования на основе действующих норм технического оснащения магазинов;	
	3)соблюдение комплексного подхода к выработке оптимальных вариантов продажи товаров в соответствии с Законом РФ «О защите прав потребителей»;	
	4)выполнение требований по соблюдению условий и сроков хранения товаров в соответствии с Правилами работы магазина;	
	5)соблюдение правил размещения товаров различными способами на складах и в магазинах в соответствии с Правилами торговли;	
ПК 1.4. Осуществлять подготовку к	1) осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение.	

заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение.	соблюдение требований по приёмке товаров по количеству и качеству согласно инструкциям;	
	2)выполнение требований документального сопровождения товародвижения;	
	3)соблюдение различных нормативно-правовых актов, требований ОТ, распространяющихся на деятельность организации;	
	4)выполнение требований (инструкций и правил техники безопасности для санитарно-эпидемиологического благополучия;	
ПК 1.5. Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту.	Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту.	
ПК 1.6 Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.	организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.	
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;	- участие в профессионально значимых мероприятиях (конкурсах профмастерства, конференциях, проектах, публикации и т.д.)	
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	- рациональность планирования и организации деятельности	
	- своевременность сдачи заданий, отчетов, практических и лабораторных работ;	
	- обоснованность постановки цели, выбора и применения методов и способов проведения обработки и оформления результатов анализов	
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;	- 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	- Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	

и команде;		
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	- осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;	- проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;	
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	- содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;	- использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;	
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	- пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	

государственном и иностранном языках.		
Дата ____ . ____ .20 ____	Подписи членов экзаменационной комиссии	

5.2. Экзаменационные материалы для экзамена по модулю

ЗАДАНИЕ № 1

Текст задания:

Выполните задание по разработке, оформлению договоров купли-продажи или поставки, актов и претензий в соответствии с ГК РФ и подготовьте их к защите.

1. Разработайте, оформите договора купли-продажи или поставки, актов и претензий в соответствии с ГК РФ, согласно условий производственных заданий.
2. Обоснуйте основные условия договор.
3. Назовите причины составления актов приемки товаров и условия их составления.
4. Предложите рекомендации по совершенствованию договорных отношений.

ЗАДАНИЕ № 2

Текст задания:

Выполните задание по организации товарооборота торговой организации, проведения статистических расчетов по определению величину текущего и прогнозируемого спроса на товар, подготовьте материал к защите.

1. Рассчитайте величины товарооборота за текущий период.
2. Определите статическими методами величину текущего и прогнозируемого спроса на товар,.
3. Предложите рекомендации по планированию товарооборота в торговой организации.

ЗАДАНИЕ № 3

Текст задания:

Выполните задание по организации приемки товара в торговой организации по количеству и качеству с документальным оформлением в программе 1С: Управление торговлей.

1. Сформируйте и оформите учетную документацию по поступлению товара в программе 1С: Управление торговлей.
2. Сформируйте и оформите сопроводительные документы на поступивший товар (ТТН или счет-фактура) в программе 1С: Управление торговлей.
3. Составьте схемы организации приемки товара в торговой организации по количеству и качеству в соответствии с инструкциями П-6 и П-7.
4. Сформируйте и оформите акт приемки товара в программе 1С: Управление торговлей.
5. Предложите рекомендации по организации приемки товара в торговой организации.

ЗАДАНИЕ № 4

Текст задания:

Выполните задание по организации и управлению товарными запасами в торговой организации

1. Сформируйте и оформите учетную документацию по поступлению товара в программе 1С: Управление торговлей.
2. Сформируйте и оформите сопроводительные документы на поступивший товар (ТТН или счет-фактура) в программе 1С: Управление торговлей.
3. Составьте схемы организации приемки товара в торговой организации по количеству и качеству в соответствии с инструкциями П-6 и П-7.
4. Сформируйте и оформите акт приемки товара в программе 1С: Управление торговлей.
5. Выбор вида автотранспортных средств для перевозки груза
6. Предложите рекомендации по организации приемки товара в торговой организации.

ЗАДАНИЕ № 5

Текст задания:

Выполните задание по организации товарооборота торговой организации, проведения статистических расчетов по определению величину текущего и прогнозируемого спроса на товар, подготовьте материал к защите.

1. Рассчитайте величины товарооборота за текущий период.
2. Определите статическими методами величину текущего и прогнозируемого спроса на товар.
3. Предложите рекомендации по планированию товарооборота в торговой организации.

ЗАДАНИЕ № 6

Текст задания:

Выполните задание по организации приемки товара в торговой организации по количеству и качеству с документальным оформлением в программе 1С: Управление торговлей.

1. Сформируйте и оформите учетную документацию по поступлению товара в программе 1С: Управление торговлей.
2. Сформируйте и оформите сопроводительные документы на поступивший товар (ТТН или счет-фактура) в программе 1С: Управление торговлей.
3. Составьте схемы организации приемки товара в торговой организации по количеству и качеству в соответствии с инструкциями П-6 и П-7.
4. Сформируйте и оформите акт приемки товара в программе 1С: Управление торговлей.
5. Предложите рекомендации по организации приемки товара в торговой организации.

ЗАДАНИЕ № 7

Текст задания:

Выполните задание по организации и управлению товарными запасами в торговой организации

1. Сформируйте и оформите учетную документацию по закупке товара от поставщика в программе 1С: Управление торговлей.
2. Сформируйте и оформите сопроводительные документы на поступивший товар (ТТН или счет-фактура) в программе 1С: Управление торговлей.
3. Составьте таблицы по условиям хранения, размещения товара на складе.
4. Предложите рекомендации по совершенствованию складских операций в торговой организации.

5.4. Представление портфолио

5.4.1. Тип портфолио - смешанный тип портфолио

5.4.2 Структура портфолио

В предлагаемую нами модель портфолио студента включены следующие структурные элементы:

Титульный лист.

Раздел 1 . Официальные документы. Достижения в освоении основной образовательной программы и программам дополнительного образования.

Раздел 2. Уровень профессиональных знаний.

Раздел 3. Уровень профессиональных умений.

Раздел 4. Уровень профессиональных навыков.

Раздел 5. Участие во внеучебной деятельности колледжа (группы).

Раздел 6. Отзывы о качестве учебно-профессиональной деятельности обучающегося и ее результатах.

Оценка портфолио

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Оценка
ПК 1.1. Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.	1)проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.	
	2)достижение целей по распознаванию товаров по ассортиментной принадлежности;	
	2)использование новых средств при формировании торгового ассортимента по результатам анализа потребности в товарах;	
	3)обоснованный выбор средств и методов маркетинга для формирования спроса и стимулирования сбыта;	
	4)соблюдение последовательности расчёта показателей ассортимента;	
ПК 1.2. Устанавливать	1)соблюдение требований оформления договоров с	

хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта.	поставщиками и потребителями по результатам заключения торговых соглашений;	
	2)выполнение технологических процессов товародвижения;	
	3)использование современных средств механизации и автоматизации учёта поставок товаров на предприятия	
ПК 1.3. Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.	1)Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.	
	2)соблюдение правил использования торгово-технологического оборудования на основе действующих норм технического оснащения магазинов;	
	2)соблюдение комплексного подхода к выработке оптимальных вариантов продажи товаров в соответствии с Законом РФ «О защите прав потребителей»;	
	3)выполнение требований по соблюдению условий и сроков хранения товаров в соответствии с Правилами работы магазина;	
	4)соблюдение правил размещения товаров различными способами на складах и в магазинах в соответствии с Правилами торговли;	
ПК 1.4. Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение.	1) осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение. соблюдение требований по приёмке товаров по количеству и качеству согласно инструкциям;	
	2)выполнение требований документального сопровождения товародвижения;	
	3)соблюдение различных нормативно-правовых актов, требований ОТ, распространяющихся на деятельность организации;	
	4)выполнение требований (инструкций и правил техники безопасности для санитарно-эпидемиологического благополучия;	
ПК 1.5. Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту.	Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту.	
ПК 1.6 Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.	организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.	

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;	- участие в профессионально значимых мероприятиях (конкурсах профмастерства, конференциях, проектах, публикации и т.д.)	
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные	- рациональность планирования и организации деятельности по исследованию продуктов питания; - своевременность сдачи заданий, отчетов, практических и лабораторных работ;	

технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	- обоснованность постановки цели, выбора и применения методов и способов проведения обработки и оформления результатов анализов	
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;	- 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;	- 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;	- осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;	- проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;	
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	- содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	
ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;	- использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;	
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	- пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	