**Федеральное казённое профессиональное образовательное учреждение**

**«Оренбургский государственный экономический колледж-интернат»**

**МИНИСТЕРСТВА ТРУДА И СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

|  |
| --- |
|  |
|  |
|  |
|  |

**Комплект**

**контрольно-оценочных средств**

**по профессиональному модулю**

**ПМ. 02«ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

**для проведения квалификационного экзамена**

программы подготовки специалистов среднего звена

по специальности СПО

**38.02.04 Коммерция (по отраслям)**

Квалификация: менеджер по продажам

**Оренбург, 2017г.**

**Разработчики:**

преподаватель Наталья Александровна

ФКПОУ ОГЭКИ Мельникова

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

(место работы) (занимаемая должность) (инициалы, фамилия)

Содержание

1. Паспорт комплекта контрольно-оценочных средств……………………………………..4
   1. Результаты освоения программы профессионального модуля, подлежащие проверке. 4
      1. Вид профессиональной деятельности …………………………………………………….4
      2. Профессиональные и общие компетенции………………………………………………..4
      3. Дидактические единицы «иметь практический опыт», «уметь» и «знать» …………….7
2. Оценка освоения междисциплинарных курсов …………………………………………..9
   1. Формы и методы оценивания ……………………………………………………………...9
   2. Перечень заданий для оценки освоения ПМ 02. ………………………………………...10
3. Контрольно – оценочные материалы для экзамена (квалификационного) ……………13
   1. Формы проведения экзамена (квалификационного)…………………………………….13
   2. Форма оценочной ведомости ……………………………………………………………13
   3. Специальные условия …………………………………………………………………….13
   4. Задания, выполняемые в ходе очной части экзамена .………………………………….16
4. ПАКЕТ ЭКЗАМЕНАТОРА ……………………………………………………………….32
   1. Условия проведения экзамена ……………………………………………………………32
   2. Задания ……………………………………………………………………………………..32
   3. Эталоны ответов …………………………………………………………………………..42

4.4 Критерии оценки …………………………………………………………………………………..52

Приложение 1 ………………………………………………………………………………………………55

# I. Паспорт комплекта контрольно-оценочных средств

## 1.1. Результаты освоения программы профессионального модуля, подлежащие проверке

**1.1.1. Вид профессиональной деятельности**

Результатом освоения профессионального модуля является готовность обучающегося к выполнению вида профессиональной деятельности *Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности* и составляющих его профессиональных компетенций, а также общие компетенции, формирующиеся в процессе освоения ОПОП в целом.

Формой итоговой аттестации по профессиональному модулю является экзамен (квалификационный). Итогом экзамена является однозначное решение: «вид профессиональной деятельности освоен / не освоен».

**1.1.2 Профессиональные и общие компетенции**

В результате аттестации по профессиональному модулю осуществляется комплексная проверка следующих профессиональных и общих компетенций

Таблица 1. – Комплексные показатели сформированности компетенций

|  |  |
| --- | --- |
| Профессиональные и общие компетенции, которые возможно сгруппировать для проверки | Показатели оценки результата |
| ПК 2.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации  ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий | * обоснованность выбора данных бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности; * соблюдение последовательности действий при проведении учета товаров; * соответствие оформления документации по учету товаров установленным требованиям (стандартам); * соблюдение последовательности действий при проведении инвентаризации; * соответствие оформления результатов инвентаризации установленным требованиям (стандартам) * соблюдение норм действующего законодательства;   - учет в профессиональной деятельности обязательных требований нормативных документов, стандартов, технических условий |
| ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем  ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество | * соответствие оформления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов установленным требованиям (стандартам); * правильность составления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов; * организация хранения организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов в соответствии с установленными требованиями (стандартами); * грамотность и скорость составления и оформления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов при работе с автоматизированными системами * выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области организации и проведения экономической и маркетинговой деятельности;   - оценка эффективности и качества выполнения профессиональных задач |
| ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов  ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес | * обоснованность выбора экономических методов в конкретных практических ситуациях; * правильность расчета микроэкономических показателей; * полнота анализа микроэкономических показателей; * полнота анализа рынков ресурсов * демонстрация интереса к будущей профессии; * активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности; * наличие высоких результатов при освоении учебных дисциплин и профессиональных модулей;   - наличие положительных отзывов по итогам производственной практики |
| ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату | * правильность расчета основных экономических показателей коммерческой организации; * правильность расчета цены продукции; * правильность расчета заработной платы сотрудников и ФОТ предприятия |
| ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров  ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития | * правильность определения потребности; * правильность выявления типа маркетинга в соответствии с потребностями потребителя; * аргументированность формирования спроса; * аргументированность выбора методов стимулирования сбыта * эффективный поиск необходимой информации; * использование различных источников, включая электронные |
| ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации  ОК 10. Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь | * логичность обоснования целесообразности использования маркетинговых коммуникаций; * правильность применения маркетинговых коммуникаций * использование в речи специальных терминов в соответствии со спецификой получаемой профессии; * отсутствие недостатков в развитии речи |
| ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений  ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями | * правильность соблюдения последовательности проведения маркетинговых исследований; * обоснованность принятия маркетинговых решений   - взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения |
| ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации  ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации | * обоснованность принятия решений при реализации сбытовой политики; * правильность оценки конкурентоспособности товаров; * правильность оценки конкурентных преимуществ организации * организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля; * ориентация на обучение в течение всей жизни |
| ПК 2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты  ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность | * обоснованность выбора методов и приемов анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности; * соблюдение последовательности действий при осуществлении денежных расчетов с покупателями; * правильность составления финансовой документации и отчетности в соответствии требованиями (стандартами)   - решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области организации и проведения экономической и маркетинговой деятельности |

**1.1.3 Дидактические единицы «иметь практический опыт», «уметь» и «знать»**

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен освоить следующие дидактические единицы.

Таблица 2. - Перечень дидактических единиц в МДК и заданий для проверки

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Коды** | **Наименование** | | **Показатели оценки результата** | **№ заданий для проверки** |
| **Иметь практический опыт:** | | | | |
| ПО 1 | оформления финансовых документов и отчетов | | Оформление финансовых документов и отчетов | Задание № 1 |
| ПО 2 | проведение денежных расчетов | | Оформление расчетных документов на безналичное перечисление денежных средств | Задание № 2 |
| ПО 3 | расчета основных налогов | | Производить расчеты основных видов налогов | Задание № 3 |
| ПО 4 | анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций | | Проведение анализа показателей финансово – хозяйственной деятельности торговых организаций | Задание № 4 |
| ПО 5 | выявления потребностей (спроса) на товары | | Выявление потребностей на товары | Задание № 5 |
| ПО 6 | реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с коньюктурой рынка | | Организация реализации маркетинговых мероприятий торговым предприятием в соответствии со сложившийся коньюктурой рынка | Задание № 6 |
| ПО 7 | участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций | | Принимать участие в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций | Задание № 7 |
| ПО 8 | анализа маркетинговой среды организации | | Осуществление анализа маркетинговой среды организации | Задание № 8 |
| **Уметь:** | | | | |
| У 1 | составлять финансовые документы и отчеты | Правильность выполнения задания по составлению финансовых документов и отчетов | | Практическая работа |
| У 2 | осуществлять денежные расчеты | Правильность оформления расчетных документов на перечисление денежных средств | | Практическая работа |
| У 3 | пользоваться нормативными документами в области налогообложения регулирующими механизм и порядок налогообложения | Правильность использования нормативных документов в области налогообложения регулирующие механизм и порядок налогообложения | | Практическая работа |
| У 4 | рассчитывать основные налоги | Правильность произведенных расчетов основных налогов | | Практическая работа |
| У 5 | анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций | Правильность выполнения анализа результатов финансово- хозяйственной деятельности торговых организаций | | Практическая работа |
| У 6 | применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для  разных видов анализа | Правильность применения методов и приемов анализа финансово- хозяйственной деятельности организаций | | Практическая работа |
| У 7 | выявлять, формировать и удовлетворять потребности | Правильность выполнения заданий по выявлению формированию удовлетворения потребностей. | | Практическая работа |
| У 8 | обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций | Правильность выполнения задания по обеспечению продвижения товаров на рынке через различные каналы сбыта, с использованием маркетинговых коммуникаций. | | Практическая работа |
| У 9 | проводить маркетинговые исследования рынка | Правильность выполнения задания по проведению маркетинговых исследований рынка. | | Практическая работа |
| У 10 | оценивать конкурентоспособность товаров | Правильность выполнения заданий при оценке конкурентоспособности товаров. | | Практическая работа |
| **Знать:** | | | | |
| З 1 | сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег,  денежного обращения | | Демонстрация знаний по сущности, функциям и роли финансов и денег в экономике, а так же денежного обращения. | Тестирование |
| З 2 | финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование  и методы финансового контроля | | Демонстрация знаний кредитно-денежной политики, финансового планирования и методов финансового контроля. | Тестирование |
| З 3 | основные положения налогового законодательства | | Демонстрация знаний Налогового кодекса | Тестирование |
| З 4 | функции и классификацию налогов | | Демонстрация знаний функций и классификации налогов | Тестирование |
| З 5 | организацию налоговой службы | | Демонстрация знаний по организации налоговой службы РФ | Тестирование |
| З 6 | методику расчета основных видов налогов | | Демонстрация знаний методики расчета основных видов налогов | Тестирование |
| З 7 | методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; информационное обеспечение,  организацию аналитической работы; анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности | | Демонстрация знаний методологических основ анализа финансово-хозяйственной деятельности: целей, задач, методов, приемов, видов; информационного обеспечения, организации аналитической работы; анализа деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности | Тестирование |
| З 8 | составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты | | Демонстрация знаний составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты | Тестирование |
| З 9 | средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику | | Демонстрация знанийсредств удовлетворения потребностей, средств распределения и продвижения товаров, средств маркетинговых коммуникаций и их характеристику | Тестирование |
| З 10 | методы изучения рынка, анализа окружающей среды | | Демонстрация знанийметодов изучения рынка, анализа окружающей среды | Тестирование |
| З 11 | конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности | | Демонстрация знаний конкурентной среды предприятия, видов конкуренции и показатели | Тестирование |
| З 12 | этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом | | Демонстрация знаний этапов маркетинговых исследований, их результатов, управление маркетингом | Тестирование |

**II. Оценка освоения междисциплинарных курсов**

**2.1. Формы и методы оценивания**

**Описание правил оформления результатов оценивания**

Итоговый контроль освоения вида профессиональной деятельности *Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности* осуществляется на квалификационном экзамене. Условием допуска к квалификационному экзамену является положительная аттестация по МДК, учебной и производственной практике.

Квалификационный экзамен проводится в виде выполнения практических заданий, имитирующих работу в реальной ситуации деятельности торговой организации. Условием положительной аттестации (вид профессиональной деятельности освоен) на квалификационном экзамене является положительная оценка освоения всех профессиональных компетенций по всем контролируемым показателям.

При отрицательном заключении хотя бы по одной из профессиональных компетенций принимается решение «вид профессиональной деятельности не освоен».

Промежуточный контроль освоения профессионального модуля осуществляется при проведении экзамена по МДК 02.03 «Маркетинг» и дифференцированных зачетов по МДК 02.01 «Финансы, налоги и налогообложение», МДК 02.02 «Анализ финансово-хозяйственной деятельности», учебной и производственной практике.

Предметом оценки освоения МДК являются умения и знания.

Предметом оценки по производственной практике является приобретение практического опыта. Контроль и оценка по производственной практике проводится на основе характеристики обучающегося с места прохождения практики, составленной и завизированной представителем образовательного учреждения и руководителем с базы практики. В характеристике отражаются виды работ, выполненные обучающимся во время практики, их объем, качество выполнения в соответствии с торгово-технологическим процессом и требованиями.

Контроль и оценка этих дидактических единиц осуществляется с использованием следующих форм и методов:

|  |  |
| --- | --- |
| **Элементы модуля, профессиональный модуль** | **Формы промежуточной аттестации** |
| МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение | Дифференцированный зачет |
| МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности | Дифференцированный зачет |
| МДК 02.03. Маркетинг | Экзамен |
| Учебная практика | Дифференцированный зачет |
| Производственная практика | Дифференцированный зачет |
| **ПМ** | **Экзамен (квалификационный)** |

**2.2. Перечень заданий для оценки освоения ПМ 02.Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности**

Таблица 3. - Перечень заданий по ПМ 02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Проверяемые результаты обучения**  **(У и З)** | **Тип задания** | **Возможности использования** |
| **Умения** |  |  |
| составлять финансовые документы и отчеты | Практическая работа № 12-13 «Оценка платежеспособности. Анализ финансовой устойчивости предприятия с помощью абсолютных и относительных показателей» | текущий контроль |
| осуществлять денежные расчеты | Практическая работа № 7 «Анализ динамики товарооборота изменений структуры ассортимента» | текущий контроль |
| пользоваться нормативными документами в области налогообложения регулирующими механизм и порядок налогообложения | Самостоятельная работа  Изучение Налогового кодекса Российской Федерации | текущий контроль |
| рассчитывать основные налоги | Практическое занятие № 6-7 «Определение НДС,акцизов и таможенной пошлины»  Практическое занятие № 8-9 «Расчет налога на прибыль предприятий»,  Практическое занятие № 10 «Налог на имущество организации и транспортный налог»  Практическое занятие № 11 «Расчет НДФЛ с применением стандартных вычетов» | текущий контроль |
| анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых  организаций | Практическая работа 4-5 «Оценка структуры, технического состояния, движения основных средств и эффективности их использования»  Практическая работа № 6 «Оценка обеспеченности предприятия материальными ресурсами. Анализ эффективности использования материальных ресурсов  Практическая работа № 7 «Анализ динамики товарооборота изменений структуры ассортимента» Практическая работа № 8 «Анализ товарных запасов и их оборачиваемости»  Практическая работа № 9 «Оценка структуры, динамики и движения трудовых ресурсов. Факторный анализ производительности труда. Факторный анализ фонда заработной платы»  Практическая работа № 10 «Анализ себестоимости по элементам затрат. Расчет влияния факторов на себестоимость продукции»  Практическая работа № 11 «Оценка динамики и структуры прибыли предприятия. Факторный анализ прибыли. Оценка рентабельности предприятия, факторный анализ рентабельности активов»  Практическая работа № 12-13 «Оценка платежеспособности. Анализ финансовой устойчивости предприятия с помощью абсолютных и относительных показателей»  Практическая работа № 14 «Анализ оборачиваемости имущества. Анализ состава, структуры и оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности» | текущий контроль |
| применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа | Практическая работа 1-2 «Применение метода сравнения, средних и относительных величин в АФХД»  Практическая работа № 3 «Применение способов цепных подстановок, абсолютных и относительных разниц в факторном анализе. Индексный метод» | текущий контроль |
| выявлять, формировать и удовлетворять потребности | Практическое занятие № 1-2 «Установление основных видов потребностей и товаров-средств их удовлетворения»  Практическое занятие № 5-6 «Анализ окружающей среды торговой (или сбытовой, или маркетинговой) организации» | текущий контроль |
| обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций | Практическое занятие № 11«Установление уровней каналов распространения товаров »  Практическое занятие № 12 «Оценка эффективности сбытовой политики организации»  Практическое занятие № 15-16 «Методы личной продажи товаров коммерческими агентами» | текущий контроль |
| проводить маркетинговые исследования рынка | Практическое занятие № 30-31 «Проведение маркетинговых исследований»  Практическое занятие № 32-33 «Ознакомление с методами сбора информации»  Практическое занятие № 34-35 «Составление анкет и проведение опроса» | текущий контроль |
| оценивать конкурентоспособность товаров | Практическое занятие № 7-8 «Оценка конкурентоспособности организации и установление конкурентных преимуществ» Практическое занятие № 10 «Разработка маркетинговых мероприятий по совершенствованию ЖЦП» | текущий контроль |
| **Знания:** |  |  |
| сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения | Тестирование | Текущий контроль |
| финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля | Тестирование | Текущий контроль |
| основные положения [налогового законодательства](http://base.garant.ru/10900200/1/#block_20001) | Тестирование | Текущий контроль |
| функции и классификацию налогов | Тестирование | Текущий контроль |
| организацию налоговой службы | Тестирование | Текущий контроль |
| методику расчета основных видов налогов | Тестирование | Текущий контроль |
| методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; информационное обеспечение, организацию аналитической работы | Тестирование | Текущий контроль |
| анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности | Тестирование | Текущий контроль |
| составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты | Тестирование | Текущий контроль |
| средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику | Тестирование | Текущий контроль |
| методы изучения рынка, анализа окружающей среды | Тестирование | Текущий контроль |
| конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности | Тестирование | Текущий контроль |
| этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом | Тестирование | Текущий контроль |

**III. Контрольно – оценочные материалы для экзамена (квалификационного)**

**3.1. Формы проведения экзамена (квалификационного)**

Экзамен (квалификационный) представляет собой процедуру оценки уровня освоения профессиональных компетенций преподавателем и работодателем. В ходе очной части экзамена обучающиеся выполняют ситуационные (торговые) задания. ПК, освоенные на производственной практики оцениваются по аттестационному листу и отчету по производственной практике – заочная часть экзамена.

При отрицательном заключении хотя бы по одной из профессиональных компетенций принимается решение «вид профессиональной деятельности не освоен».

**3.2. Форма оценочной ведомости (Приложение 1).**

**3.3. Специальные условия**

Обучающиеся с ограниченными возможностями здоровья, в отличие от остальных, имеют свои специфические особенности восприятия, переработки материала, выполнения промежуточных и итоговых форм контроля знаний. Они должны быть обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами (Нормативные акты, справочная литература) в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

**для лиц с нарушениями зрения:**

- в печатной форме увеличенным шрифтом;

- в форме электронного документа;

- в форме аудиофайла;

- предоставление лупы, для просмотра текста, написанного мелким шрифтом на маркировке товара

**для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:**

- в печатной форме;

- в форме электронного документа;

- в форме аудиофайла.

Для возможности оценивания достижений, результатов обучения и уровня сформированности всех компетенций, предусмотренных адаптированной рабочей программой обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностямиздоровья в соответствии с решением психолого-медико-педагогического консилиума колледжа-интерната (протокол №1 от 12.02.2018г.) устанавливаются формы проведения опроса, экзамена квалификационного, с учетом индивидуальных психофизических особенностей:

- только устно;

- только письменно на бумаге;

- письменно, в том числе на компьютере;

- увеличенный шрифт;

-время подготовки ответа, выполнения задания увеличивается на 50% от установленного.

Сведения по обучающимся специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) нуждающимся в создании специальных условий для обучения, проведения текущего контроля, промежуточной и государственной итоговой аттестации, организации практик.

**34 группа**

**Специальность 38.02.04 Коммерция (по отраслям)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **ФИО** | **Категория обучающихся** | **Необходимость создания специальных условий, в том числе специальных рабочих мест** |
| 1 | Аветисян Сирануш Араевна | к | Увеличенный шрифт (не менее 18 пп); |
| 2 | Айтишев Манат Сабиржанович | с | ----- |
| 3 | Андреянов Сергей Александрович | и | представление дидактического и экзаменационного материала в письменной форме; увеличение времени выполнения заданий (до 50%) |
| 4 | Выровщикова Яна Юрьевна | б | ----- |
| 5 | Григорьев Константин Станиславович | с | ----- |
| 6 | Громов Сергей Александрович | с | ---- |
| 7 | Дашаев Абубакар Шамханович | и | Увеличенный шрифт (не менее 18 пп); увеличение времени выполнения заданий (до 50%) |
| 8 | Дашаев Умар Шамханович | и | Увеличенный шрифт (не менее 18 пп); увеличение времени выполнения заданий (до 50%) |
| 9 | Докучаев Владимир Алексеевич | к | ---- |
| 10 | Жарких Максим Владимирович | к | ---- |
| 11 | Коротков Максим Александрович | к | ---- |
| 12 | Кудинова Ольга Алексеевна | с | ---- |
| 13 | Митрофанов Вячеслав Сергеевич | с | избегание тяжелых физических перегрузок; |
| 14 | Нечаева Юлия Евгеньевна | и | Чередование режима обучения, труда (45 минут) и отдыха (10 минут) |
| 15 | Тёлина Ольга Алексеевна | с | ------ |
| 16 | Уханева Ангелина Александровна | б | ---- |
| 17 | Чернов Николай Алексеевич | к | ---- |
| 18 | Шмыкова Людмила Витальевна | б | Чередование режима обучения, труда (45 минут) и отдыха (10 минут); избегание физических и эмоциональных перегрузок; ограничение по времени работы с компьютером (не более 45 минут подряд) |
| 19 | Кухарева Виктория Александровна | и | Чередование режима обучения, труда (45 минут) и отдыха (10 минут) |

**35 группа**

**Специальность 38.02.04 Коммерция (по отраслям)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№** | **ФИО** | **Категория обучающихся** | **Необходимость создания специальных условий, в том числе специальных рабочих мест** |
| 1 | Бареян Армине Григорьевна | к | ----- |
| 2 | Быстров Александр Игоревич | и | увеличение времени выполнения заданий (до 50%) |
| 3 | Волков Павел Викторович | и | ---- |
| 4 | Волкова Юлия Сергеевна | к | ---- |
| 5 | Гиниатуллин Сергей Алексеевич | с | ---- |
| 6 | Гончарова Юлия Николаевна | б | Увеличенный шрифт (не менее 18 пп) |
| 7 | Жумагазин Тимур Куанышевич | и | Чередование режима обучения, труда (45 минут) и отдыха (10 минут); избегание физических и эмоциональных перегрузок; ограничение по времени работы с компьютером (не более 45 минут подряд) |
| 8 | Исмагилов Вадим Наилевич | б | Увеличенный шрифт (не менее 18 пп); избегание физических и эмоциональных перегрузок |
| 9 | Качанкин Владимир Васильевич | к | ---- |
| 10 | Кость Мария Валентиновна | с | Увеличенный шрифт (не менее 18 пп) |
| 11 | Овчинникова Елизавета Вячеславовна | и | увеличение времени выполнения заданий (до 50%); избегание физических и эмоциональных перегрузок; ограничение по времени работы с компьютером (не более 45 минут подряд) |
| 12 | Филиппов Александр Геннадьевич | с | ---- |
| 13 | Попова Кристина Вячеславовна | б | Увеличенный шрифт (не менее 18 пп) |
| 14 | Горват Эрик Людвигович | с | ---- |
| 10 | Карпушкин Олег Николаевич | к | ---- |
| 16 | Кочеткова Любовь Сергеевна | с | ---- |
| 17 | Могилин Илья Андреевич | б | ---- |
| 18 | Ткачев Денис Олегович | и | избегание физических и эмоциональных перегрузок; ограничение по времени работы с компьютером (не более 45 минут подряд) |

**3.4. Задания, выполняемые в ходе очной части экзамена**

**Билет № 1.**

**Оцениваемые компетенции:**

|  |
| --- |
| *ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.* |
| *ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.* |
| *ОК 3. Принимать решение в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.* |
| *ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.* |
| *ОК 6.Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями* |
| *ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознано планировать повышение квалификации.* |
| *ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а так же требования стандартов, технических условий.* |

**Условия выполнения задания:**

**Задания выполняются в учебном классе теоретического обучения в модельных условиях профессиональной деятельности.**

**Инструкция:**

- внимательно прочитайте задание;

- ответьте на предложенные вопросы;

- решите предложенные ситуации**.**

**Время выполнения задания:** 3 академических часа

**Вариант 1**

**Оцениваемые компетенции:**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ПК 2.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.  Задание 1. Оформить инвентаризационную опись по следующим данным:   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | № | наименование сыра | Количество, (кг) | розничная цена,(руб.) | | 1 | Швейцарский | 35,7 | 268 | | 2 | Сливочный | 28,4 | 253 | | 3 | Сметанковый | 56,9 | 264 | | 4 | Голландский | 34,1 | 275 | | 5 | Король Артур | 16,3 | 290 |   **Оцениваемые компетенции:** |
| ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.  Задание 2.  На основе предложенных данных оформите счет-фактуру.  Исходные данные:  - Продавец: ООО «Радуга»  - Адрес 118437, г Москва, ул. Маркса, 34 а  - ИНН/КПП: 7757658473/775101101  - Тел.: (3012) 210038  - Покупатель: ИП Кравец Б. О.  - Адрес 460546, г Оренбург, пр.Гагарина, 9.  - Тел.: (3012) 215538  - ИНН/КПП: 256981456375   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | Наименование товара | Ед. изм. | Кол-во | Цена, руб. | | Колбаса Докторская | Кг | 120,6 | 320,00 | | Колбаса Молочная | Кг | 350,7 | 310,00 | | Мясо птицы охлажденное | Кг | 286,1 | 155,50 | | Майонез Провансаль | Шт | 40 | 23,50 |   **Оцениваемые компетенции:** |
| ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынка ресурсов  Задание 3. Проанализировать динамику показателей финансовых результатов ООО «Каприз»   |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | Показатель | Сумма, тыс. руб. | | Отклоне-ние | Темп роста | Темп прироста | | Прошлый период | Отчетный период | | Прибыль от продаж | 41 550 | 45 372 |  |  |  | | Проценты к получению | 6 | 8 |  |  |  | | Проценты к уплате | 3 300 | 3 200 |  |  |  | | Прочие доходы | 1 640 | 2 120 |  |  |  | | Прибыль до налогообложения |  |  |  |  |  | | Налог на прибыль | 5 906 | 6 830 |  |  |  | | Чистая прибыль |  |  |  |  |  |   **Оцениваемые компетенции:** |
| ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.  Задание 4. Проанализировать соответствие между темпами роста средней заработной платы и производительности труда   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | Показатели | 2015 г. | 2016 г. | 2017 г. | | Выручка в расчете на одного работающего (производительность труда), тыс. руб. | 775,9 | 877,8 | 1081,0 | | Индекс роста производительности труда | х |  |  | | Среднегодовая заработная плата одного работника, тыс. руб. | 146,9 | 169,1 | 166,1 | | Индекс роста заработной платы к уровню прошлого года | х |  |  | | Коэффициент опережения темпов роста производительности труда над темпами роста оплаты труда | х |  |  | |
| **Оцениваемые компетенции:**  ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.  Задание 5.  Провести анализ и оценку потенциального спроса в России по средствам для полоскания полости рта по следующим исходным данным:   * количество потенциальных пользователей – все люди старше 5 лет, т.е. приблизительно 90% населения России (население России 145 млн.); * количество ситуаций в год – предположим, что каждый потенциальный пользователь может полоскать рот два раза в год; * объем потребления за один раз - 25 мл; * средняя емкость одного флакона 250 мл.   Предложите средства для стимулирования сбыта.  Какой спрос на товары характерен для развивающегося маркетинга? |
| **Оцениваемые компетенции:**  ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.  Задание 6. Сеть фирменных магазинов работает на рынке женской одежды и ориентируется на покупательниц со средним уровнем дохода. Одежда характеризуется модным дизайном, недорогая, хорошего качества, рассчитана для повседневного использования. Магазины располагаются в торговых центрах крупных городов (всего по России насчитывается около 80, имеют свой фирменный стиль, стандарты мерчандайзинга, площадь торгового зала около 60 кв.м, без учета примерочных).  На уровне идей разработайте программу по поддержанию лояльности постоянных клиентов. Основное условие – продвижение своей продукции только внутри торговой точки, без использования радийной, телевизионной и иной поддержки. Акции должны носить экономхарактер. |
| **Оцениваемые компетенции:**  ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.  Задание 7.  Дела швейного объединения «Элегант» некоторое время назад шли более чем плохо. Руководство фирмы в поисках вывода из создавшегося положения обратилась к специалистам по маркетингу. Специально разработанная стратегическая программа обращения к рынку подсказала, что следует заменить часть оборудования, ликвидировать не нужные участки производства, перейти на использование высококачественных тканей, активнее изменять ассортимент изделий. Главным в производстве стал дизайн, применение сервисного обслуживания во время продажи изделий, проведение демонстрации и выставок изделий, хорошая реклама. Фирма пережила второе рождение.  Вопросы:   1. Какую рыночную стратегию применяли специалисты по маркетингу? 2. Охарактеризуйте цели и направления маркетинговых исследований, проведенных маркетологами швейного объединения? 3. На какие элементы комплекса маркетинга сделан акцент? |
| **Оцениваемые компетенции:**  ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.  Задание 8.  Компания А – производитель дереворежущего инструмента – проводит анализ конкурентоспособности. Её основной конкурент – компания Б. В ходе анализа были получены следующие данные:  - средняя себестоимость продукции компании А – 162 000 руб.;  - средняя себестоимость продукции компании Б – 105 000 руб.;  - приемлемая цена (средняя по товарам компании) на продукцию компании А – 270 000 руб.;  - приемлемая цена (средняя по товарам компании) на продукцию компании Б – 192 000 руб.  Проанализируйте конкурентную позицию компании А по отношению к компании Б. Изобразите графически позицию компании А. В каком квадранте находится компания, какова природа конкурентного преимущества компании А?  **Оцениваемые компетенции:**  ПК 2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.  Задание 9.  Заполнить актив укрупненного бухгалтерского баланса ОАО «Артель» за первое полугодие 2017 года и сделать выводы.   |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | Показатели | На начало отчетного периода | | На конец отчетного периода | | Измене  ние, тыс. руб. | Темп роста,  % | | тыс. руб. | %к итогу | тыс. руб. | %к итогу | | *Актив* |  |  |  |  |  |  | | 1. Внеоборотные активы | 85 000 |  | 87 000 |  |  |  | | 1.1 НМА | 24 000 |  | 28 000 |  |  |  | | 1 .2 Основные средства | 54 000 |  | 50 000 |  |  |  | | 1 .3 Долгосрочные фин.  вложения | 7 000 |  | 9 000 |  |  |  | | 2. Оборотные активы | 107 000 |  | 125 000 |  |  |  | | 2.1 Запасы, затраты, НДС по приобретенным ценностям | 32 000 |  | 38 000 |  |  |  | | 2.2 Дебиторская  задолженность | 16 000 |  | 22 000 |  |  |  | | 2.3 Краткосрочные  финансовые вложения | 12 000 |  | 15 000 |  |  |  | | 2.4 Денежные средства | 47 000 |  | 50 000 |  |  |  | | 3. Затраты в незавершенном  производстве | 14 000 |  | 15 000 |  |  |  | | БАЛАНС | 206 000 |  | 227 000 |  |  |  | |

**Билет № 2.**

**Оцениваемые компетенции:**

*ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.*

*ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.*

*ОК 3. Принимать решение в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.*

*ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.*

*ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями*

*ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознано планировать повышение квалификации.*

*ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а так же требования стандартов, технических условий.*

**Условия выполнения задания:**

**Задания выполняются в учебном классе теоретического обучения в модельных условиях профессиональной деятельности.**

**Инструкция:**

**-** внимательно прочитайте задание;

- ответьте на предложенные вопросы;

- решите предложенные ситуации**.**

**Время выполнения задания:** 3 академических часа

**Вариант 2**

**Оцениваемые компетенции:**

ПК 2.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.

Задание 1**.**Оформить инвентаризационную опись по следующим данным:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование товара | Количество, кг. | Розничная цена, руб. |
| 1 | Докторская | 125,7 | 248 |
| 2 | Молочная | 98,6 | 223 |
| 3 | Русская | 42,9 | 284 |
| 4 | Сливочная | 49,1 | 295 |
| 5 | Телячья | 126,3 | 320 |

**Оцениваемые компетенции:**

ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.

Задание 2. На основе предложенных данных оформите счет-фактуру.

Исходные данные:

- Продавец: ООО «База»

- Адрес 460610, г Оренбург, ул. Маркса, 34 а

- Тел.: (3012) 210038

- ИНН/КПП: 6584775773/770110511

- Покупатель: Торговое предприятие «Стам»

- Адрес 460546, г Оренбург, ул. Октябрьская 17

- Тел.: (3012) 215538

- ИНН/КПП: 256981456375

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование товара | Ед. изм. | Кол-во | Цена |
| Крупа гречневая ядрица | кг | 65 | 38,00 |
| Крупа рис длиннозерный | кг | 80 | 23,50 |
| Сахарный песок | кг | 245 | 26,00 |

**Оцениваемые компетенции:**

ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынка ресурсов

Задание 3. Проанализировать затраты на 1 рубль товарной продукции

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Показатели, тыс. руб. | План | Отчет |
| 1 | Полная себестоимость товарной продукции | 5 400 | 5 300 |
| 2 | Себестоимость товарной продукции в оптовых ценах | 4 863 | 3 882 |

**Оцениваемые компетенции:**

ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.

Задание 4. Проанализировать соответствие между темпами роста средней заработной платы и производительности труда

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2015 г. | 2016 г. | 2017 г. |
| Выручка в расчете на одного работающего (производительность труда), тыс. руб. | 777,9 | 888,8 | 999,0 |
| Индекс роста производительности труда | х |  |  |
| Среднегодовая заработная плата одного работника, тыс. руб. | 236,9 | 249,1 | 246,1 |
| Индекс роста заработной платы к уровню прошлого года | х |  |  |
| Коэффициент опережения темпов роста производительности труда над темпами роста оплаты труда | х |  |  |

**Оцениваемые компетенции:**

ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.

Задание 5.

В реализации продукции некоторой отрасли промышленности задействованы 3200 магазинов. Из них 254магазина принимают участие в исследованиях по «панели Нильсона». Получены следующие данные:

- Запас товара на складах 254 магазинов составлял на 1 сентября 6788 ед., а на 1 ноября – 6432 ед.

- В сентябре эти магазины закупили 22 577, а в октябре – 20 900 ед. товара.

Необходимо рассчитать суммарную продажу данного товара за период сентябрь – октябрь во всех магазинах, используя индекс Нильсона.

Предложите средства для стимулирования сбыта.

Какой спрос на товары характерен для ремаркетинга?

**Оцениваемые компетенции:**

ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

Задание 6. ОАО «НТК» ищет нестандартные способы маркетингового продвижения услуг сотовой связи на примере услуги Мобильного интернета:

1. Выявите целевую аудиторию, максимально заинтересованную в пользовании услугой.

2. Разработайте промо-кампанию услуги, предложите нестандартные способы рекламы, PR с целью:

– подключения данной услуги существующими абонентами

– привлечения новых абонентов.

3. Выявите новые каналы продаж и продвижения услуги.

**Оцениваемые компетенции:**

ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.

Задание 7.

Исходные данные:

Фирма «Смак» производит продукты питания. Из опыта работы фирма сделала вывод, что может улучшить результат своей предпринимательской деятельности, если создаст собственное производство продуктов питания из картофеля и выйдет с этим продуктом на внешний рынок.

Задание:

1. Какой тип маркетинговых исследований будет наиболее уместным в данной ситуации?
2. Какая маркетинговая информация потребуется высшему руководству фирмы «Смак»?
3. Определите стратегию сбыта, средства сбыта и торговых посредников для фирмы «Смак».
4. Какие методы стимулирования продажи товаров можно использовать в этой ситуации?

**Оцениваемые компетенции:**

ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.

Задание 8.

Оцените конкурентоспособность Товара А, рассчитав интегральный показатель конкурентоспособности. Что можно сказать о конкурентоспособности товара А.

|  |  |
| --- | --- |
| Технические показатели | 1,2 |
| Потребительские показатели | 0,6 |
| Ценовые показатели | 0,95 |

**Оцениваемые компетенции:**

ПК 2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.

Задание 9.Заполнить пассив укрупненного бухгалтерского баланса ОАО «Артель» за первое полугодие 2017 года сделать выводы об изменении структуры пассива баланса.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | На начало отчетного периода | | На конец отчетного периода | | Изменение, тыс. руб. | Темп роста,  % |
| тыс. руб. | % к итогу | тыс. руб. | % к итогу |
| *Пассив* |  |  |  |  |  |  |
| 4. Капитал и резервы | 108 000 |  | 111 000 |  |  |  |
| 4.1 Уставный капитал | 38 000 |  | 46 000 |  |  |  |
| 4.2 Добавочный капитал | 12 000 |  | 12 000 |  |  |  |
| 4.3 Резервный капитал | 18 000 |  | 20 000 |  |  |  |
| 4.4 Нераспределенная прибыль | 33 000 |  | 28 000 |  |  |  |
| 4.5 Доходы будущих периодов | 7 000 |  | 5 000 |  |  |  |
| 5. Долгосрочные пассивы | 6 000 |  | 4 000 |  |  |  |
| 6. Краткосрочные пассивы | 3 000 |  | 3 000 |  |  |  |
| 6.1 Заемные средства | 1 000 |  | 1 800 |  |  |  |
| 6.2 Кредиторская  задолженность | 2 000 |  | 1 200 |  |  |  |
| БАЛАНС | 117 000 |  | 118 000 |  |  |  |

**Билет № 3.**

**Оцениваемые компетенции:**

*ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.*

*ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.*

*ОК 3. Принимать решение в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.*

*ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.*

*ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями*

*ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознано планировать повышение квалификации.*

*ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а так же требования стандартов, технических условий.*

**Условия выполнения задания:**

**Задания выполняются в учебном классе теоретического обучения в модельных условиях профессиональной деятельности.**

**Инструкция:**

**-** внимательно прочитайте задание;

- ответьте на предложенные вопросы;

- решите предложенные ситуации**.**

**Время выполнения задания:** 3 академических часа

**Вариант 3**

**Оцениваемые компетенции:**

ПК 2.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.

Задание 1**.** Оформить инвентаризационную опись по следующим данным:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование товара | Количество, кг. | Розничная цена, руб. |
| 1 | Хек | 85,7 | 130 |
| 2 | Горбуша | 98,4 | 85 |
| 3 | Семга | 56,7 | 526 |
| 4 | Минтай | 84,6 | 110 |
| 5 | Карп | 76,3 | 220 |

**Оцениваемые компетенции:**

ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.

Задание 2. На основе предложенных данных оформите счет-фактуру.

Исходные данные:

- Продавец: Кондитерская фабрика «Самарский кондитер»

- Адрес 443022, г Самара, проезд Мальцева, 7

- Тел.: (846) 279-29-56, 279-28-26

- Покупатель: ИП Иванов

- Адрес 460546, г Оренбург, ул. Октябрьская 17

- Тел.: (3532) 215538

- ИНН поставщика: 032400120200

- ИНН получателя 028743097654

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование товара | Ед. изм. | Кол-во | Цена |
| Конфеты Ромашка | кг | 220 | 250,00 |
| Конфеты Мишка косолапый | кг | 150 | 280,00 |
| Конфеты Трюфель | кг | 86 | 420,00 |
| Шоколад Аленка | шт | 340 | 23,00 |

**Оцениваемые компетенции:**

ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынка ресурсов

Задание 3.Проанализировать влияние факторов на изменение уровня рентабельности. Определить:

- валовую прибыль и прибыль от продажи товаров;

- рентабельность продаж за отчетный и прошлый период;

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Показатели | Прошлый период | Отчетный период |
| 1 | Выручка от продажи товаров | 1 518 520 | 1 041 232 |
| 2 | Себестоимость проданных товаров | 130 129 | 904 690 |
| 3 | Валовая прибыль |  |  |
| 4 | Коммерческие расходы | 955 | 1 123 |
| 5 | Управленческие расходы | 22 473 | 18 863 |
| 6 | Прибыль от продажи товаров |  |  |

**Оцениваемые компетенции:**

ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.

Задание 4. Проанализировать соответствие между темпами роста средней заработной платы и производительности труда

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2015 г. | 2016 г. | 2017 г. |
| Выручка в расчете на одного работающего (производительность труда), тыс. руб. | 685,9 | 767,8 | 999,0 |
| Индекс роста производительности труда | х |  |  |
| Среднегодовая заработная плата одного работника, тыс. руб. | 156,9 | 189,1 | 196,1 |
| Индекс роста заработной платы к уровню прошлого года | х |  |  |
| Коэффициент опережения темпов роста производительности труда над темпами роста оплаты труда | х |  |  |

**Оцениваемые компетенции:**

ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.

Задание 5.

По оценке специалистов, сегодня средний потребитель майонеза в России потребляет примерно 2,3 кг майонеза в год, что намного превышает аналогичный показатель в европейских странах. Россия – второй по величине рынок майонеза после США, на нее приходит 14% мирового рынка. По оценкам компании «Русагро», в России майонез потребляют 95% населения. На основании этих данных определить размер российского и мирового рынков майонеза на период анализа.

Предложите средства для стимулирования сбыта. Какой спрос на товары характерен для поддерживающего маркетинга?

**Оцениваемые компетенции:**

ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

Задание 6. Сеть фирменных магазинов работает на рынке детской одежды и ориентируется на покупателей со средним уровнем дохода. Одежда характеризуется модным дизайном, недорогая, хорошего качества, рассчитана для повседневного использования. Магазины располагаются в торговых центрах крупных городов (всего по России насчитывается около 70, имеют свой фирменный стиль, стандарты мерчандайзинга, площадь торгового зала около 50 кв.м, без учета примерочных).

На уровне идей разработайте программу по поддержанию лояльности постоянных клиентов. Основное условие – продвижение своей продукции только внутри торговой точки, без использования радийной, телевизионной и иной поддержки. Акции должны носить экономхарактер.

**Оцениваемые компетенции:**

ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.

Задание 7.

Исходные данные:

Энский молочный комбинат имеет основных конкурентов – молочные заводы Московской области, Ставропольского края, Краснодарского края. Отдел маркетинга молочного комбината начал свою рекламную деятельность в 2000 году с рекламным агентом «Фаворит». Реклама разрешалась в специальных изданиях, нацеленных на оптовиков и регионы. Объемы продаж увеличились на 15-25 %. В 2001 году молочный комбинат сменил рекламное агентство, которое полностью изменило рекламную компанию. Были разработаны новый фирменный стиль для документации, новая одежда для сотрудников, изменился фирменный знак, дизайн упаковки. Серия молочных продуктов получила название: «Иван Поддубный», а рекламный слоган стал звучать так: «Если это пил Иван, значит, можно пить и Вам».

Задание:

1. Маркетинговые исследования каких факторов маркетинговой среды были проведены отделом маркетинга молочного комбината?
2. Какие средства продвижения использует молочный комбинат?

**Оцениваемые компетенции:**

ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.

Задание 8.

Компания – производитель фотоаппаратов хочет оценить конкурентоспособность свой модели марки А. В качестве образца она берет модель компании – конкурента. Далее компания выбирает ряд показателей, характеризующих конкурентоспособность модели, а затем формирует индексы (относительные значения) каждого показателя. Результат такого исследования приведен ниже.

Частные показатели:

- эффективное расширение матрицы – индекс 0,9;

- максимальное разрешение – 0,8;

- оптическое увеличение – 1,0;

- диагональ ЖК-дисплея – 0,7;

- объем карты памяти – 0,6;

- эстетика оформления – 0,3;

- гарантийный срок – 0,5;

- цена покупки – 0,8;

- эксплуатационные расходы – 0,4.

Что означают показатели «расширения матрицы и объем карты памяти»?

По каким критериям можно сгруппировать интегральный показатель?

Проведите расчет для технической группы показателей.

**Оцениваемые компетенции:**

ПК 2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.

Задание 9.На основании данных актива аналитического баланса - нетто дайте оценку структуре имущества организации.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование статей актива | Сумма, тыс. руб. | | Отклонение  в абсолютной величине | темпы, % | |
| на начало периода | на конец периода | роста | прироста |
| 1 Основные средства и прочие внеоборотные активы | 56000 | 60000 |  |  |  |
| 2 Запасы и затраты | 12 000 | 14000 |  |  |  |
| 3 Денежные средства, расчеты и прочие активы | 25 000 | 22 000 |  |  |  |
| 3.1 Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения | 15 000 | 12000 |  |  |  |
| 3.2 Дебиторская задолженность | 3 000 | 5 500 |  |  |  |
| 3.3 Прочие оборотные активы | 7 000 | 4 500 |  |  |  |
| Баланс | 93 000 | 96000 |  |  |  |

**Билет № 4.**

**Оцениваемые компетенции:**

*ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.*

*ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.*

*ОК 3. Принимать решение в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.*

*ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.*

*ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями*

*ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознано планировать повышение квалификации.*

*ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а так же требования стандартов, технических условий.*

**Условия выполнения задания:**

**Задания выполняются в учебном классе теоретического обучения в модельных условиях профессиональной деятельности.**

**Инструкция:**

**-** внимательно прочитайте задание;

- ответьте на предложенные вопросы;

- решите предложенные ситуации**.**

**Время выполнения задания:** 3 академических часа

**Вариант 4**

**Оцениваемые компетенции:**

ПК 2.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.

Задание 1**.**Оформить инвентаризационную опись по следующим данным:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование товара | Количество, кг. | Розничная цена, руб. |
| 1 | Красная шапочка | 120 | 350 |
| 2 | Ромашка | 198 | 250 |
| 3 | Белочка | 412 | 330 |
| 4 | Сливочные | 49 | 220 |
| 5 | Теремок | 116 | 320 |

**Оцениваемые компетенции:**

ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.

Задание 2. На основе предложенных данных оформите счет-фактуру.

Исходные данные:

- Продавец: ООО «Оптовая База»

- Адрес 460610, г Оренбург, ул. Приречная 7

- Тел.: (3532) 460038

- Покупатель: ИП Сидоров, магазин «Овощи»

- Адрес 460546, г Оренбург, ул. Онежская 8

- Тел.: (3532) 215538

- ИНН поставщика: 031202002400

- ИНН получателя 743002897654

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование товара | Ед. изм. | Кол-во | Цена |
| Морковь | кг | 265,5 | 35,00 |
| Картофель | кг | 680,9 | 13,50 |
| Капуста | кг | 245,2 | 16,00 |

**Оцениваемые компетенции:**

ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынка ресурсов

Задание 3.Проанализировать состав, движение и состояние основных средств

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Показатели, тыс. руб. | Сумма на начало года | За отчетный год | | Сумма на конец года |
| введено | выбыло |
| 1 | Основные средства | 38 000 | 7500 | 2 800 |  |
| 2 | Износ основных средств | 4 000 | - | - | 4 500 |

**Оцениваемые компетенции:**

ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.

Задание 4. Проанализировать соответствие между темпами роста средней заработной платы и производительности труда

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2015 г. | 2016 г. | 2017 г. |
| Выручка в расчете на одного работающего (производительность труда), тыс. руб. | 444,9 | 337,8 | 881,0 |
| Индекс роста производительности труда | х |  |  |
| Среднегодовая заработная плата одного работника, тыс. руб. | 138,9 | 150,1 | 145,1 |
| Индекс роста заработной платы к уровню прошлого года | х |  |  |
| Коэффициент опережения темпов роста производительности труда над темпами роста оплаты труда | х |  |  |

**Оцениваемые компетенции:**

ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.

Задание 5.

В реализации продукции некоторой отрасли промышленности задействовано 5000 магазинов. Из них 200 магазинов принимают участие в исследованиях по «панели Нильсона». Получены следующие данные:

- запас некоторого товара на складах этих 200 магазинов составлял на 1 января 9362 ед., а на 1 апреля 8522е ед.;

- в январе эти магазины закупили 24 800 единиц товара, в феврале – 20 960, а в марте – 25 000 ед. товара.

Рассчитайте суммарную продажу этого товара за период январь – март во всех магазинах, реализующих продукцию отрасли, используя индекс Нильсона.

Предложите средства для стимулирования сбыта.

Какой спрос на товары характерен для демаркетинга?

**Оцениваемые компетенции:**

ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

Задание 6. Сеть фирменных магазинов работает на рынке мужской одежды и ориентируется на покупателей со средним уровнем дохода. Одежда характеризуется модным дизайном, недорогая, хорошего качества, рассчитана для повседневного использования. Магазины располагаются в торговых центрах крупных городов (всего по России насчитывается около 90, имеют свой фирменный стиль, стандарты мерчандайзинга, площадь торгового зала около 70 кв.м, без учета примерочных).

На уровне идей разработайте программу по поддержанию лояльности постоянных клиентов. Основное условие – продвижение своей продукции только внутри торговой точки, без использования радийной, телевизионной и иной поддержки. Акции должны носить экономхарактер.

**Оцениваемые компетенции:**

ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.

Задание 7.

Исходные данные:

Кондитерская фабрика «Мир» в течении одного года полностью перестроила свой производственный цикл, установив современное оборудование и применяя современную технологию. За этот период фабрика утратила рынок сбыта, на котором обосновались иностранные предприятия. Разрабатывая маркетинговую программу, маркетологи решили обратить особое внимание на восстановление прежнего имиджа и торговой марки фабрики. Новые технологии позволяют кондитерской фабрике расширить ассортимент выпускаемой продукции.

Задание:

1. Какой тип маркетинговых исследований был применен маркетологами фабрики?
2. Предложите маркетинговые мероприятия, которые необходимо провести фабрике.
3. Какие мероприятия по формированию общественного мнения необходимы?

**Оцениваемые компетенции:**

ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.

Задание 8.

Компания А – производитель дереворежущего инструмента – проводит анализ конкурентоспособности. Её основной конкурент – компания Б. В ходе анализа были получены следующие данные:

- средняя себестоимость продукции компании А – 185 000 руб.;

- средняя себестоимость продукции компании Б – 110 000 руб.;

- приемлемая цена (средняя по товарам компании) на продукцию компании А – 290 000 руб.;

- приемлемая цена (средняя по товарам компании) на продукцию компании Б – 202 000 руб.

Проанализируйте конкурентную позицию компании А по отношению к компании Б. Изобразите графически позицию компании А. В каком квадранте находится компания, какова природа конкурентного преимущества компании А?

**Оцениваемые компетенции:**

ПК 2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.

Задание 9.На основании данных пассива аналитического баланса - нетто дать оценку структуре источников средств организации.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование статей актива | Сумма, тыс. руб. | | Отклонение  в абсолютной величине | темпы, % | |
| на начало периода | на конец периода | роста | прироста |
| 3 Источники собственных средств | 65 000 | 70 000 |  |  |  |
| 4 Кредиты банков и займы | 25 000 | 30 000 |  |  |  |
| 4.1 Долгосрочные кредиты банков и займы | 15 000 | 20 000 |  |  |  |
| 4.2 Краткосрочные кредиты банков и займы | 10 000 | 10 000 |  |  |  |
| 5 Кредиторская задолженность и прочие пассивы | 18 000 | 22 000 |  |  |  |
| 5.1 Кредиторская задолженность | 13 000 | 16 000 |  |  |  |
| 5.2 Прочие краткосрочные обязательства | 6 000 | 6 000 |  |  |  |
| Баланс | 108000 | 122000 |  |  |  |

**IV.ПАКЕТ ЭКЗАМЕНАТОРА**

**4.1. Условия проведения экзамена.**

Экзамен выполняются в учебном классе теоретического обучения в модельных условиях профессиональной деятельности.

Время выполнения задания: 3 академических часа

Количество вариантов задания для экзаменующихся - 4 варианта.

Оснащение: экзаменационные задания, бумага формата А-4, канцелярские принадлежности, действующая нормативно - техническая документация, эталоны ответов.

**4.2. Задания**

**Вариант 1**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Задание 1.  Оформить инвентаризационную опись по следующим данным:   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | № | наименование сыра | Количество, (кг) | розничная цена,(руб.) | | 1 | Швейцарский | 35,7 | 268 | | 2 | Сливочный | 28,4 | 253 | | 3 | Сметанковый | 56,9 | 264 | | 4 | Голландский | 34,1 | 275 | | 5 | Король Артур | 16,3 | 290 | |
| Задание 2.  На основе предложенных данных оформите счет-фактуру.  Исходные данные:  - Продавец: ООО «Радуга»  - Адрес 118437, г Москва, ул. Маркса, 34 а  - ИНН/КПП: 7757658473/775101101  - Тел.: (3012) 210038  - Покупатель: ИП Кравец Б. О.  - Адрес 460546, г Оренбург, пр.Гагарина, 9.  - Тел.: (3012) 215538  - ИНН/КПП: 256981456375   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | Наименование товара | Ед. изм. | Кол-во | Цена, руб. | | Колбаса Докторская | Кг | 120,6 | 320,00 | | Колбаса Молочная | Кг | 350,7 | 310,00 | | Мясо птицы охлажденное | Кг | 286,1 | 155,50 | | Майонез Провансаль | Шт | 40 | 23,50 | |
| Задание 3. Проанализировать динамику показателей финансовых результатов ООО «Каприз»   |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | Показатель | Сумма, тыс. руб. | | Отклоне-ние | Темп роста | Темп прироста | | Прошлый период | Отчетный период | | Прибыль от продаж | 41 550 | 45 372 |  |  |  | | Проценты к получению | 6 | 8 |  |  |  | | Проценты к уплате | 3 300 | 3 200 |  |  |  | | Прочие доходы | 1 640 | 2 120 |  |  |  | | Прибыль до налогообложения |  |  |  |  |  | | Налог на прибыль | 5 906 | 6 830 |  |  |  | | Чистая прибыль |  |  |  |  |  | |
| Задание 4. Проанализировать соответствие между темпами роста средней заработной платы и производительности труда   |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | Показатели | 2015 г. | 2016 г. | 2017 г. | | Выручка в расчете на одного работающего (производительность труда), тыс. руб. | 775,9 | 877,8 | 1081,0 | | Индекс роста производительности труда | х |  |  | | Среднегодовая заработная плата одного работника, тыс. руб. | 146,9 | 169,1 | 166,1 | | Индекс роста заработной платы к уровню прошлого года | х |  |  | | Коэффициент опережения темпов роста производительности труда над темпами роста оплаты труда | х |  |  | |
| Задание 5.  Провести анализ и оценку потенциального спроса в России по средствам для полоскания полости рта по следующим исходным данным:   * количество потенциальных пользователей – все люди старше 5 лет, т.е. приблизительно 90% населения России (население России 145 млн.); * количество ситуаций в год – предположим, что каждый потенциальный пользователь может полоскать рот два раза в год; * объем потребления за один раз - 25 мл; * средняя емкость одного флакона 250 мл.   Предложите средства для стимулирования сбыта.  Какой спрос на товары характерен для развивающегося маркетинга? |
| Задание 6. Сеть фирменных магазинов работает на рынке женской одежды и ориентируется на покупательниц со средним уровнем дохода. Одежда характеризуется модным дизайном, недорогая, хорошего качества, рассчитана для повседневного использования. Магазины располагаются в торговых центрах крупных городов (всего по России насчитывается около 80, имеют свой фирменный стиль, стандарты мерчандайзинга, площадь торгового зала около 60 кв.м, без учета примерочных).  На уровне идей разработайте программу по поддержанию лояльности постоянных клиентов. Основное условие – продвижение своей продукции только внутри торговой точки, без использования радийной, телевизионной и иной поддержки. Акции должны носить экономхарактер. |
| Задание 7. Дела швейного объединения «Элегант» некоторое время назад шли более чем плохо. Руководство фирмы в поисках вывода из создавшегося положения обратилась к специалистам по маркетингу. Специально разработанная стратегическая программа обращения к рынку подсказала, что следует заменить часть оборудования, ликвидировать не нужные участки производства, перейти на использование высококачественных тканей, активнее изменять ассортимент изделий. Главным в производстве стал дизайн, применение сервисного обслуживания во время продажи изделий, проведение демонстрации и выставок изделий, хорошая реклама. Фирма пережила второе рождение.  Вопросы:   1. Какую рыночную стратегию применяли специалисты по маркетингу? 2. Охарактеризуйте цели и направления маркетинговых исследований, проведенных маркетологами швейного объединения? 3. На какие элементы комплекса маркетинга сделан акцент? |
| Задание 8.  Компания А – производитель дереворежущего инструмента – проводит анализ конкурентоспособности. Её основной конкурент – компания Б. В ходе анализа были получены следующие данные:  - средняя себестоимость продукции компании А – 162 000 руб.;  - средняя себестоимость продукции компании Б – 105 000 руб.;  - приемлемая цена (средняя по товарам компании) на продукцию компании А – 270 000 руб.;  - приемлемая цена (средняя по товарам компании) на продукцию компании Б – 192 000 руб.  Проанализируйте конкурентную позицию компании А по отношению к компании Б. Изобразите графически позицию компании А. В каком квадранте находится компания, какова природа конкурентного преимущества компании А? |

**Вариант 2**

Задание 1**.** Оформить инвентаризационную опись по следующим данным:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование товара | Количество, кг. | Розничная цена, руб. |
| 1 | Докторская | 125,7 | 248 |
| 2 | Молочная | 98,6 | 223 |
| 3 | Русская | 42,9 | 284 |
| 4 | Сливочная | 49,1 | 295 |
| 5 | Телячья | 126,3 | 320 |

Задание 2. На основе предложенных данных оформите счет-фактуру.

Исходные данные:

- Продавец: ООО «База»

- Адрес 460610, г Оренбург, ул. Маркса, 34 а

- Тел.: (3012) 210038

- ИНН/КПП: 6584775773/770110511

- Покупатель: Торговое предприятие «Стам»

- Адрес 460546, г Оренбург, ул. Октябрьская 17

- Тел.: (3012) 215538

- ИНН/КПП: 256981456375

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование товара | Ед. изм. | Кол-во | Цена |
| Крупа гречневая ядрица | кг | 65 | 38,00 |
| Крупа рис длиннозерный | кг | 80 | 23,50 |
| Сахарный песок | кг | 245 | 26,00 |

Задание 3. Проанализировать затраты на 1 рубль товарной продукции

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Показатели, тыс. руб. | План | Отчет |
| 1 | Полная себестоимость товарной продукции | 5 400 | 5 300 |
| 2 | Себестоимость товарной продукции в оптовых ценах | 4 863 | 3 882 |

Задание 4. Проанализировать соответствие между темпами роста средней заработной платы и производительности труда

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2015 г. | 2016 г. | 2017 г. |
| Выручка в расчете на одного работающего (производительность труда), тыс. руб. | 777,9 | 888,8 | 999,0 |
| Индекс роста производительности труда | х |  |  |
| Среднегодовая заработная плата одного работника, тыс. руб. | 236,9 | 249,1 | 246,1 |
| Индекс роста заработной платы к уровню прошлого года | х |  |  |
| Коэффициент опережения темпов роста производительности труда над темпами роста оплаты труда | х |  |  |

Задание 5.

В реализации продукции некоторой отрасли промышленности задействованы 3200 магазинов. Из них 254магазина принимают участие в исследованиях по «панели Нильсона». Получены следующие данные:

- Запас товара на складах 254 магазинов составлял на 1 сентября 6788 ед., а на 1 ноября – 6432 ед.

- В сентябре эти магазины закупили 22 577, а в октябре – 20 900 ед. товара.

Необходимо рассчитать суммарную продажу данного товара за период сентябрь – октябрь во всех магазинах, используя индекс Нильсона.

Предложите средства для стимулирования сбыта.

Какой спрос на товары характерен для ремаркетинга?

Задание 6. ОАО «НТК» ищет нестандартные способы маркетингового продвижения услуг сотовой связи на примере услуги Мобильного интернета:

1. Выявите целевую аудиторию, максимально заинтересованную в пользовании услугой.

2. Разработайте промо-кампанию услуги, предложите нестандартные способы рекламы, PR с целью:

– подключения данной услуги существующими абонентами

– привлечения новых абонентов.

3. Выявите новые каналы продаж и продвижения услуги.

Задание 7.

Исходные данные:

Фирма «Смак» производит продукты питания. Из опыта работы фирма сделала вывод, что может улучшить результат своей предпринимательской деятельности, если создаст собственное производство продуктов питания из картофеля и выйдет с этим продуктом на внешний рынок.

Задание:

1. Какой тип маркетинговых исследований будет наиболее уместным в данной ситуации?
2. Какая маркетинговая информация потребуется высшему руководству фирмы «Смак»?
3. Определите стратегию сбыта, средства сбыта и торговых посредников для фирмы «Смак».
4. Какие методы стимулирования продажи товаров можно использовать в этой ситуации?

Задание 8.

Оцените конкурентоспособность Товара А, рассчитав интегральный показатель конкурентоспособности. Что можно сказать о конкурентоспособности товара А.

|  |  |
| --- | --- |
| Технические показатели | 1,2 |
| Потребительские показатели | 0,6 |
| Ценовые показатели | 0,95 |

Задание 9.Заполнить пассив укрупненного бухгалтерского баланса ОАО «Артель» за первое полугодие 2017 года сделать выводы об изменении структуры пассива баланса.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | На начало отчетного периода | | На конец отчетного периода | | Изменение, тыс. руб. | Темп роста,  % |
| тыс. руб. | % к итогу | тыс. руб. | % к итогу |
| *Пассив* |  |  |  |  |  |  |
| 4. Капитал и резервы | 108 000 |  | 111 000 |  |  |  |
| 4.1 Уставный капитал | 38 000 |  | 46 000 |  |  |  |
| 4.2 Добавочный капитал | 12 000 |  | 12 000 |  |  |  |
| 4.3 Резервный капитал | 18 000 |  | 20 000 |  |  |  |
| 4.4 Нераспределенная прибыль | 33 000 |  | 28 000 |  |  |  |
| 4.5 Доходы будущих периодов | 7 000 |  | 5 000 |  |  |  |
| 5. Долгосрочные пассивы | 6 000 |  | 4 000 |  |  |  |
| 6. Краткосрочные пассивы | 3 000 |  | 3 000 |  |  |  |
| 6.1 Заемные средства | 1 000 |  | 1 800 |  |  |  |
| 6.2 Кредиторская  задолженность | 2 000 |  | 1 200 |  |  |  |
| БАЛАНС | 117 000 |  | 118 000 |  |  |  |

**Вариант 3**

Задание 1**.** Оформить инвентаризационную опись по следующим данным:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование товара | Количество, кг. | Розничная цена, руб. |
| 1 | Хек | 85,7 | 130 |
| 2 | Горбуша | 98,4 | 85 |
| 3 | Семга | 56,7 | 526 |
| 4 | Минтай | 84,6 | 110 |
| 5 | Карп | 76,3 | 220 |

Задание 2. На основе предложенных данных оформите счет-фактуру.

Исходные данные:

- Продавец: Кондитерская фабрика «Самарский кондитер»

- Адрес 443022, г Самара, проезд Мальцева, 7

- Тел.: (846) 279-29-56, 279-28-26

- Покупатель: ИП Иванов

- Адрес 460546, г Оренбург, ул. Октябрьская 17

- Тел.: (3532) 215538

- ИНН поставщика: 032400120200

- ИНН получателя 028743097654

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование товара | Ед. изм. | Кол-во | Цена |
| Конфеты Ромашка | кг | 220 | 250,00 |
| Конфеты Мишка косолапый | кг | 150 | 280,00 |
| Конфеты Трюфель | кг | 86 | 420,00 |
| Шоколад Аленка | шт | 340 | 23,00 |

Задание 3.Проанализировать влияние факторов на изменение уровня рентабельности. Определить:

- валовую прибыль и прибыль от продажи товаров;

- рентабельность продаж за отчетный и прошлый период;

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Показатели | Прошлый период | Отчетный период |
| 1 | Выручка от продажи товаров | 1 518 520 | 1 041 232 |
| 2 | Себестоимость проданных товаров | 130 129 | 904 690 |
| 3 | Валовая прибыль |  |  |
| 4 | Коммерческие расходы | 955 | 1 123 |
| 5 | Управленческие расходы | 22 473 | 18 863 |
| 6 | Прибыль от продажи товаров |  |  |

Задание 4. Проанализировать соответствие между темпами роста средней заработной платы и производительности труда

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2015 г. | 2016 г. | 2017 г. |
| Выручка в расчете на одного работающего (производительность труда), тыс. руб. | 685,9 | 767,8 | 999,0 |
| Индекс роста производительности труда | х |  |  |
| Среднегодовая заработная плата одного работника, тыс. руб. | 156,9 | 189,1 | 196,1 |
| Индекс роста заработной платы к уровню прошлого года | х |  |  |
| Коэффициент опережения темпов роста производительности труда над темпами роста оплаты труда | х |  |  |

Задание 5.

По оценке специалистов, сегодня средний потребитель майонеза в России потребляет примерно 2,3 кг майонеза в год, что намного превышает аналогичный показатель в европейских странах. Россия – второй по величине рынок майонеза после США, на нее приходит 14% мирового рынка. По оценкам компании «Русагро», в России майонез потребляют 95% населения. На основании этих данных определить размер российского и мирового рынков майонеза на период анализа.

Предложите средства для стимулирования сбыта. Какой спрос на товары характерен для поддерживающего маркетинга?

Задание 6. Сеть фирменных магазинов работает на рынке детской одежды и ориентируется на покупателей со средним уровнем дохода. Одежда характеризуется модным дизайном, недорогая, хорошего качества, рассчитана для повседневного использования. Магазины располагаются в торговых центрах крупных городов (всего по России насчитывается около 70, имеют свой фирменный стиль, стандарты мерчандайзинга, площадь торгового зала около 50 кв.м, без учета примерочных).

На уровне идей разработайте программу по поддержанию лояльности постоянных клиентов. Основное условие – продвижение своей продукции только внутри торговой точки, без использования радийной, телевизионной и иной поддержки. Акции должны носить экономхарактер.

Задание 7.

Исходные данные:

Энский молочный комбинат имеет основных конкурентов – молочные заводы Московской области, Ставропольского края, Краснодарского края. Отдел маркетинга молочного комбината начал свою рекламную деятельность в 2000 году с рекламным агентом «Фаворит». Реклама разрешалась в специальных изданиях, нацеленных на оптовиков и регионы. Объемы продаж увеличились на 15-25 %. В 2001 году молочный комбинат сменил рекламное агентство, которое полностью изменило рекламную компанию. Были разработаны новый фирменный стиль для документации, новая одежда для сотрудников, изменился фирменный знак, дизайн упаковки. Серия молочных продуктов получила название: «Иван Поддубный», а рекламный слоган стал звучать так: «Если это пил Иван, значит, можно пить и Вам».

Задание:

1. Маркетинговые исследования каких факторов маркетинговой среды были проведены отделом маркетинга молочного комбината?
2. Какие средства продвижения использует молочный комбинат?

Задание 8.

Компания – производитель фотоаппаратов хочет оценить конкурентоспособность свой модели марки А. В качестве образца она берет модель компании – конкурента. Далее компания выбирает ряд показателей, характеризующих конкурентоспособность модели, а затем формирует индексы (относительные значения) каждого показателя. Результат такого исследования приведен ниже.

Частные показатели:

- эффективное расширение матрицы – индекс 0,9;

- максимальное разрешение – 0,8;

- оптическое увеличение – 1,0;

- диагональ ЖК-дисплея – 0,7;

- объем карты памяти – 0,6;

- эстетика оформления – 0,3;

- гарантийный срок – 0,5;

- цена покупки – 0,8;

- эксплуатационные расходы – 0,4.

Что означают показатели «расширения матрицы и объем карты памяти»?

По каким критериям можно сгруппировать интегральный показатель?

Проведите расчет для технической группы показателей.

Задание 9.На основании данных актива аналитического баланса - нетто дайте оценку структуре имущества организации.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование статей актива | Сумма, тыс. руб. | | Отклонение  в абсолютной величине | темпы, % | |
| на начало периода | на конец периода | роста | прироста |
| 1 Основные средства и прочие внеоборотные активы | 56000 | 60000 |  |  |  |
| 2 Запасы и затраты | 12 000 | 14000 |  |  |  |
| 3 Денежные средства, расчеты и прочие активы | 25 000 | 22 000 |  |  |  |
| 3.1 Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения | 15 000 | 12000 |  |  |  |
| 3.2 Дебиторская задолженность | 3 000 | 5 500 |  |  |  |
| 3.3 Прочие оборотные активы | 7 000 | 4 500 |  |  |  |
| Баланс | 93 000 | 96000 |  |  |  |

**Вариант 4**

Задание 1**.**Оформить инвентаризационную опись по следующим данным:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Наименование товара | Количество, кг. | Розничная цена, руб. |
| 1 | Красная шапочка | 120 | 350 |
| 2 | Ромашка | 198 | 250 |
| 3 | Белочка | 412 | 330 |
| 4 | Сливочные | 49 | 220 |
| 5 | Теремок | 116 | 320 |

Задание 2. На основе предложенных данных оформите счет-фактуру.

Исходные данные:

- Продавец: ООО «Оптовая База»

- Адрес 460610, г Оренбург, ул. Приречная 7

- Тел.: (3532) 460038

- Покупатель: ИП Сидоров, магазин «Овощи»

- Адрес 460546, г Оренбург, ул. Онежская 8

- Тел.: (3532) 215538

- ИНН поставщика: 031202002400

- ИНН получателя 743002897654

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование товара | Ед. изм. | Кол-во | Цена |
| Морковь | кг | 265,5 | 35,00 |
| Картофель | кг | 680,9 | 13,50 |
| Капуста | кг | 245,2 | 16,00 |

Задание 3.Проанализировать состав, движение и состояние основных средств

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Показатели, тыс. руб. | Сумма на начало года | За отчетный год | | Сумма на конец года |
| введено | выбыло |
| 1 | Основные средства | 38 000 | 7500 | 2 800 |  |
| 2 | Износ основных средств | 4 000 | - | - | 4 500 |

Задание 4. Проанализировать соответствие между темпами роста средней заработной платы и производительности труда

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2015 г. | 2016 г. | 2017 г. |
| Выручка в расчете на одного работающего (производительность труда), тыс. руб. | 444,9 | 337,8 | 881,0 |
| Индекс роста производительности труда | х |  |  |
| Среднегодовая заработная плата одного работника, тыс. руб. | 138,9 | 150,1 | 145,1 |
| Индекс роста заработной платы к уровню прошлого года | х |  |  |
| Коэффициент опережения темпов роста производительности труда над темпами роста оплаты труда | х |  |  |

Задание 5.

В реализации продукции некоторой отрасли промышленности задействовано 5000 магазинов. Из них 200 магазинов принимают участие в исследованиях по «панели Нильсона». Получены следующие данные:

- запас некоторого товара на складах этих 200 магазинов составлял на 1 января 9362 ед., а на 1 апреля 8522е ед.;

- в январе эти магазины закупили 24 800 единиц товара, в феврале – 20 960, а в марте – 25 000 ед. товара.

Рассчитайте суммарную продажу этого товара за период сентябрь – октябрь во всех магазинах, реализующих продукцию отрасли, используя индекс Нильсона.

Предложите средства для стимулирования сбыта.

Какой спрос на товары характерен для демаркетинга?

Задание 6. Сеть фирменных магазинов работает на рынке мужской одежды и ориентируется на покупателей со средним уровнем дохода. Одежда характеризуется модным дизайном, недорогая, хорошего качества, рассчитана для повседневного использования. Магазины располагаются в торговых центрах крупных городов (всего по России насчитывается около 90, имеют свой фирменный стиль, стандарты мерчандайзинга, площадь торгового зала около 70 кв.м, без учета примерочных).

На уровне идей разработайте программу по поддержанию лояльности постоянных клиентов. Основное условие – продвижение своей продукции только внутри торговой точки, без использования радийной, телевизионной и иной поддержки. Акции должны носить экономхарактер.

Задание 7.

Исходные данные:

Кондитерская фабрика «Мир» в течении одного года полностью перестроила свой производственный цикл, установив современное оборудование и применяя современную технологию. За этот период фабрика утратила рынок сбыта, на котором обосновались иностранные предприятия. Разрабатывая маркетинговую программу, маркетологи решили обратить особое внимание на восстановление прежнего имиджа и торговой марки фабрики. Новые технологии позволяют кондитерской фабрике расширить ассортимент выпускаемой продукции.

Задание:

1. Какой тип маркетинговых исследований был применен маркетологами фабрики?
2. Предложите маркетинговые мероприятия, которые необходимо провести фабрике.
3. Какие мероприятия по формированию общественного мнения необходимы?

Задание 8.

Компания А – производитель дереворежущего инструмента – проводит анализ конкурентоспособности. Её основной конкурент – компания Б. В ходе анализа были получены следующие данные:

- средняя себестоимость продукции компании А – 185 000 руб.;

- средняя себестоимость продукции компании Б – 110 000 руб.;

- приемлемая цена (средняя по товарам компании) на продукцию компании А – 290 000 руб.;

- приемлемая цена (средняя по товарам компании) на продукцию компании Б – 202 000 руб.

Проанализируйте конкурентную позицию компании А по отношению к компании Б. Изобразите графически позицию компании А. В каком квадранте находится компания, какова природа конкурентного преимущества компании А?

Задание 9.На основании данных пассива аналитического баланса - нетто дать оценку структуре источников средств организации.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование статей актива | Сумма, тыс. руб. | | Отклонение  в абсолютной величине | темпы, % | |
| на начало периода | на конец периода | роста | прироста |
| 3 Источники собственных средств | 65 000 | 70 000 |  |  |  |
| 4 Кредиты банков и займы | 25 000 | 30 000 |  |  |  |
| 4.1 Долгосрочные кредиты банков и займы | 15 000 | 20 000 |  |  |  |
| 4.2 Краткосрочные кредиты банков и займы | 10 000 | 10 000 |  |  |  |
| 5 Кредиторская задолженность и прочие пассивы | 18 000 | 22 000 |  |  |  |
| 5.1 Кредиторская задолженность | 13 000 | 16 000 |  |  |  |
| 5.2 Прочие краткосрочные обязательства | 6 000 | 6 000 |  |  |  |
| Баланс | 108000 | 122000 |  |  |  |

* 1. **Эталоны ответов.**

**1 вариант**

Задание № 1

Общая сумма по инвентаризационной ведомости – 45 960,7 руб.

1. Швейцарский = 35,7 x 268 =9567,6 руб
2. Сливочный= 28,4 x 253 = 7185,2руб
3. Сметанковый = 56,9 x 264 = 15021,6 руб
4. Голландский = 34,1 x 275 = 9377,5 руб
5. КорольАртур = 16,3 x 290 = 4808,5руб
6. Общая сумма инвентаризационной ведомости

9567,6 + 7185,2 +15021,6 + 9377,5 +4808,5 = 45 960,7 руб.

Задание № 2

Обучающийся, производит соответствующие расчёты и оформляет счет-фактуру.

Ответы по строчкам:

1. Колбаса Докторская = 120,6 x 320,00 = 38592 руб.
2. Колбаса Молочная = 3550,7 x 310,00 = 108717 руб.
3. Мясо птицы охлажденное = 286,1 x155,50 = 44488,55 руб.
4. Майонез Провансаль 0,2 = 40 x 23,50 = 940 руб.

Общая сумма: 38 592 + 1 088 717 + 44 488,55 + 940 = 192 737, 55 руб.

Задание № 3

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатель | Сумма, тыс. руб. | | отклонение | Темп роста | Темп прироста |
| Прошлый период | Отчетный период |
| Прибыль от продаж | 41 550 | 45 372 | 3 822 | 109,20 | 9,20 |
| Проценты к получению | 6 | 8 | 2 | 133,33 | 33,33 |
| Проценты к уплате | 3 300 | 3 200 | -100 | 96,97 | -3,03 |
| Прочие доходы | 1 640 | 2 120 | 480 | 129,27 | 29,27 |
| Прибыль до налогообложения | 39 896 | 44 300 | 4 404 | 111,04 | 11,04 |
| Налог на прибыль | 5 906 | 6 830 | 924 | 115,65 | 15,65 |
| Чистая прибыль | 33 990 | 37 470 | 3 480 | 110,24 | 10,24 |

Задание № 4. Проанализировать соответствие между темпами роста средней заработной платы и производительности труда

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2015 г. | 2016 г. | 2017 г. |
| Выручка в расчете на одного работающего (производительность труда), тыс. руб. | 775,9 | 877,8 | 1081,0 |
| Индекс роста производительности труда | х | 1,13 | 1,23 |
| Среднегодовая заработная плата одного работника, тыс. руб. | 146,9 | 169,1 | 166,1 |
| Индекс роста заработной платы к уровню прошлого года | х | 1,13 | 0,98 |
| Коэффициент опережения темпов роста производительности труда над темпами роста оплаты труда | х | 1,0 | 1,26 |

Задание № 5

Решение:

* Определяем количество потенциальных пользователей.

145x 0,9= 130,5 млн.

* Определяем количество ситуаций использования средства для полоскания полости рта в год.

130,5х106х2х365= 95млр раз в год

* Определяем потенциальный спрос

95х25/250 = 9,5 млрд флаконов в год.

1. Конкурсы, премии, купоны, пробные образцы, скидки, подарки.
2. Скрытый спрос.

Задание № 6

Для поддержания лояльности постоянных клиентов можно использовать бонусные и накопительные карты для постоянных клиентов в виде 5% скидок и акции.

Задание №7.

1. Основные маркетинговые исследования маркетологами швейного объединения были направленны на изучение товара, которые включают:

* его новизну;
* конкурентоспособность;
* соответствие ГОСТам;
* степень удовлетворенности потребностей покупателей.

1. Цели маркетинговых исследований в данном случае были аналитическими, т.е. выяснялись причины лежащие в отрицательной работе фабрики, поиск выхода из создавшегося положения.
2. Акцент в данной ситуации сделан на продукт, как как на один из составляющих комплекса маркетинга, который включает: дизайн, сервисное обслуживание, а так же продвижение: проведение демонстрации, выставок, рекламы.

Концепция совершенствования товара, т.к. производители направили свои усилия на повышение качества своего товара, несмотря на более высокие издержки, а следовательно и цены. В данном случае на лицо товарно - ориентированный вид маркетинга и стимулирующий тип маркетинга.

Задание 8.

1. Определяем относительную себестоимость продукта компании А = себестоимость продукции компании А / себестоимость аналогичного продукта компании Б:

162 000 / 105 000 = 1,5

1. Определяем показатель относительно приемлемой цены = приемлемая цена на продукт компании А/ на приемлемую цену аналогичного продукта компании Б:

270 000/ 192 000 = 1,4

1. Вставить схему.

Данное расположение товара означает - товары обладают высокой рыночной силой, но производятся с более высокими издержками. Главное в этой ситуации - чтобы цена покрывала более высокие, чем у конкурента издержки.

Задание № 9

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | На начало отчетного периода | | На конец отчетного периода | | Изменение | Темп роста, % |
| тыс. руб. | %к итогу | тыс. руб. | %к итогу |
| *Актив* |  |  |  |  |  |  |
| 1. Внеоборотные активы | 85 000 | 41,26 | 87 000 | 38,33 | 2 000 | 102,35 |
| 1.1 НМА | 24 000 | 11,65 | 28 000 | 12,33 | 4 000 | 116,67 |
| 1 .2 Основные средства | 54 000 | 26,21 | 50 000 | 22,03 | -4 000 | 92,59 |
| 1 .3 Долгосрочные фин.вложения | 7 000 | 3,40 | 9 000 | 3,96 | 2 000 | 128,57 |
| 2. Оборотные активы | 107 000 | 51,94 | 125 000 | 55,07 | 18 000 | 116,82 |
| 2.1 Запасы, затраты, НДС по приобретенным ценностям | 32 000 | 15,53 | 38 000 | 16,74 | 6 000 | 118,75 |
| 2.2 Дебиторская задолженность | 16 000 | 7,77 | 22 000 | 9,69 | 6 000 | 137,50 |
| 2.3 Краткосрочные финансовые вложения | 12 000 | 5,83 | 15 000 | 6,61 | 3 000 | 125,00 |
| 2.4 Денежные средства | 47 000 | 22,82 | 50 000 | 22,03 | 3 000 | 106,38 |
| 3. Затраты в незавершенном  производстве | 14 000 | 6,80 | 15 000 | 6,61 | 1 000 | 107,14 |
| БАЛАНС | 206 000 | 100,00 | 227 000 | 100,00 | 21 000 | 110,19 |

**2 вариант**

Задание № 1

Общая сумма по инвентаризационной ведомости – 120 245,5 руб.

1. Докторская = 125,7 x 248 =31173,6 руб.
2. Молочная = 98,6 x 223 = 21987,8 руб.
3. Русская =42,9 x 284 = 12183,6 руб.
4. Сливочная=49,1 x 295 = 14484,5 руб.
5. Телячья= 126,3 x 320 = 40416 руб.
6. Общая сумма инвентаризационной ведомости

31173,6 + 21987,8 + 12183,6 + 14484,5 +40416= 120 245,5 руб.

Задание № 2

Обучающийся, производит соответствующие расчёты и оформляет счет-фактуру..

Ответы по строчкам:

1. Крупа гречневая ядрица = 65 x 38, 00 = 2470 руб.
2. Крупа рис длиннозерный = 80 x 23,50 = 1880 руб.
3. Сахарный песок = 245 x26,00 = 6370 руб.

Общая сумма: 2470 + 1880 + 6370 = 10720 руб.

Задание № 3

Затраты на 1 руб. ТП (пл) = 5400/4863 = 1,1104 р/р или 111,04 коп/руб.

Затраты на 1 руб. ТП (факт) = 5300/3882 = 1,3653 или 136,53 коп/руб.

Δ Затраты на 1 руб. ТП = 136,53 – 111,04 = 25,49 коп/руб.

Или в % 25,49/111,04 \* 100 = 22,96%

Причины отклонений:

1. Увеличилась себестоимость товарной продукции;
2. Возможно снизились цены на товарную продукцию;
3. Изменилась структура производства в сторону менее рентабельной продукции.

Задание № 4. Проанализировать соответствие между темпами роста средней заработной платы и производительности труда

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2015 г. | 2016 г. | 2017 г. |
| Выручка в расчете на одного работающего (производительность труда), тыс. руб. | 777,9 | 888,8 | 999,0 |
| Индекс роста производительности труда | х | 1,14 | 1,12 |
| Среднегодовая заработная плата одного работника, тыс. руб. | 236,9 | 249,1 | 246,1 |
| Индекс роста заработной платы к уровню прошлого года | х | 1,05 | 0,99 |
| Коэффициент опережения темпов роста производительности труда над темпами роста оплаты труда | х | 1,09 | 1,13 |

Задание № 5

Решение. Продажи товаров за период сентябрь – октябрь в 254 магазинах будут =

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Запас товара на начало периода выборки | + | закупки товара магазинами за исследуемый период | – | запас товара в магазинах выборки на конец периода | = |
| **6788** | **+** | **22 577 + 20 900** | **-** | **6432** | **= 43833** |

1. Конкурсы, премии, купоны, пробные образцы, скидки, подарки.
2. Падающий спрос.

Задание № 6.

Целевая аудитория – от 16 лет и старше.

Реклама на ТВ с привлечением известной личности.

Смс-рассылка абонентам, в т.ч.через социальные сети.

Задание №7.

1. Тип маркетинговых исследований – рыночный, т.к. производитель хочет сориентироваться относительно рынков, на которых он может реализовывать свою продукцию, а так же изучить факторы, воздействующие на данные рынки.
2. Высшему руководству потребуется как вторичная так и первичная информация, хотя это длительное и дорогостоящее дело, требующие труда опытных специалистов. Но без ее учета невозможно принять обоснованные решения. Информация должна быть: полной, надежной, достоверной, актуальной, иметь целевую направленность.
3. В данном случае имеет место интенсивное распределение. При такой стратегии производитель стремиться обеспечить наличие своих товаров в максимально большом количестве любых торговых точек, чтобы обеспечить максимальных охват рынка.

При сбыте можно использовать каналы всех уровней: нулевого, одноуровневого, двухуровневого и т.д. В качестве посредников можно воспользоваться услугами дилера, дистрибьютора, агента, брокера, комиссионера.

1. Основные методы стимулирования: ведение рекламных кампаний, мерчандайзинг, паблик рилейшенз.

Задание № 8.

1. Такая группировка показывает что по техническим показателям товар А превосходит конкурента на 20 %, но по потребительским - составляют только 60 % а ценовым – 95 %
2. Теперь можно рассчитать интегральный показатель конкурентоспособности товара: (1,2 + 0,6 + 0,95) / 3 = 0,92

На основании этого можно сделать вывод, что товар соответствует товару конкурента на 92%. Наиболее низкий уровень получен по потребительским параметрам.

Задание № 9

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | На начало отчетного периода | | На конец отчетного периода | | Изменение, тыс. руб. | Темп роста, % |
| тыс. руб. | % к итогу |  |  |
| *Пассив* |  |  |  |  |  |  |
| 4. Капитал и резервы | 108 000 | 92,31 | 111 000 | 94,07 | 3 000 | 102,78 |
| 4.1 Уставный капитал | 38 000 | 32,48 | 46 000 | 38,98 | 8 000 | 121,05 |
| 4.2 Добавочный капитал | 12 000 | 10,26 | 12 000 | 10,17 | 0 | 100,00 |
| 4.3 Резервный капитал | 18 000 | 15,38 | 20 000 | 16,95 | 2 000 | 111,11 |
| 4.4 Нераспределенная прибыль | 33 000 | 28,21 | 28 000 | 0,00 | -5 000 | 84,85 |
| 4.5 Доходы будущих периодов | 7 000 | 5,98 | 5 000 | 4,24 | -2 000 | 71,43 |
| 5. Долгосрочные пассивы | 6 000 | 5,13 | 4 000 | 3,39 | -2 000 | 66,67 |
| 6. Краткосрочные пассивы | 3 000 | 2,56 | 3 000 | 2,54 | 0 | 100,00 |
| 6.1 Заемные средства | 1 000 | 0,85 | 1 800 | 1,53 | 800 | 180,00 |
| 6.2 Кредиторская задолженность | 2 000 | 1,71 | 1 200 | 1,02 | -800 | 60,00 |
| БАЛАНС | 117 000 | 100,00 | 118 000 | 100,00 | 1 000 | 100,85 |

**3 вариант**

Задание № 1

Общая сумма по инвентаризационной ведомости – 75421,2 руб.

1. Хек = 85,7 x 130 =11 141 руб.
2. Горбуша = 98, 4 x 85= 8364 руб.
3. Семга =56,7 x 526 = 29 824,2 руб.
4. Минтай =84,6 x 110 = 9 306руб.
5. Карп =76,3 x 220 = 16 786 руб.
6. Общая сумма инвентаризационной ведомости:

11 141 + 8 364 + 29 824, 2 + 9 306 + 16 786 = 75 421,2 руб.

Задание № 2

Обучающийся, производит соответствующие расчёты и оформляет счет-фактуру.

Ответы по строчкам:

1. Конфеты Ромашка = 220 x 250, 00= 55 000 руб.
2. Конфеты Мишка косолапый = 150 x 280,00= 42 000 руб.
3. Конфеты Трюфель = 86 x420,00 = 36 120 руб.
4. Шоколад Аленка 0,1 = 340 x 23,00 = 7 820 руб.

Общая сумма: 55 000 + 42 000 + 36 120 + 7 820 = 140 940 руб.

Задание № 3

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Показатели | Прошлый период | Отчетный период |
| 1 | Выручка от продажи товаров | 1 518 520 | 1 041 232 |
| 2 | Себестоимость проданных товаров | 130 129 | 904 690 |
| 3 | Валовая прибыль | 1 388 391 | 136 542 |
| 4 | Коммерческие расходы | 955 | 1 123 |
| 5 | Управленческие расходы | 22 473 | 18 863 |
| 6 | Прибыль от продажи товаров | 1 364 963 | 116 556 |

|  |
| --- |
| Рентабельность продаж(прошлый период) = 89,89 %  Рентабельность продаж(отчетный период) = 11,19% |

Δ Рентабельность продаж = 11,19 – 89,89 = - 78,7%

Задание № 4. Проанализировать соответствие между темпами роста средней заработной платы и производительности труда

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2015 г. | 2016 г. | 2017 г. |
| Выручка в расчете на одного работающего (производительность труда), тыс. руб. | 685,9 | 767,8 | 999,0 |
| Индекс роста производительности труда | х | 1,12 | 1,30 |
| Среднегодовая заработная плата одного работника, тыс. руб. | 156,9 | 189,1 | 196,1 |
| Индекс роста заработной платы к уровню прошлого года | х | 1,21 | 1,04 |
| Коэффициент опережения темпов роста производительности труда над темпами роста оплаты труда | х | 0,93 | 1,25 |

Задание № 5

Решение

* Определяем количество потенциальных пользователей.

145x 0,95 = 137,75 млн.

* Определяем реальный спрос на майонез в России.

137,75 х 2,3 = 316 825 000 кг = 316 825 т.

* Определяем мировой рынок майонеза.

316 825 т х 100%**/** 14 % = 2 263 036 т.

1. Конкурсы, премии, купоны, пробные образцы, скидки, подарки.
2. Стабильный спрос.

Задание № 6.

Для поддержания лояльности постоянных клиентов можно использовать бонусные и накопительные карты для постоянных клиентов в виде 5% скидок и акции.

Задание №7.

1. Отделом маркетинга молочного комбината были проведены маркетинговые исследования внутренней среды предприятия. В следствии чего были изменены: фирменный стиль для документов, новая одежда сотрудников, фирменный знак, дизайн упаковки, т.е. была исследована производственная среда молочного комбината и конкуренты.
2. Средства продвижения, используемые молочным комбинатом: стимулирование спроса, реклама, пропаганда, стимулирование сбыта.

Задание № 8.

1. Показатель расширения матрицы означает, что оцениваемый товар на 90 % соответствует уровню товару конкурента.
2. Интегральный показатель можно рассчитать по следующим группам: технические, потребительски, ценовые. Он рассчитывается как среднее арифметическое вошедших в него показателей.
3. Показатели технической группы:

* Технические – 0,8
* Потребительские – 0,4
* Ценовые – 0,6

1. Такая группировка показывает, что по техническим показателям товар соответствует товару конкурента на 80%, но по потребительским - составляют только 40 % а ценовым – 60 %

Теперь можно рассчитать интегральный показатель конкурентоспособности товара: (0,8 + 0,4 + 0,6) / 3 = 0,6

На основании этого можно сделать вывод, что товар соответствует товару конкурента на 60%. Наиболее низкий уровень получен по потребительским параметрам.

Задание № 9

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование статей актива | Сумма, тыс. руб. | | Отклонение | Темпы, % | |
| на начало периода | на конец периода | роста | прироста |
| 1 Основные средства и прочие внеоборотные активы | 56000 | 60000 | 4000 | 107,14 | 7,14 |
| 2 Запасы и затраты | 12 000 | 14000 | 2000 | 116,67 | 16,67 |
| 3 Денежные средства, расчеты и прочие активы | 25 000 | 22 000 | -3000 | 88,00 | -12,00 |
| 3.1 Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения | 15 000 | 12000 | -3000 | 80,00 | -20,00 |
| 3.2 Дебиторская задолженность | 3 000 | 5 500 | 2500 | 183,33 | 83,33 |
| 3.3 Прочие оборотные активы | 7 000 | 4 500 | -2500 | 64,29 | -35,71 |
| Баланс | 93 000 | 96000 | 3000 | 103,23 | 3,23 |

**4 вариант**

Задание № 1

Общая сумма по инвентаризационной ведомости – 275 360руб.

1. Красная шапочка = 120x 350 =42 000 руб.
2. Ромашка = 198 x 250 = 49 500 руб.
3. Белочка =412 x 330 = 135 960 руб.
4. Сливочные =49 x 220 = 10 780 руб.
5. Теремок =126 x 320 = 37 120 руб.
6. Общая сумма инвентаризационной ведомости:

42 000+ 49 500 + 135 960 + 10 780 + 37 120 = 275 360 руб.

Задание № 2

Обучающийся, производит соответствующие расчёты и оформляет счет-фактуру.

Ответы по строчкам:

1. Морковь ст. = 265,5 x35, 00= 9 292,5 руб.
2. Картофель ст. = 680,9x 13,50= 9 192,15 руб.
3. Капуста св. = 245,2 x16,00 = 3 923, 2 руб.

Общая сумма: 9 292, 5 + 9 192, 15 + 3 923, 2 = 22 407, 85 руб.

Задание № 3

Стоимость основных средств на конец года = 38000+7500-2800=42 700 тыс. руб.

Δ ОС = 42 700 – 38 000 = 4700 тыс. руб.

Или в %: 4700/38000 = 12,37%

Коэффициент обновления = 7500/42700 \* 100 = 17,56%

Коэффициент выбытия = 2 800 / 38 000 \* 100 = 7,37%

Коэффициент износа (нач.) = 4 000 / 38 000 \* 100 = 10,53%

Коэффициент износа (конец) = 4 500 / 42 700 \* 100 = 10,54%

Вывод: коэффициент износа на конец года повысился, значит техническое состояние основных средств ухудшилось, повысилась степень их изношенности. Но если учесть, что коэффициент обновления больше коэффициента выбытия и эта тенденция сохранится, то состояние основных средств будет улучшаться.

Задание № 4. Проанализировать соответствие между темпами роста средней заработной платы и производительности труда

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2015 г. | 2016 г. | 2017 г. |
| Выручка в расчете на одного работающего (производительность труда), тыс. руб. | 444,9 | 337,8 | 881,0 |
| Индекс роста производительности труда | х | 7,59 | 2,6 |
| Среднегодовая заработная плата одного работника, тыс. руб. | 138,9 | 150,1 | 145,1 |
| Индекс роста заработной платы к уровню прошлого года | х | 1,08 | 0,96 |
| Коэффициент опережения темпов роста производительности труда над темпами роста оплаты труда | х | 1,38 | 1,5 |

Задание № 5

Решение. Продажи товаров за период январь– март в 254 магазинах будут =

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Запас товара на начало периода выборки | + | закупки товара магазинами за исследуемый период | – | запас товара в магазинах выборки на конец периода | = |
| **9362** | **+** | **20 800 + 20 960 + 25 000** | **-** | **8522** | **= 71 600** |

1. Конкурсы, премии, купоны, пробные образцы, скидки, подарки.
2. Избыточный спрос.

Задание № 6.

Для поддержания лояльности постоянных клиентов можно использовать бонусные и накопительные карты для постоянных клиентов в виде 5% скидок и акции.

Задание № 7

1. Все типы маркетинговых исследований:

* конъюнктурные;
* маркетинговые ;
* рыночные.

1. Необходимо провести:

* бенчмаркетинг – изучение опыта успешной деятельности конкурентов;
* изучить ценовую политику на рынке;
* изучить конкурентов, покупателей и их покупательскую способность.

1. Мероприятия по стимулированию сбыта: реклама, личные продажи, презентации, пресс- конференции, симпозиумы, публичные выступления, спонсорство.

Задание № 8

1. Определяем относительную себестоимость продукта компании А = себестоимость продукции компании А / себестоимость аналогичного продукта компании Б:

185 000/ 110 000 = 1,6

1. Определяем показатель относительно приемлемой цены = приемлемая цена на продукт компании А/ на приемлемую цену аналогичного продукта компании Б:

290 000/ 202 000 = 1,4

1. Вставить схему. (стр 34 Лукина.)

Данное расположение товара означает - товары обладают высокой рыночной силой, но производятся с более высокими издержками. Главное в этой ситуации - чтобы цена покрывала более высокие, чем у конкурента издержки.

Задание № 9

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование статей актива | Сумма, тыс. руб. | | Отклонение | Темпы, % | |
| на начало периода | на конец периода | роста | прироста |
| 3 Источники собственных средств | 65 000 | 70 000 | 5 000 | 107,69 | 7,69 |
| 4.1 Долгосрочные кредиты банков и займы | 15 000 | 20 000 | 5 000 | 133,33 | 33,33 |
| 4.2 Краткосрочные кредиты банков и займы | 10 000 | 10 000 | 0 | 100,00 | 0,00 |
| 5 Кредиторская задолженность и прочие пассивы | 18 000 | 22 000 | 4 000 | 122,22 | 22,22 |
| 5.1 Кредиторская задолженность | 13 000 | 16 000 | 3 000 | 123,08 | 23,08 |
| 5.2 Прочие краткосрочные обязательства | 6 000 | 6 000 | 0 | 100,00 | 0,00 |
| Баланс | 93 000 | 96000 | 3000 | 103,23 | 3,23 |

**4.4. Критерии оценки**

**1. Выполнение задания:**

- прохождение вводного инструктажа

- своевременность и целесообразность обращение в ходе задания к информационным источникам;

- правильность применения данных нормативно-справочной литературы;

- рациональное распределение времени на выполнение задания.

**2. Осуществленный процесс**:

Критерии оценки:

50 -100 баллов – «освоен»

Менее 50 баллов – «не освоен»

50-70 баллов – оценка «3»

70-90 баллов – оценка «4»

90-100 баллов – оценка «5»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Группа №** | | | | |
| **Критерий оценивания** | **Описание критериев оценивания профессиональных умений** | **Max балл** | **Балл** | **Примечание** |
| **Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации** | обоснованность выбора данных бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности | 3 |  |  |
| соблюдение последовательности действий при проведении учета товаров | 3 |  |
| соответствие оформления документации по учету товаров установленным требованиям (стандартам) | 3 |  |  |
| соблюдение последовательности действий при проведении инвентаризации | 3 |  |  |
| соответствие оформления результатов инвентаризации установленным требованиям (стандартам) | 3 |  |  |
| **Итого** | **15** |  |  |
| **Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем** | соответствие оформления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов установленным требованиям (стандартам) | 3 |  |  |
| правильность составления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов | 3 |  |  |
| организация хранения организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов в соответствии с установленными требованиями (стандартами) | 3 |  |  |
| грамотность и скорость составления и оформления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов при работе с автоматизированными системами | 3 |  |  |
| **Итого** | **12** |  |  |
| **Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов** | обоснованность выбора экономических методов в конкретных практических ситуациях | 2 |  |  |
| правильность расчета микроэкономических показателей | 1 |  |  |
| полнота анализа микроэкономических показателей | 1 |  |  |
| полнота анализа рынков ресурсов | 2 |  |  |
| **Итого** | **6** |  |  |
| **Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату** | правильность расчета основных экономических показателей коммерческой организации | 2 |  |  |
| правильность расчета цены продукции | 2 |  |  |
| правильность расчета заработной платы сотрудников и ФОТ предприятия | 2 |  |  |
| **Итого** | **6** |  |  |
| **Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров** | правильность определения потребности | 5 |  |  |
| правильность выявления типа маркетинга в соответствии с потребностями потребителя | 5 |  |  |
| аргументированность формирования спроса | 5 |  |  |
| аргументированность выбора методов стимулирования сбыта | 5 |  |  |
| **Итого** | **20** |  |  |
| **Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации** | логичность обоснования целесообразности использования маркетинговых коммуникаций | 5 |  |  |
| правильность применения маркетинговых коммуникаций | 5 |  |  |
| **Итого** | **10** |  |  |
| **Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений** | правильность соблюдения последовательности проведения маркетинговых исследований | 5 |  |  |
| обоснованность принятия маркетинговых решений | 5 |  |  |
| **Итого** | **10** |  |  |
| **Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации** | обоснованность принятия решений при реализации сбытовой политики | 5 |  |  |
| правильность оценки конкурентоспособности товаров | 5 |  |  |
| правильность оценки конкурентных преимуществ организации | 5 |  |  |
| **Итого** | **15** |  |  |
| **Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты** | обоснованность выбора методов и приемов анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности | 2 |  |  |
| соблюдение последовательности действий при осуществлении денежных расчетов с покупателями | 2 |  |  |
| правильность составления финансовой документации и отчетности в соответствии требованиями (стандартами) | 2 |  |  |
| **Итого** | **6** |  |  |
|  | **Всего** | **100** |  |  |

**Федеральное казённое профессиональное образовательное учреждение**

**«Оренбургский государственный экономический колледж-интернат»**

**МИНИСТЕРСТВА ТРУДА И СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ**

**РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ОЦЕНОЧНАЯ ВЕДОМОСТЬ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ**

**ПМ. 02 «ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

обучающийся на 3 курсе по специальности СПО **38.02.04 Коммерция (по отраслям)** освоил программу профессионального модуля **ПМ. 02 «**Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности**»** в объеме 549 часов.

с «1» сентября 2017 г. по «12» апреля 2018 г.

Результаты промежуточной аттестации по элементам профессионального модуля

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Элементы модуля**  (код и наименование МДК, код практик) | **Формы промежуточной аттестации** | **Оценка** |
| МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение | Дифференцированный зачет |  |
| МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности | Дифференцированный зачет |  |
| МДК 02.03. Маркетинг | Экзамен |  |
| Учебная практика | Дифференцированный зачет |  |
| Производственная практика | Дифференцированный зачет |  |

**Итоги экзамена (квалификационного) по профессиональному модулю**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Коды проверяемых компетенций** | **Основные показатели оценки результата** | **Оценка**  **(да /нет)** |
| ПК 2.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации | Правильность использования данных бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проведения учета товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участия в их инвентаризации. | Да |
| ПК 2.2. Оформлять, про­верять правильность состав­ления, обеспечивать хране­ние организационно-распо­рядительных, товаросопро­водительных и иных необхо­димых документов с исполь­зованием автоматизиро­ванных систем | Правильность оформления, составления, обеспечения хранения организационно-распорядительных, товаросопроводи­тельных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем. | Да |
| ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов | Обоснованность применения в практических ситуациях экономических методов.  Правильность расчета микроэкономических показателей, их анализ. | Да |
| ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату | Правильность определения основных экономических показателей работы организации, цен, заработной платы. | Да |
| ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров | Обоснованность выявления потребностей, видов спроса и соответствующих им типов маркетинга для обеспечения целей организации, формирования спроса и стимулирования сбыта товаров. | Да |
| ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации | Обоснованность целесообразности использования и применения маркетинговых коммуникаций. | Да |
| ПК 2.7. Участвовать в прове­дении маркетинговых иссле­дований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений | Правильность проведения маркетинговых исследований рынка, разработка и реализация маркетинговых решений. | Да |
| ПК 2.8. Реализовывать сбыто­вую политику организации в пределах своих должност­ных обязанностей, оцени­вать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации | Обоснованность реализации сбытовой политики организации в пределах своих должностных обязанностей, оценка конкурентоспособности товаров и конкурентных преимуществ организации. | Да |
| ПК 2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммер­ческой деятельности, осуществлять денежные расче­ты с покупателями, состав­лять финансовые документы и отчеты | Правильность применения методов и приемов анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществления денежных расчетов с покупателями, составление финансовых документов и отчетов. | Да |
| ОК .1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес | Аргументированность преимущества выбора профессии. | Да |
| ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество | Успешное выполнение самостоятельных заданий по программе модуля.  Активность и инициативность в процессе освоения профессионального модуля.  Эффективность и качество выполнения самостоятельной работы при освоении МДК профессионального модуля | Да |
| ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность | Способность принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях, нести за них ответственность. | Да |
| ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития | Нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач и личностного развития.  Обоснованный выбор технологий поиска, анализа информации. | Да |
| ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями | Взаимодействие с обучающимися, преподавателями  и мастерами в ходе обучения.  Участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах, научно-практических конференциях, выставках-ярмарках и т.п.  Владение и качественное применение в речи профессиональной терминологии. Грамотность речи, логическое изложение информации. | Да |
| ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации | Результативность организации собственной профессиональной деятельности. | Да |
| ОК. 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий | Соблюдение действующего законодательства (ГК РФ) и требования нормативных документов (ГК РФ, НК РФ, ФЗ «О защите прав потребителей») | Да |

**Решение экзаменационной комиссии: вид профессиональной деятельности освоен с оценкой \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Подписи членов экзаменационной комиссии:**

**Председатель комиссии:**

Г.М. Петрова

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Подпись

**Члены комиссии:**

Е.В. Ермош

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Подпись

Н.А. Мельникова

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Подпись

М.Л. Стрелец

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Подпись

Дата «20» апреля 2018 г.