

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет
им. Г. И. Носова»
Многопрофильный колледж



УТВЕРЖДАЮ
Директор
С.А. Махновский
08.02.2023г

**Методические указания
по подготовке к сдаче
демонстрационного экзамена
для обучающихся
специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям)**

Магнитогорск, 2023

Предметно-цикловой комиссией
«Экономика и сфера обслуживания»
Председатель
Н.Н. Колесникова
Протокол № 6 от 25.01.2023 г.

Методической комиссией МпК
Протокол № 4 от 08.02.2023 г.

Составитель:
преподаватель ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова» Многопрофильный
колледж Н.Н.Колесникова

Методические указания разработаны на основе ФГОС СПО по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «15» мая 2014 г. № 539, оценочных материалов для проведения демонстрационного экзамена КОД 38.02.04-1-2025 Менеджер по продажам.

Методические указания содержат общие положения по проведению демонстрационного экзамена, в полном объеме изложены рекомендации по выполнению заданий демонстрационного экзамена.

СОДЕРЖАНИЕ

1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	4
2 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К ДЕМОНСТРАЦИОННОМУ ЭКЗАМЕНУ	10
3 ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ	20

1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Демонстрационный экзамен направлен на определение уровня освоения выпускником материала, предусмотренного образовательной программой, и степени сформированности профессиональных умений и навыков путем проведения независимой экспертной оценки выполненных выпускником практических заданий в условиях реальных или смоделированных производственных процессов.

Демонстрационный экзамен направлен на контроль освоения следующих основных видов деятельности и соответствующих им общих и профессиональных компетенций:

Вид деятельности (вид профессиональной деятельности)	Перечень оцениваемых ОК, ПК	Перечень оцениваемых умений, навыков (практического опыта)
<i>ИНВАРИАНТНАЯ ЧАСТЬ КОД 38.02.04-1-2025</i>		
Организация и управление торговой деятельностью	ПК: Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции.	Практический опыт: составления договоров
	ПК: На своем участке работы управлять товарными запасами и потоками, организовывать работу на складе, размещать товарные запасы на хранение.	Умение: управлять товарными запасами и потоками
	ПК: Эксплуатировать торговое-технологическое оборудование.	Практический опыт: эксплуатации оборудования в соответствии с назначением и соблюдения правил охраны труда
		Умение: эксплуатировать

		торгово-технологическое оборудование
	ОК: Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Умение: использовать современное программное обеспечение
Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности	ПК: Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.	Практический опыт: выявление потребности (спроса) на товар
		Практический опыт: оформление финансовых документов и отчетов
		Умение: осуществлять денежные расчеты
	ПК: Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	Умение: проводить маркетинговые исследования рынка

Для проведения демонстрационного экзамена составляется расписание экзамена и консультаций.

Демонстрационный экзамен по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) проводится на базовом уровне.

Демонстрационный экзамен базового уровня проводится по решению образовательной организации на основании заявлений выпускников на основе требований к результатам освоения образовательных программ среднего профессионального образования, установленных в соответствии с ФГОС СПО.

Комплект оценочной документации включает комплекс требований для проведения демонстрационного экзамена, перечень оборудования и оснащения, расходных материалов, средств обучения и воспитания, план застройки площадки демонстрационного экзамена, требования к составу экспертных групп, инструкции по технике безопасности, а также образцы заданий.

Задание демонстрационного экзамена включает комплексную практическую задачу, моделирующую профессиональную деятельность и выполняемую в режиме реального времени.

5.2 Типовое задание для демонстрационного экзамена базового уровня

5.2.1 Структура и содержание типового задания

Демонстрационный экзамен базового уровня проводится с использованием единых оценочных материалов, включающих в себя конкретные комплекты оценочной документации (КОД), варианты заданий и критерии оценивания, разрабатываемых оператором. Комплект оценочной документации приведен в <https://bom.firpo.ru/Public/2457>.

Задание базового уровня состоит из двух модулей:

Модуль № 1: Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью

Задание модуля 1.

Используя специализированную программу для автоматизации оперативных и управленческих процессов в торговой организации (например, 1С: Управление торговлей) или программное обеспечение для офисной работы, справочно-правовые системы необходимо:

1. Составить Договор Поставки товаров и спецификацию к договору.

2. Оформить результаты приемки товаров по количеству и качеству в соответствии с товаро-сопроводительными документами (Акт о приемке товаров (форма N ТОРГ-1)).

3. Создать документ:

- виды номенклатуры и номенклатуры с характеристиками (наименование и другие отличительные признаки (бренд, объем, состав и т.д.), код товара, штрих-код, артикул, количество принятого товара);

- установка цены номенклатуры для группы товаров.

4. Сформировать, распечатать и сохранить в электронном виде:

- прайс-лист по всем товарам;

- ценники на товар.

Модуль № 2: Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

Используя специализированную программу для автоматизации оперативных и управленческих процессов в торговой организации (например, 1С: Управление торговлей) или программное обеспечение для офисной работы, справочно-правовые системы необходимо:

1. Оформить факт оплаты поставщику безналичным способом за полученный товар.

2. Ввести счет-фактуру, полученную от поставщика.

3. Оформить возврат поставщику ООО «Олимп» (Акт об установленном расхождении по количеству и качеству при приемке товарно-материальных ценностей (форма N ТОРГ-2)), в связи с пересортицей товара.

4. Отразить факт оплаты денежных средств от поставщика безналичным способом за возвращенный товар.

5. Сформировать, распечатать и сохранить в электронном виде:

- ведомость по товарам на складах;

- карточка расчетов с поставщиком;

- ведомость по денежным средствам.

6. Составить маркетинговый план (MS Word) по продвижению товаров в соответствии с бизнес-задачами организации.

7. Предложить конкретные маркетинговые мероприятия (рекламные акции, проекты, выставки и т.д.) обеспечивающие рост объема продаж товаров.

5.2.2 Оснащение рабочего места для проведения демонстрационного экзамена по типовому заданию

Материально-техническая база соответствует инфраструктурному листу КОД 38.02.04-1-2025.

5.3 Критерии оценки выполнения задания демонстрационного экзамена

Процедура оценивания результатов выполнения заданий демонстрационного экзамена осуществляется членами экспертной группы по 100-балльной системе в соответствии с требованиями комплекта оценочной документации.

Распределение баллов по критериям оценивания демонстрационного экзамена профильного уровня представлено в таблице.

Модуль задания (вид деятельности, вид профессиональной деятельности)	Критерий оценивания	Баллы
Организация и управление торговой деятельностью	Участие в установлении контактов с деловыми партнерами, заключение договоров и контроль их выполнения, предъявление претензий и санкций	8,00
	На своем участке работы управление товарными запасами и потоками, организация работы на складе, размещение товарных запасов на хранение	9,00
	Эксплуатация торгового-технологического оборудования	7,00
	Использование современных средств поиска, анализа и интерпретации информации и информационных технологий для выполнения задач профессиональной деятельности	2,00
Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности	Применение в практических ситуациях экономических методов, расчет микроэкономических показателей, их анализ, а также рынков ресурсов	14,00
	Обоснование целесообразности использования и применения маркетинговых коммуникаций	10,00
ИТОГО		50,00

Необходимо осуществить перевод количества баллов в оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Перевод полученного количества баллов в оценки осуществляется государственной экзаменационной комиссией с обязательным присутствием главного эксперта.

Перевод баллов в оценку может быть осуществлен на основе таблицы:

Оценка ГИА	«2»	«3»	«4»	«5»
Отношение полученного количества баллов к максимально возможному (в процентах)	0,00 - 19,99%	20,00 - 39,99%	40,00 - 69,99%	70,00 - 100,00%

Баллы выставляются в протоколе проведения демонстрационного экзамена, который подписывается каждым членом экспертной группы и утверждается главным экспертом после завершения экзамена для экзаменационной группы.

При выставлении баллов присутствует член ГЭК, не входящий в экспертную группу, присутствие других лиц запрещено.

Подписанный членами экспертной группы и утвержденный главным экспертом протокол проведения демонстрационного экзамена далее передается в ГЭК для выставления оценок по итогам ГИА.

Оригинал протокола проведения демонстрационного экзамена передается на хранение в образовательную организацию в составе архивных документов.

Статус победителя, призера чемпионатов профессионального мастерства, проведенных Агентством (Союзом «Агентство развития профессиональных сообществ и рабочих кадров «Молодые профессионалы (Ворлдскиллс Россия)») либо международной организацией «WorldSkills International», в том числе «WorldSkills Europe» и «WorldSkills Asia», и участника национальной сборной России по профессиональному мастерству по стандартам «Ворлдскиллс» выпускника по профилю осваиваемой образовательной программы среднего профессионального образования засчитывается в качестве оценки «отлично» по демонстрационному экзамену в рамках проведения ГИА по данной образовательной программе среднего профессионального образования.

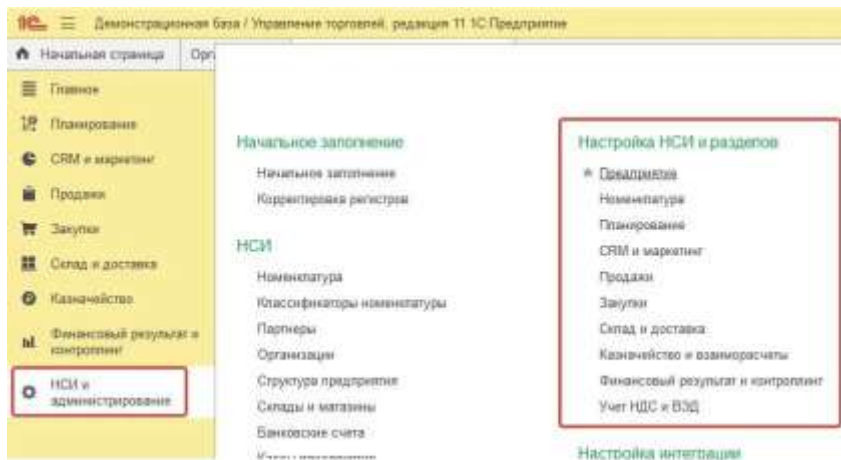
2 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К ДЕМОНСТРАЦИОННОМУ ЭКЗАМЕНУ

Модуль № 1: Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью

Участники для выполнения задания модуля №1 должны использовать специализированную программу для автоматизации оперативных и управленческих процессов в торговой организации «1С: Управление торговлей», а также программные обеспечения для офисной работы и справочно-правовую систему «Консультант Плюс».

«1С: Управление торговлей» предполагает комплексную автоматизацию бизнес-процессов, связанных с закупкой, а также реализацией товаров, оказанием услуг, приемом денег. В программе предусмотрен ряд инструментов для общего анализа хозяйственной жизни предприятия, что позволяет оценить результаты труда.

Наполнение каждого перечисленного раздела регулируется настройками, находящимися в группе «Настройка НСИ и разделов».



Сама конфигурация «1С: Управление торговлей» поделена на разделы:

- Главное
- Планирование
- CRM и маркетинг

- Продажи
- Закупки
- Склад и доставка
- Казначейство
- Финансовый результат и контроллинг
- НСИ и администрирование.

В программе «1С: Управление торговлей» необходимо создать индивидуального предпринимателя Княгинина Александра Сергеевича в соответствии с выпиской из ЕГРИП, которая представлена в задании к демоэкзамену. Далее необходимо зарегистрировать ИП в Межрайонной инспекции Федеральной налоговой службы № 11 по Ставропольскому краю. Записать ИНН 262401468322 и ОГРНИП 312265119800032.

Зарегистрировать ИП в органах социального страхования, используя:

- сведения о регистрации в качестве страхователя по обязательному пенсионному страхованию;
- сведения о регистрации в качестве страхователя по обязательному социальному страхованию.

Указать ОКВЭД 47.11 «Торговля розничная преимущественно пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями в неспециализированных магазинах».

Далее надо внести банковские реквизиты. Наименование банка: ЦЕНТРАЛЬНО-ЧЕРНОЗЕМНЫЙ БАНК ПАО СБЕРБАНК р/с 40702810407000101894 к/с 30101810600000000681, БИК 041403633, ИНН 7707083893, ул. 9 Января, 28, Код по ОКАТО – 20.

ИП находится на упрощенной системе налогообложения, которую необходимо настроить в программе. Настройки учета УСН - Доходы минус расходы, Дата регистрации: 25.12.2024 г.

После создания ИП, необходимо составить Договор поставки товаров и спецификацию к договору. Реквизиты: Договор № 25 от 14 марта текущего года. Срок действия договора – 1 год, период поставки – полугодие. Оплата товара – 100% предоплата.

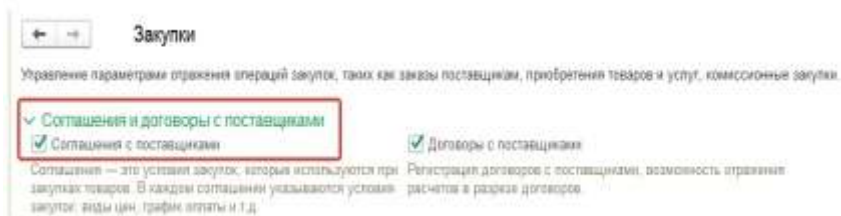
Поставщик ООО «Олимп», расположенный СК, Георгиевский муниципальный округ г.Георгиевск, ул.Горького 15. Наименование банка ОАО «Промсвязьбанк» 107076 г. Москва, ул. Стромынка, д. 18, стр. 27, р/с 40702810680060857001, к/с 30101810600000000119, БИК 044583119. ИНН 7716201303, КПП 771601001, ОГРН 1027739389930, ОКПО

56542865.

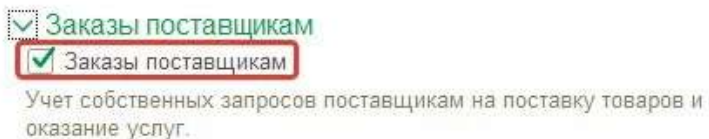
ИП Княгинин А.С., расположенном по адресу: СК, Буденновский муниципальный округ, с.Прасковья, ул.Борцов-Революции, 70.

Для настройки ведения учета расчетов в разрезе договор в разделе «Продажи» присутствует настройка «Договоры с клиентами».

В разделе «Закупки», эта функция называется «Договоры с поставщиками».

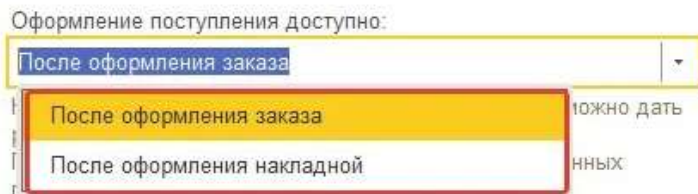


Если в организации имеются представления об учете заказов и их назначении, то лучше выполнить эту настройку сразу и не менять ее в процессе эксплуатации программы. В разделе «Закупки» также присутствуют схожие настройки для «Заказов поставщикам».



Далее надо оформить результаты приемки товаров по количеству и качеству в соответствии с товаро-сопроводительными документами (Акт о приемке товаров (форма N ТОРГ-1)).

Оформление поступления на склад может быть ограничено последовательностью заведения документов: «После оформления заказов» или «После оформления накладной».



Поступление товаров на склад, для цели их дальнейшей розничной продажи с использованием функций и возможностей торговотехнологического оборудования. Входящий документ - товарная накладная № 133 от текущего числа. Грузоотправитель – ООО «Олимп». Дополнительно - Цена включает НДС.

Товары вносятся в номенклатуру:

№ п/п	Наименование	Количество, кг.	Цена Закупочная, руб.
1	Капуста белокочанная «Казачок»	25,00	35,00
2	Картофель розовый «Луговской»	23,00	45,00
3	Морковь «Королева осени»	25,00	40,00

Для этого необходимо создать документ:

– виды номенклатуры и номенклатуры с характеристиками (наименование и другие отличительные признаки (бренд, объем, состав и т.д.), код товара, штрих-код, артикул, количество принятого товара);

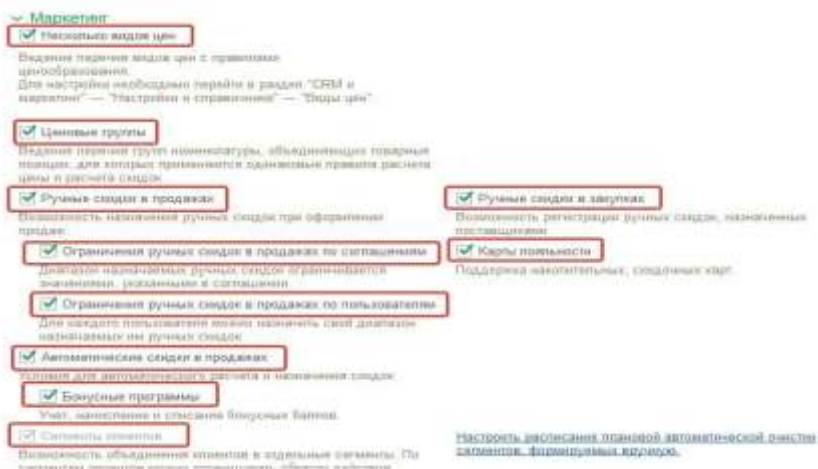
– установка цены номенклатуры для группы товаров.

Сформировать, распечатать и сохранить в электронном виде:

– прайс-лист по всем товарам;

– ценники на товар.

В разделе «Маркетинг» находится наибольшее количество настроек, которые подходят большинству компаний. При правильной настройке пользователи начнут гораздо быстрее оформлять документы, а программа поможет избежать им большинства ошибок.



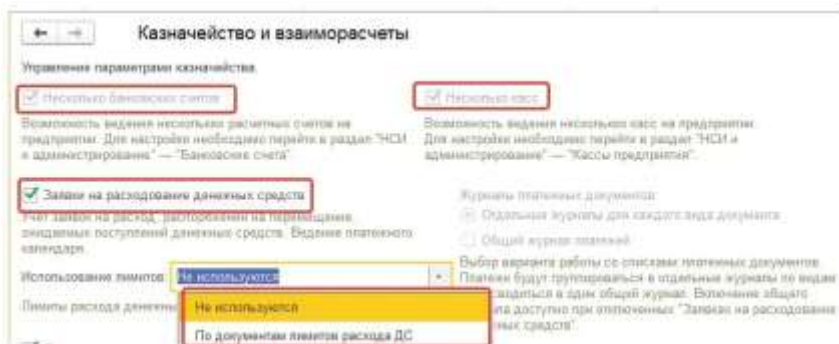
Самое простое это установка цен на продаваемый товар. Программа может сама рассчитывать цены исходя из закупочных и не позволит продавать товар по цене отличной от установленной. Если в компании существует сразу несколько видов цен, к примеру, оптовая и розничная, то необходимо выставить соответствующую настройку.

Кроме того, можно включить ведение ценовых групп, что позволит заранее разбить продаваемые номенклатуры на группы и устанавливать каждой из них отдельные правила ценообразования.

Модуль № 2: Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

Для выполнения задания модуля №2 участникам необходимо оформить факт оплаты поставщику безналичным способом за полученный товар. Ввести счет-фактуру, полученный от поставщика.

Для ведения взаиморасчетов с контрагентами в программе предусмотрено ведение нескольких счетов и нескольких касс. Данная настройка находится в разделе «Казначейство и взаиморасчеты».



Далее надо оформить возврат поставщику ООО «Олимп» (Акт об установленном расхождении по количеству и качеству при приемке товарно-материальных ценностей (форма N ТОРГ-2)), в связи с пересортицей товара.

№ п/п	Наименование	Количество, кг.
1	Капуста белокочанная «Казачок»	5,00
2	Картофель розовый «Луговской»	5,00
3	Морковь «Королева осени»	5,00

Отразить факт оплаты денежных средств от поставщика безналичным способом за возвращенный товар.

Сформировать, распечатать и сохранить в электронном виде:

- ведомость по товарам на складах;
- карточка расчетов с поставщиком;
- ведомость по денежным средствам.

Далее необходимо перейти к составлению маркетингового плана с помощью MS Word по продвижению товаров в соответствии с бизнес-задачами организации.

Предложить конкретные маркетинговые мероприятия (рекламные акции, проекты, выставки и т.д.) обеспечивающие рост объема продаж товаров.

Маркетинговые мероприятия - это комплекс спланированных действий, направленных на продвижение товаров, услуг или бренда компании на рынке, с целью привлечения и удержания целевой аудитории, увеличения продаж и укрепления позиций на рынке. Это всевозможные активности, которые помогают компании донести информацию о себе до потенциальных клиентов, сформировать положительный имидж и стимулировать спрос на свою продукцию.

Пример связи бизнес-задач и маркетингового плана:

Бизнес-задача: Увеличение объема продаж на 20% в следующем году.

Маркетинговые задачи:

- 1) Увеличение трафика на сайт на 30%.
- 2) Увеличение конверсии на 10%.
- 3) Увеличение узнаваемости бренда на 15%.

Маркетинговая тактика:

- 1) Запуск контекстной рекламы.
- 2) Оптимизация сайта для поисковых систем.
- 3) Разработка контент-маркетинговой стратегии.
- 4) Проведение акций и скидок.

Этот маркетинговый план представляет собой общую структуру. Конкретные элементы и детали будут зависеть от специфики вашего бизнеса, целевой аудитории и поставленных целей.

Виды маркетинговых мероприятий (с примерами):

1. Рекламные мероприятия:

- Онлайн-реклама:

- Контекстная реклама (Google Ads, Яндекс.Директ).
- Таргетированная реклама в социальных сетях (Facebook, Instagram, ВКонтакте).

- Баннерная реклама на сайтах.
- Видеореклама (YouTube).

Офлайн-реклама:

- Реклама на телевидении и радио.
- Наружная реклама (билборды, ситилайты).
- Реклама в печатных изданиях (газеты, журналы).
- Реклама на транспорте.
- Рекламные листовки, буклеты, брошюры.

2. PR-мероприятия (связи с общественностью):

- 1) Пресс-конференции.
- 2) Публикации в СМИ (статьи, интервью).
- 3) Участие в отраслевых мероприятиях (выставки, конференции, форумы).

- 4) Спонсорство мероприятий.
- 5) Благотворительные акции.
- 6) Работа с блогерами и лидерами мнений.

3. Мероприятия по стимулированию сбыта:

- 1) Акции (скидки, подарки, купоны).
- 2) Конкурсы и розыгрыши.
- 3) Программы лояльности.
- 4) Бонусные программы.
- 5) Специальные предложения (например, 2 по цене 1).
- 6) Бесплатные образцы продукции.

4. Мероприятия в области контент-маркетинга:

- 1) Ведение блога компании.
- 2) Публикация статей, руководств, инструкций.
- 3) Создание видеоконтента (обзоры, вебинары, обучающие ролики).
- 4) Создание инфографики.
- 5) Разработка электронных книг и отчетов.
- 6) Email-маркетинг (рассылка новостей, акций, полезной информации).

5. Мероприятия в социальных сетях (SMM):

- 1) Ведение аккаунтов компании в социальных сетях.

- 2) Публикация интересного и полезного контента.
- 3) Проведение конкурсов и акций.
- 4) Взаимодействие с подписчиками (ответы на вопросы, комментарии).
- 5) Таргетированная реклама в социальных сетях.
- 6) Развитие сообществ и групп.
6. Event-маркетинг (организация мероприятий):
 - выставки.
 - конференции.
 - семинары.
 - презентации продуктов.
 - дни открытых дверей.
 - корпоративные мероприятия (тимбилдинги, праздники).
7. Direct-маркетинг (прямой маркетинг):
 - рассылка рекламных материалов по почте.
 - телефонный маркетинг (обзвон потенциальных клиентов).
 - персонализированные предложения.

Цели маркетинговых мероприятий:

- 1) Повышение узнаваемости бренда.
- 2) Привлечение новых клиентов (лидогенерация).
- 3) Увеличение продаж.
- 4) Повышение лояльности клиентов.
- 5) Улучшение имиджа компании.
- 6) Стимулирование повторных покупок.
- 7) Формирование положительного отношения к бренду.
- 8) Укрепление позиций на рынке.
- 9) Информирование целевой аудитории о новых продуктах.

Выбор конкретных маркетинговых мероприятий зависит от целей компании, особенностей целевой аудитории, бюджета и других факторов. Важно тщательно планировать и анализировать результаты проведенных мероприятий, чтобы максимизировать их эффективность.

Заключительное задание модуля №2:

По представленным в таблице данным участникам надо рассчитать прибыль, уровень рентабельности проданной продукции, уровень рентабельности понесенных затрат. Сделать аналитические выводы о финансовом состоянии организации за три периода.

№ п/п	Наименование показателя	1-ый период	2-ой период	3-ий период	Относительное отклонение, %	
					2/1	3/2
1	Выручка, тыс. руб.	54 190	57 800	53 750		
2	Себестоимость, тыс. руб.	45 020	49 260	45 320		
3	Прибыль, тыс. руб.					
4	Уровень рентабельности проданной продукции, %					
5	Уровень рентабельности затрат, %					

Рентабельность затрат - это финансовый показатель, который демонстрирует, сколько прибыли принесит каждый рубль (или другая валюта) понесенных затрат. Он показывает эффективность использования всех затраченных ресурсов для получения прибыли.

Рентабельность затрат рассчитывается по формуле (1):

$$\text{Рентабельность затрат} = (\text{Прибыль} / \text{Общая сумма затрат}) * 100\% \quad (1)$$

Обычно используется чистая прибыль (прибыль после уплаты налогов), но может быть использована и валовая прибыль или прибыль от продаж, в зависимости от цели анализа.

Общая сумма затрат – это все затраты, понесенные компанией за определенный период (себестоимость продукции, административные расходы, коммерческие расходы и т.д.).

Высокий уровень рентабельности затрат говорит о том, что компания эффективно управляет своими затратами и получает высокую прибыль от каждого вложенного рубля.

Низкий уровень рентабельности затрат указывает на необходимость анализа и оптимизации затрат, либо на недостаточную ценовую политику.

Рентабельность затрат > 0% означает, что компания получает прибыль.

Рентабельность затрат < 0% означает, что компания несет убытки.

Пример: компания получила чистую прибыль за год в размере 5 000 000 рублей. Общая сумма затрат компании за этот же период составила 20 000 000 рублей.

$$\text{Рентабельность затрат} = (5\,000\,000 / 20\,000\,000) * 100\% = 25\%$$

Вывод: каждый рубль, затраченный компанией, приносит 25 копеек чистой прибыли.

Рентабельность проданной продукции - это финансовый показатель, который показывает, сколько прибыли приходится на каждый рубль выручки от продаж. Он характеризует эффективность работы компании в основной операционной деятельности.

Рентабельность проданной продукции рассчитывается по формуле (2):

$$\text{Рентабельность проданной продукции} = (\text{Прибыль от продаж} / \text{Выручка от продаж}) * 100\% \quad (2)$$

Прибыль от продаж – это прибыль, полученная от основной деятельности компании (продажи товаров или услуг). Рассчитывается как выручка за минусом себестоимости и коммерческих расходов.

Выручка от продаж – это общая сумма денежных средств, полученных от продажи товаров или услуг.

Высокий уровень рентабельности проданной продукции говорит о том, что компания эффективно управляет своей себестоимостью и коммерческими расходами, а также устанавливает оптимальные цены на свою продукцию.

Низкий уровень рентабельности проданной продукции указывает на необходимость анализа себестоимости, коммерческих расходов и ценовой политики.

Пример: компания получила выручку от продаж за год в размере 15 000 000 рублей. Прибыль от продаж за этот же период составила 3 000 000 рублей.

$$\text{Рентабельность проданной продукции} = (3\,000\,000 / 15\,000\,000) * 100\% = 20\%$$

Вывод: каждый рубль выручки от продаж приносит компании 20 копеек прибыли от продаж.

Оба показателя важны для оценки финансового состояния компании. Рентабельность проданной продукции является более узким показателем, который фокусируется на прибыльности продаж. Рентабельность затрат дает более общую картину, учитывая все затраты компании. Их анализ в совокупности позволяет выявить слабые места и возможности для улучшения эффективности бизнеса.

3 ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Основные источники:

1. Дорман, В. Н. Основы коммерческой деятельности : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. Н. Дорман ; под научной редакцией Н. Р. Кельчевской. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 134 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02383-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/492184>
2. Левкин, Г. Г. Коммерческая деятельность : учебное пособие для среднего профессионального образования / Г. Г. Левкин, О. А. Никифоров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 247 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15369-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497818>
3. Миршук, Т. В. Бухгалтерский учет: теория и практика : учебник / Т.В. Миршук. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 182 с.— Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=379460>
4. Качан, Н. А. Технология выполнения работы по профессии «Кассир» [Электронный ресурс]: учеб. пособие/ Н.А. Качан.— 2-е изд., стереотип. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 307 с.— (Среднее профессиональное образование).— Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=384988>
5. Захарьин, В. Р. Налоги и налогообложение [Электронный ресурс]: учебное пособие / В. Р. Захарьин. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. — 336 с. — Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=377165>
6. Сидорова, Е. Ю. Налоги и налогообложение [Электронный ресурс]: учебник / Е.Ю. Сидорова, Д.Ю. Бобошко. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 235 с. — Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=395832>
7. Сироткин, С. А. Бухгалтерский учет и анализ [Электронный ресурс]: учебник / С.А. Сироткин, Н.Р. Кельчевская. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 355 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016048-1. — Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1079194>
8. Мельник, М. В. Комплексный экономический анализ [Электронный ресурс]: учебное пособие / М.В. Мельник, А.И. Кривцов, О.В. Лихтарова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 316 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016962-0. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1408883>
9. Герасимова, Е. Б. Анализ финансово-хозяйственной деятельности [Электронный ресурс]: учебник / Е.Б. Герасимова. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 262 с. — (Среднее профессиональное

образование). — DOI 10.12737/1225040. - ISBN 978-5-16-016738-1. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1225040>

10. Галанов, В. А. Финансы, денежное обращение и кредит [Электронный ресурс]: учебник / В.А. Галанов. — 2-е изд. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. — 416 с. — (Среднее профессиональное образование). Режим доступа - <https://znanium.com/read?id=368054>

11. Герасимов, Б. И. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Б.И. Герасимов, В.В. Жариков, М.В. Жарикова. — 2-е изд. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. — 320 с. Режим доступа - <https://znanium.com/read?id=398315>

12. Григорян, Е. С. Товароведение : учебное пособие / Е.С. Григорян. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 265 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-014008-7. - Текст : электронный. - URL: Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1234692>

13. Коник, Н. В. Товароведение продовольственных товаров : учебное пособие / Н. В. Коник. - Москва : ИНФРА-М, 2022. - 416 с. - (ПРОФИль). - ISBN 978-5-98281-108-0. - Текст : электронный. - URL: Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1832336>

14. Магомедов, Ш. Ш. Теоретические основы товароведения непродовольственных товаров : учебник для бакалавров / Ш. Ш. Магомедов. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2020. - 322 с. - ISBN 978-5-394-03834-1. - Текст : электронный. - URL: Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1232470>

15. Николаева, М. А. Теоретические основы товароведения и экспертизы товаров : учебник : в 2 частях. Часть 1. Теоретические основы товароведения / М. А. Николаева. — Москва : Норма : ИНФРА-М, 2022. - ISBN 978-5-91768-476-5. - Текст : электронный. - URL: Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1852183>

16. Николаева, М. А. Теоретические основы товароведения и экспертизы товаров : учебник : в 2 частях. Часть 2. Модуль II. Товарная экспертиза / М. А. Николаева. - Москва : Норма : ИНФРА-М, 2021. - 192 с. - ISBN 978-5-91768-477-2. - Текст : электронный. - URL: Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1141782>

Дополнительные источники:

1. Бронникова, Т. С. Разработка бизнес-плана проекта : [Электронный ресурс]: учебное пособие / Т.С. Бронникова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 215 с. . — Режим доступа: – <https://znanium.com/read?id=388274> - Загл. с экрана.

2. Коммерческая деятельность : учебник и практикум для вузов / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 394 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16955-3. — Текст : электронный //

Образовательная платформа Юрайт [сайт]. —
URL: <https://urait.ru/bcode/560260>

3. Памбухчианц, О. В. Организация коммерческой деятельности : учебник / О. В. Памбухчианц. - 7е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 266 с. - ISBN 978-5-394-05272-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2083266> . - Режим доступа: по подписке.

4. Резник, С. Д. Основы предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] : учебник / С. Д. Резник, А. В. Глухова, А. Е. Черницов; под общ. ред. С. Д. Резника. - Москва: НИЦ ИНФРА-М, 2020. - 287 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=356191> – Загл. с экрана.

5. Гайворонский, К. Я. Технологическое оборудование предприятий общественного питания и торговли [Электронный ресурс]: учебник / К.Я. Гайворонский, Н.Г. Щеглов. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=388041>

6. Жулидов, С. И. Организация торговли : учебник / С.И. Жулидов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2022. — 350 с. —Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=382092>

7. Елицур, М. Ю. Экономика и бухгалтерский учет. Профессиональные модули [Электронный ресурс]: учебник / М. Ю. Елицур, О. М. Носова, М. В. Фролова. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. — 200 с. — (Среднее профессиональное образование). - Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=360658>

8. Налоги и налогообложение. Практикум [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н. И. Яшина, М.Ю. Гинзбург, Л. А. Чеснокова, Е. А. Иванова. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2020. — 118 с. — (Среднее профессиональное образование). Режим доступа: <https://znanium.com/read?id=351742>

9. Черник, Д.Г. Налоги и налогообложение. Практикум [Электронный ресурс]: учебное пособие для среднего профессионального образования/ Д. Г. Черник [и др.]; под редакцией Д. Г. Черника, Ю.Д. Шмелева. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 438 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11991-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — <https://urait.ru/viewer/nalogi-i-nalogooblozhenie-450803#page/1>

10. Карпова, Е. Н. Финансы организаций (предприятий) [Электронный ресурс]: учебное пособие / Е.Н. Карпова, Е.А. Чумаченко. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 285 с. Режим доступа - <https://znanium.com/read?id=388064>

11. Камысовская, С. В. Бухгалтерская финансовая отчетность: формирование и анализ показателей [Электронный ресурс]: учебное пособие / С.В. Камысовская, Т.В. Захарова. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 432 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-015156-4. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1843257>

12. Панкова, С. В. Практикум по анализу бухгалтерской (финансовой) отчетности [Электронный ресурс]: учебное пособие / С.В. Панкова, Т.В. Андреева, Т.В. Романова. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2021. — 165 с. — (Высшее образование). — DOI: <https://doi.org/10.12737/13380>. - ISBN 978-5-369-01491-2. – Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1255456>

13. Лукина, А. В. Маркетинг товаров и услуг [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.В. Лукина. — 2-е изд., доп. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2021. — 239 с. Режим доступа - <https://znanium.com/read?id=375747>

14. Товароведение, экспертиза и стандартизация : учебник / А. А. Ляшко А. П. Ходыкин, Н. И. Волошко, А. П. Снитко. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2023. - 676 с. - ISBN 978-5-394-05002-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2084817> . – Режим доступа: по подписке.

15. Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров : словарь-справочник / под общ. ред. С. А. Вилковой. - 6-е изд., стер. - Москва : Дашков и К, 2022. - 264 с. - ISBN 978-5-394-04582-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2084682> . – Режим доступа: по подписке.

Интернет-ресурсы

1. КонсультантПлюс. Официальный сайт компании «Консультант-Плюс» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> , свободный.– Загл. с экрана.

2. Государственный информационный ресурс бухгалтерской (финансовой) отчетности [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://bo.nalog.ru/>- Загл. с экрана.

3. Поисковая система СПАРК [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://spark-interfax.ru/quick-search/proverit-buhgalterskuyu-otchetnost-kontragenta-po-inn> - Загл. с экрана.

4. Всероссийская система проверки контрагентов ЗАЧЕСТНЫЙБИЗНЕС [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://zachestnybiznes.ru/lp/finansovaya_otchetnost_rossiyskikh_kompaniy - Загл. с экрана.

5. Сайт раскрытия информации СКРИН [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://disclosure.skrin.ru/disclosure/1658008723/?DTI=8> - Загл. с экрана.
6. Сервис Экосистема для бизнеса [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://sbis.ru/> - Загл. с экрана.
7. Сервис проверки контрагентов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.rusprofile.ru/> - Загл. с экрана.
8. Сервис проверки контрагентов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.list-org.com/> - Загл. с экрана.
9. Сервис профессиональной проверки контрагентов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://excheck.pro/> - Загл. с экрана.
10. Бесплатный сервис поиска тендеров и закупок по всей России [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://synapsenet.ru/> - Загл. с экрана.
11. Сервис проверки контрагентов «Чекко» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://checko.ru/company/rivers-1087446000696> - Загл. с экрана.