

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САМАРСКИЙ ТЕХНИКУМ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ»**

ПРОГРАММА

КОНКУРСА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МАСТЕРСТВА

«ЛУЧШИЙ ПО ПРОФЕССИИ»

специальность

100701 Коммерция (по отраслям)

**САМАРА
2015**

Одобен предметной (цикловой)
комиссией экономических дисциплин

Утверждаю
Заместитель директора
по учебной работе

Протокол № _____
от « ____ » _____ 2015 г.
_____/ Е.В.Михайлова

_____/ Г.А.
Попова

« ____ » _____ 2015
г.

Разработчик:
_____/ Е.В.Михайлова
« ____ » _____ 2015 г.

Целью проведения Конкурса профессионального мастерства «Лучший по профессии» по специальности 100701 Коммерция (по отраслям) является повышение престижа профессий в области торговли.

Основными задачами Конкурса являются:

- повышение качества профессионального образования в интересах развития личности и ее творческих способностей, росту значимости профессионального образования для обеспечения профессионального мастерства молодых специалистов;
- совершенствование профессиональных знаний, умений и навыков обучающихся, внедрение в образовательный процесс прогрессивных технологий, региональных приемов и методов труда;
- формирование у обучающихся общих и профессиональных компетенций, а также приобретение опыта практической работы;
- воспитание конкурентно-способного специалиста, обладающего необходимыми профессиональными компетенциями:

ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью

- ПК 1.1. Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции.
- ПК 1.2. На своем участке работы управлять товарными запасами и потоками, организовывать работу на складе, размещать товарные запасы на хранение.
- ПК 1.3. Принимать товары по количеству и качеству.
- ПК 1.4. Идентифицировать вид, класс и тип организаций розничной и оптовой торговли.
- ПК 1.5. Оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли.
- ПК 1.6. Участвовать в работе по подготовке организации к добровольной сертификации услуг.
- ПК 1.7. Применять в коммерческой деятельности методы, средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения.
- ПК 1.8. Использовать основные методы и приемы статистики для решения практических задач коммерческой деятельности, определять статистические величины, показатели вариации и индексы.
- ПК 1.9. Применять логистические системы, а также приемы и методы закупочной и коммерческой логистики, обеспечивающие рациональное перемещение материальных потоков.
- ПК 1.10. Эксплуатировать торгово-технологическое оборудование.

ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

- 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
- ПК 2.2 Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем
- ПК 2.3 Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а так же рынки ресурсов
- ПК 2.4 Определять основные, экономические показатели работы организации, цены, заработную плату
- ПК 2.5 Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров
- ПК 2.6 Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации
- ПК 2.7 Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений
- ПК 2.8 Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации
- ПК 2.9 Применять методы приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты
- ПМ.03 Управление ассортиментом, оценка качества и обеспечение сохранности товаров**
- ПК 3.1. Участвовать в формировании ассортимента в соответствии с ассортиментной политикой организации, определять номенклатуру показателей качества товаров
- ПК 3.2. Рассчитывать товарные потери и реализовывать мероприятия по их предупреждению или списанию
- ПК 3.3. Оценивать и расшифровывать маркировку в соответствии с установленными требованиями
- ПК 3.4. Классифицировать товары, идентифицировать их ассортиментную принадлежность, оценивать качество, диагностировать дефекты, определять градации качества
- ПК 3.5. Контролировать условия и сроки хранения и транспортирования товаров, обеспечивать их сохранность, проверять соблюдение требований к оформлению сопроводительных документов
- ПК 3.6. Обеспечивать соблюдение санитарно – эпидемиологических требований к товарам и упаковке, оценивать качество процессов в соответствии с установленными требованиями

- ПК 3.7. Производить измерения товаров и других объектов, переводить внесистемные единицы измерений в системные
- ПК 3.8. Работать с документами по подтверждению соответствия, принимать участие в мероприятиях по контролю
- ПМ.04 Выполнение работ по профессии рабочего «Продавец непродовольственных товаров»**
- ПК 4.1. Осуществлять приемку товаров и контроль над наличием необходимых сопроводительных документов на поступившие товары
- ПК 4.2. Осуществлять подготовку товаров к продаже, размещение и выкладку
- ПК 4.3. Обслуживать покупателей, консультировать их о пищевой ценности, вкусовых особенностях и свойствах отдельных продовольственных товаров
- ПК 4.4. Соблюдать условия хранения, сроки годности, сроки хранения и сроки реализации продаваемых продуктов
- ПК 4.5. Осуществлять эксплуатацию торгово – технологического оборудования
- ПК 4.6. Осуществлять контроль сохранности товарно – материальных ценностей
- ПК 4.7. Изучать спрос покупателей

Участниками конкурса являются студенты 3-го выпускного курса специальности 100701 Коммерция (по отраслям).

Порядок проведения конкурса.

Конкурс проводится в два этапа:

1. Теоретическое задание -

Теоретическое задание является первым туром конкурса, в котором принимают участие все конкурсанты.

2. Практическое задание.

Практическое задание является финальным заключительным туром конкурса. К участию в нём допускаются **7-10 конкурсантов, набравших наибольшее количество баллов** по итогу теоретического задания.

Практическое задание выполняется по следующим этапам:

- Работа на кассе;
- Работа на электронных весах;
- Проведение консультации о товаре;
- Осуществление продажи ткани.

Оценка результатов выполнения конкурсного задания.

Результаты выполнения конкурсантами творческого, теоретического и практического заданий рассматриваются и оцениваются экспертной группой в соответствии с утверждёнными критериями оценки.

В критерии оценивания конкурсных заданий входят следующие показатели:

1. Теоретическое задание (максимальное количество составляет - 30 баллов):
 - Правильность ответов.
 - Соблюдение нормы времени.
2. Практическое задание (максимальное количество составляет - 55 баллов):
 - Организовать рабочее место для выполнения работ;
 - Произвести расчет стоимости покупок по карточкам-заданиям;
 - Произвести взвешивание натуральных образцов;
 - Произвести идентификацию образца швейного изделия;
 - Оценить потребительские свойства изделия;
 - Осуществить продажу ткани по предложенному заданию;
 - Осуществлять использование технической, технологической и нормативной документации.
 - Соблюдение нормы времени;
 - Качество работы;
 - Соблюдение технологических требований;
 - Выполнение трудовых приемов и операций;
 - Культура обслуживания;
 - Творческий подход;
 - Применение рациональных приемов и методов труда;
 - Осуществлять соблюдение правил охраны труда и техники безопасности при выполнении работ.

Победители и призёры конкурса определяются по результатам выполнения ими практического конкурсного задания.

Результаты выполнения конкурсных заданий заносятся в оценочные ведомости.

Решения экспертной группы об итогах выполнения конкурсных заданий принимаются открытым голосованием, оформляются протоколами, которые подписываются членами экспертной группы.

ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

1. Теоретическое задание конкурса проводится в виде тестирования одновременно со всеми конкурсантами
2. Целью задания является проверка теоретических знаний и уровень сформированности профессиональных компетенций у участников конкурса.
3. Теоретическое задание включает вопросы профессиональных модулей:
 - ПМ.01 Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью

- ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности
 - ПМ.03 Управление ассортиментом, оценка качества и обеспечение сохраняемости товаров
 - ПМ.04 Выполнение работ по профессии рабочего «Продавец непродовольственных товаров»
4. Время выполнения теоретического задания – 45 минут.
 5. Перед теоретическим заданием члены экспертной рабочей группы объясняют конкурсантам содержание задания, порядок и длительность его выполнения, фиксируют время начала работы над заданием и время его окончания.

Перечень вопросов для теоретического задания

1. Общность и различия предпринимательской и коммерческой деятельности.
2. Объекты коммерческой деятельности.
3. Субъекты коммерческой деятельности.
4. Организационно-правовые формы субъектов коммерческой деятельности.
5. Классификация субъектов коммерческой деятельности по различным признакам.
6. Современные формы и виды торговли.
7. Механизм государственное регулирование коммерческой деятельности
8. Назначение и методы государственное регулирование коммерческой деятельности.
9. Направления государственного регулирования коммерческой деятельности
10. Государственный контроль коммерческой деятельности.
11. Федеральные законы и нормативные акты по государственному регулированию коммерческой деятельности.
12. Роль информации в коммерческой деятельности.
13. Информационные процессы в коммерческой деятельности.
14. Коммерческая тайна.
15. Патентная защита коммерческой информации.
16. Средства товарной информации.
17. Маркировка товаров ее значение.
18. Товарные знаки.
19. Манипуляционные знаки
20. Правовая охрана товарных знаков.
21. Инфраструктура коммерческой деятельности.
22. Элементы инфраструктуры товарного рынка
23. Функции инфраструктуры товарного рынка
24. Принципы построения инфраструктуры товарного рынка
25. Организаторы оптового оборота.

26. Особенности коммерческой деятельности при участии на выставках, ярмарках, аукционах, товарных биржах.
27. Франчайзинг
28. Лизинг
29. Формы сотрудничества в финансовой сфере
30. Формы и методы сотрудничества в области товарообмена.
31. Бартер, встречные поставки и компенсационные сделки
32. Основы построения процесса товародвижения
33. Понятие процесса товародвижения, операции, этапы, принципы построения.
34. Факторы, влияющие на товародвижение.
35. Понятие канала товародвижения, его звенья, виды, характеристики.
36. Функции участников товародвижения.
37. Транзитная, складская форма товародвижения их характеристика.
38. Сущность и содержание закупочной деятельности. Закупка товаров: понятие, назначение, этапы.
39. Разработка плана закупок товаров.
40. Виды закупок товаров.
41. Хозяйственные связи: их роль в обеспечении коммерческой деятельности, сущность, порядок регулирования.
42. Изучение и поиск поставщиков товаров.
43. Понятие о сделках и договорах, их классификация.
44. Договора поставки и купли-продажи: назначение, их отличие и общность, содержание, порядок заключения и контроль за выполнением.
45. Ответственность предприятий-поставщиков при нарушении ими обязательств по договорам.
46. Сдача-приемка товаров по количеству к качеству. Порядок, условия, оформление необходимых документов
47. Товарные запасы в сфере товарного обращения: понятие, назначение, виды, необходимость создания, поддержания и пополнения.
48. Управление товарными запасами и материальными потоками: понятие, назначение.
49. Точка возобновления заказа: понятие.
50. Нормирование запасов, определение их оптимального размера.
51. Учёт и контроль за состоянием товарных запасов в коммерческих организациях.
52. Оптовые торговые предприятия, их типы и виды.
53. Понятие, задачи, функции оптовой торговли.
54. Оптовые торговые предприятия их классификация: по масштабам деятельности, по выполняемым функциям, по подчиненности.
55. Формы оптовой продажи товаров: транзитная и складская.
56. Методы оптовой продажи товаров: личный отбор; подбор товаров в соответствии с заявками и заказами; формирование портфеля заказов с

- помощью торговых агентов и коммивояжёров; посылочная форма торговли и через автосклады; электронная торговля.
57. Оптовые торговые услуги: технологические, коммерческие, организационно-консультативные
 58. Складское хозяйство оптовой торговли. Назначение и функции складов, их классификация.
 59. Устройство и планировка складов.
 60. Определение потребности в складской площади.
 61. Складской технологический процесс. Понятие, принципы организации.
 62. Организация и технология складских операций: по поступлению и приемке, размещению, укладке и хранению, отпуску товаров.
 63. Технологическое оборудование складов. Оборудование для хранения товаров.
 64. Технологическое оборудование складов Подъемно-транспортное оборудование.
 65. Весоизмерительное и фасовочное оборудование складов.
 66. Правила эксплуатации технологического оборудования складов.
 67. Организация труда на складах.
 68. Структура аппарата склада и функции его работников.
 69. Принципы организации рабочих мест складского хозяйства.
 70. Понятие, задачи, функции розничной торговли.
 71. Виды розничной торговли. Специализация и типизация магазинов.
 72. Принципы размещения розничной торговой сети.
 73. Содержание торгово-технологического процесса в магазине.
 74. Факторы оказывающие влияние на организацию торгово-технологического процесса.
 75. Технологические операции по поступлению и приемке товаров, хранению и подготовке к продаже.
 76. Размещение и выкладка товаров в торговом зале.
 77. Требования к размещению. Основные принципы выкладки.
 78. Организация и технология розничной продажи товаров.
 79. Методы розничной продажи товаров их характеристика.
 80. Услуги оказываемые покупателям магазинами.
 81. Внемагазинные формы торгового обслуживания покупателей
 82. Определение вида и типа предприятия розничной торговли.
 83. Оформление приёмно-сдаточных документов в процессе оперативно-сбытовой работы на предприятии.
 84. Правила продажи отдельных видов товаров.
 85. Правила продажи продовольственных товаров, отдельных видов непродовольственных товаров.
 86. Правила комиссионной торговли и продажи товаров по заказам и на дому.
 87. Правила работы предприятий розничной торговли.
 88. Санитарно-эпидемиологические правила торговли.
 89. Мебель и торговый инвентарь.

90. Мебель для торговых организаций: назначение, классификация, особенности устройства, требования предъявляемые к ней. Торговый инвентарь: назначение и классификация. Требования, предъявляемые к инвентарю.
91. Торговое холодильное оборудование. Назначение и классификация.
92. Требования, предъявляемые к торговому холодильному оборудованию.
93. Простейшие источники холода. Типы холодильных машин.
94. Правила эксплуатации холодильного торгового оборудования.
95. Понятие, назначение и классификация измерительного оборудования.
96. Требования предъявляемые к измерительному оборудованию.
97. Правила эксплуатации торгового измерительного оборудования.
98. Механическое торговое оборудование. Виды.
99. Назначение, классификация, устройство и правила эксплуатации фасовочно-упаковочного, измельчительно-режущего, подъемно-транспортного, уборочного оборудования.
100. Контрольно-кассовое оборудование. Назначение, классификация, принципы устройства, правила эксплуатации ККМ.
101. Организация труда в торговых предприятиях.
102. Формы организации и разделения труда в торговых предприятиях.
103. Организация рабочих мест в торговле.
104. Нормирование труда работников торговой отрасли.
105. Правовые документы регулирующие трудовые отношения.
106. Режим работы и условия труда в торговой отрасли.
107. Техника безопасности и охрана труда торговых работников.
108. Причины возникновения, способы предупреждения производственного травматизма и профзаболеваемости, принимаемые меры при их возникновении;
109. Техника безопасности труда торговых работников.
110. Пожарную безопасность предприятий торговли.
111. Состояние и прогнозы развития потребительского рынка России.
112. Концепция развития рыночных отношений.
113. Отличительные особенности маркетинга и социально-этичного маркетинга от других концепций развития рыночных отношений.
114. Классический комплекс маркетинга, его отличия от структуры маркетинговой деятельности.
115. Цели, задачи, принципы и функции маркетинга.
116. Классификация маркетинга по сфере применения, приоритетности задач, краткая характеристика отдельных видов.
117. Группы маркетинга по широте охвата, их отличительные особенности.
118. Сегментирование: понятие, назначение, признаки.
119. Критерии выбора сегмента рынка, анализ возможностей освоения сегмента рынка.

120. Объекты маркетинга: понятие, общность и различия разных понятий, виды и разновидности потребностей.
121. Виды спроса и взаимосвязанные с ними типы маркетинга.
122. Потребители: понятие, классификация, сегментирование.
123. Службы и организации маркетинга, их основные задачи и функции. Требования к специалисту по маркетингу.
124. Организационные структуры управления маркетингом.
125. Микросреда маркетинга: понятие, субъекты и контролируемые факторы.
126. Макросреда маркетинга: понятие, субъекты и неконтролируемые факторы.
127. Конкурентная среда: понятие, виды конкуренции, их характеристика, правовая база регулирования.
128. Конкурентоспособность организаций: критерии, методы обеспечения.
129. Классификация средств маркетинга, их краткая характеристика.
130. Товар как средство удовлетворения потребностей, его краткая характеристика.
131. "Рыночный жизненный цикл" товаров, его основные этапы и маркетинговые решения, характерные для этих этапов.
132. Разработка концепции новых товаров: уровни, этапы.
133. Ценовая политика: понятие. Цели, задачи и направления ценообразования. Назначение цен в маркетинге.
134. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Факторы, влияющие на формирование цен.
135. Стратегии ценообразования.
136. Средства сбыта товаров: уровни, широта и возможности каналов сбыта.
137. Сбытовая политика: понятие, цели и задачи сбыта. Анализ и оценка эффективности сбытовой политики.
138. Торговые посредники: виды и типы. Сравнительная характеристика посредников разных типов.
139. Классификация методов маркетинга: их краткая характеристика.
140. Методы изучения спроса, их сравнительная характеристика по назначению, возможностям, достоинствам и недостаткам.
141. Методы формирования спроса и стимулирования сбыта: сравнительная характеристика по назначению, возможностям, достоинствам и недостаткам.
142. Реклама: цели, задачи и функции, средства, носители.
143. История возникновения и совершенствования рекламы.
144. Правовые основы рекламы, требования к ней.
145. Классификация рекламы, сравнительная характеристика разных групп и видов рекламы.
146. Модель потребительского восприятия рекламы.

147. Рекламная кампания фирмы. Оценка эффективности рекламы разных видов.
148. Предмет, цели, задачи и основные принципы товароведения.
149. Взаимосвязь товароведения с другими науками. Основные разделы товароведения, их назначение.
150. Ключевые понятия: продукция, товар, товароведение. Товар как объект коммерческой деятельности.
151. Методы товароведения: теоретические, эмпирические и практические.
152. Основные этапы развития товароведения.
153. Актуальные вопросы развития товароведения на современном этапе. Состояние и перспективы развития потребительского рынка России.
154. Классификация и кодирование товаров. Классификация потребительских товаров, общая и частная классификация.
155. Понятие конкурентоспособности. Основополагающие характеристики как важные критерии конкурентоспособности товаров.
156. Полезный эффект как критерий оценки конкурентоспособности. Системный подход к конкурентоспособности товара. Управление конкурентоспособностью.
157. Основные понятия: ассортимент, структура ассортимента. Отличительные признаки.
158. Классификация ассортимента: промышленный и торговый; развернутый и укрупненный; сложный и простой и т.п. Показатели ассортимента: определение, назначение, расчет. Влияние отдельных показателей на результаты коммерческой деятельности.
159. Особенности товароведной характеристики ассортимента отдельных групп товаров.
160. Управление ассортиментом. Факторы, влияющие на формирование ассортимента. Регулирование этих факторов. Ассортиментная политика.
161. Роль и значение качества товаров в условиях рыночной экономики. Свойства и показатели качества, критерии их выбора при оценке качества.
162. Оценка качества товаров: понятие. Структура и результаты оценочной деятельности. Градации товаров по соответствию и несоответствию установленным требованиям: стандартные, нестандартные, брак и отходы.
163. Номенклатура потребительских свойств и показателей. Методы контроля качества товаров и правила отбора проб из партий.
164. Градации качества. Дефекты товаров: понятие, классификация. Права потребителей и ответственность продавца при реализации дефектной продукции.

165. Количественная характеристика товаров. Основные понятия: единичный экземпляр товаров, комплексная упаковочная единица, товарная партия
166. Физические свойства товаров. Группы физических свойств товаров: механические, теплофизические, электрофизические, оптические и акустические: назначение, краткая характеристика отдельных свойств.
167. Технологический цикл товародвижения. Контроль качества и количества товарных партий. Пробы: виды, требования к ним.
168. Формирование и сохранение качества и количества товаров. Классификация сохраняющих факторов. Упаковка: понятие, функции. Хранение: основные понятия, назначение.
169. Составные элементы условий хранения. Режим хранения: климатический и санитарно – эпидемиологический. Классификация потребительских товаров по требованиям к оптимальному температурно-влажному режиму. Санитарно-эпидемиологический режим складов.
170. Профилактические и текущие мероприятия, уход за товарами при хранении. Принципы и правила размещения товаров. Классификация методов хранения.
171. Сроки годности, хранения, реализации и эксплуатации: классификация товаров по срокам годности и эксплуатации
172. Контроль за соблюдением условий и сроков хранения, нормативная база. Оптимальные условия и сроки хранения.
173. Товарные потери: основные понятия, виды и разновидности потерь. Причины их возникновения и порядок списания потерь.
174. Упаковка, назначение, виды: требования к упаковке, эффективность разных видов.
175. Хранение. Методы хранения. Классификация. Эффективность разных методов.
176. Размещение товаров. Принципы и правила размещения, их взаимосвязь.
177. Подготовка товаров к продаже. Особенности операций подготовки разных товарных групп. Реализация товаров. Основные операции, их влияние на количество и качество.
178. Послепродажное обслуживание. Объекты. Назначение. Основные операции, их влияние на количество и качество.
179. Информация о товарах. Требования к информации о товарах. Виды информации о товарах, их назначение, характеристики.
180. Маркировка товаров: назначение, виды, носители.
181. Информационные знаки: понятие группы, назначение и характеристика отдельных групп.
182. Законодательство Российской Федерации о защите прав потребителей.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

1. Практическое задание является вторым финальным туром конкурса и проводится с 7-10 конкурсантами, набравшими большее количество баллов по итогам выполнения теоретического задания.
2. Практическое задание выполняется по следующим этапам:
 - Работа на кассе;
 - Работа на электронных весах;
 - Проведение консультации о товаре;
 - Осуществление продажи ткани.
3. Целью выполнения практического задания является оценка навыков конкурсантов, уровня их квалификации и компетентности, умения соблюдать технологии продаж, норм и правил по охране труда, владения передовыми приёмами и методами труда, умения квалифицированно использовать торговое оборудование, осуществлять самоконтроль качества при выполнении работ.
4. Перед выполнением практического задания участники конкурса проходят инструктаж по охране труда.
5. Для выполнения практического задания участникам конкурса предоставляются равноценные рабочие места, участники обеспечиваются однотипным оборудованием и материалом.
6. Оборудование (по количеству конкурсантов): рабочие места для продавца, торговое оборудование (контрольно-кассовые машины, электронные весы). Инструменты и приспособления в расчете на 1 конкурсанта: измерительная линейка - 1 шт.; ножницы – 1 шт.; линейка для определения прямого угла – 1 шт.; мел – 1 шт. Расходные материалы: рулон ткани, контрольно-кассовая лента.
7. Участникам конкурса разрешено пользоваться инструкцией по технике безопасности, инструкцией по работе на ККМ, Законом о защите прав потребителей и информационными стендами.
8. Участникам конкурса выдаётся практическое задание.
9. Перед выполнением практического задания конкурсантам предоставляется возможность в течение определённого времени ознакомиться с заданием, рабочим местом, проверить оборудование в рабочем режиме.
10. Продолжительность выполнения практического задания по всем четырем этапам в соответствии с конкурсным заданием составляет 60 минут.
11. Перед выполнением практического задания члены экспертной рабочей группы знакомят участников конкурса с содержанием задания, условиями и порядком его выполнения, критериями оценки, техническим описанием модели, оборудованием, инструментами и рабочим местом. Объявляют контрольное время для выполнения задания, установленное исходя из технологии выполнения работ. Фиксируют время начала работы над заданием и время его окончания.