



Приложение 2.3
Рабочие программы дисциплин
Профессионального цикла
к ОПОП по специальности
38.02.08 Торговое дело

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«АЛТАЙСКИЙ БИЗНЕС-КОЛЛЕДЖ»

Рассмотрена на заседании
педагогического совета
Протокол № 1 от 25.02.2025 г.

Утверждаю:
Директор
_____ Н.С. Акарачкина
М.П.
Приказ № 02-од от 25.02.2025 г.

РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИН
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ЦИКЛА

Специальность **38.02.08 Торговое дело**

на базе среднего общего образования, **очная** форма обучения
квалификация «Специалист торгового дела»

Направленность: Интернет-маркетинг и выставочная деятельность

2025 г.

Рабочие программы учебных дисциплин составлены в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденного Приказом Минпросвещения России от 19 июля 2023 г. №548 и учебным планом.

Организация-разработчик: Автономная некоммерческая образовательная организация профессионального образования «Алтайский бизнес-колледж».

Рекомендована к использованию в учебном процессе представителем работодателя:

« ____ » _____ 2025 г.

должность

подпись

ФИО

М.П.

© Автономная некоммерческая образовательная организация профессионального образования «Алтайский бизнес-колледж», 2025 год.

СОДЕРЖАНИЕ

ПМ.01	ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ _____	4
ПМ.02	ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ __	36
ПМ.03	ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА, ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ _____	77

Приложение 3 Рабочие программы учебных дисциплин

Приложение 3.1

к ОПОП по специальности

38.02.08 Торговое дело

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**ПМ.01 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

2025 г

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01. ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1. Место рабочей программы в структуре основной образовательной программы:

Профессиональный модуль «Организация и осуществление торговой деятельности» является обязательной частью профессионального модуля образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

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

1.2.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

1.2.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 1	Организация и осуществление торговой деятельности
ПК 1.1.	Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий
ПК 1.2.	Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями

	товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта
ПК 1.3.	Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий
ПК 1.4.	Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение
ПК 1.5.	Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту
ПК 1.6.	Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий

1.2.3. Навыки, умения и знания приобретаемые учащимся в результате освоения профессионального модуля:

Владеть навыками	<p>поиска и систематизации открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции;</p> <p>проведения анализа и оценки объема спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках;</p> <p>обработки, формирования и хранения данных, информации, документов, в том числе полученных от поставщиков (подрядчиков, исполнителей);</p> <p>составления перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации;</p> <p>подготовки рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка;</p> <p>проведения анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков, мониторинга внутренних и внешних рынков;</p> <p>подготовки аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках;</p> <p>оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;</p> <p>мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок;</p> <p>установления контактов с деловыми партнерами, заключения договоров, предъявления претензий;</p> <p>составления деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров, проведения безналичных расчетов;</p> <p>формирования начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта;</p> <p>составления и оформления закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры;</p> <p>осуществления подготовки протоколов заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок;</p> <p>публичного размещения полученных результатов; осуществления проверки необходимой документации для заключения контрактов и процедуры подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями);</p> <p>публичного размещения отчетов, информации о неисполнении контракта, о санкциях, об изменении или о расторжении контракта, за исключением</p>
------------------	---

	<p>сведений, составляющих государственную тайну;</p> <p>организации осуществления оплаты поставленного товара, выполненной работы (ее результатов), оказанной услуги, а также отдельных этапов исполнения контракта, денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях, организации возврата денежных средств, внесенных в качестве обеспечения исполнения заявок или обеспечения исполнения контрактов;</p> <p>направления запросов, приглашений и информации потенциальным участникам внешнеторгового контракта;</p> <p>проведения предварительного анализа поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках;</p> <p>составления списка отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий);</p> <p>документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта;</p> <p>подготовки сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внешних рынках;</p> <p>формирования списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта;</p> <p>обработки, формирования, хранения информации и данных об участниках внешнеторгового контракта;</p> <p>формирования проекта внешнеторгового контракта;</p> <p>осуществления проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта;</p> <p>подготовки процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом;</p> <p>подготовки документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта;</p> <p>сбора информации, документов по вопросам исполнения обязательств по внешнеторговому контракту;</p> <p>разработки плана-графика контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту;</p> <p>мониторинга отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту;</p> <p>документального оформления отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту и организация претензионной работы;</p> <p>подготовки предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств по внешнеторговому контракту;</p> <p>выполнения торгово-технологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых помощников, чат-ботов для обработки запросов покупателей с максимальной скоростью;</p> <p>организации торговли, в том числе с использованием камер и алгоритмов распознавания лиц для осуществления расчетов с покупателями без применения контрольно-кассовой техники;</p> <p>приемки товаров по количеству и качеству;</p> <p>соблюдения правил охраны труда.</p>
Уметь	<p>пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внешних и внутренних рынках;</p> <p>проводить исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров;</p> <p>обобщать и систематизировать коммерческую информацию, формировать</p>

базы данных с информацией о ценах на товары, работы, услуги, требованиях внешних и внутренних рынков к товарной продукции, статистически ее обрабатывать в формате электронных таблиц и формулировать аналитические выводы;

анализировать внешнюю конкурентную среду для выявления аналогичных или взаимозаменяемых товаров;

создавать и вести информационную базу данных поставщиков и покупателей;

составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию;

обобщать полученную информацию, обрабатывать ее с применением программных продуктов;

обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов.

применять нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений;

осуществлять выбор поставщиков;

оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ;

составлять документы, деловые письма, предложения, заказы на поставку товаров, осуществлять безналичные расчеты, в т.ч. с использованием современных технических средств;

создавать и вести информационную базу поставщиков и покупателей с применением технологий больших данных;

обобщать полученную информацию, статистически ее обрабатывать и формулировать аналитические выводы, архивировать полученную информацию и обеспечивать ее безопасность;

работать в единой информационной системе;

применять основные положения нормативно-правовых актов в сфере закупочной деятельности;

составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию;

обосновывать начальную (максимальную) цену закупки;

описывать объект закупки;

разрабатывать закупочную документацию;

работать в единой информационной системе;

взаимодействовать с закупочными комиссиями и технически обеспечивать деятельность закупочных комиссий;

анализировать поступившие заявки, оценивать результаты и подводить итоги закупочной процедуры;

формировать и согласовывать протоколы заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок;

проверять необходимую документацию для заключения контрактов и осуществлять процедуру подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями);

классифицировать товары на внутренних и внешних рынках;

разрабатывать тексты рекламной информации о товарах отечественного производства на иностранном языке для последующего распространения на внешних рынках;

осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта;

	<p>осуществлять взаимодействие с участниками внешнеторгового контракта; подготавливать коммерческие предложения, запросы; оформлять документацию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и международных актов; составлять и оформлять отчет, содержащий информацию о ходе исполнения контракта, о соблюдении промежуточных и окончательных сроков исполнения контракта, о ненадлежащем исполнении контракта (с указанием допущенных нарушений) или о неисполнении контракта и о санкциях, которые применены в связи с нарушением условий контракта или его неисполнением, об изменении или о расторжении контракта в ходе его исполнения, об изменении контракта или о расторжении контракта;</p> <p>осуществлять организацию оплаты/возврата денежных средств, организовывать уплату денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях;</p> <p>обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов;</p> <p>осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота;</p> <p>осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ;</p> <p>осуществлять процесс управления доставкой товаров покупателю используя возможности интернет-вещей;</p> <p>проводить анализ перемещения покупателей по торговому залу по данным камер видео наблюдений с целью оптимизации торгового пространства;</p> <p>осуществлять контроль за количеством и сроками хранения продовольственных товаров с применением датчиков контроля (интернет-вещей);</p> <p>использовать технологии дополненной реальности для повышения объема продаж;</p> <p>применять цифровые вывески с использованием компьютерного зрения;</p> <p>применять технологии интернет-вещей в организации работы торговых площадок;</p> <p>управлять полочным пространством магазина в облачной ABM SHELF;</p> <p>оформлять факт продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС;</p> <p>применять электронный документооборот;</p> <p>осуществлять торгово-технологические процессы, в том числе, с использованием техники эффективных коммуникаций.</p> <p>применять основные ИИ-решения - системы распознавания естественного языка, интеллектуальные системы поддержки принятия решений, распознавания и синтез речи, интеллектуальный анализ текстовых документов, роботы, видео аналитика, чат-боты;</p> <p>оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ;</p> <p>осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота;</p> <p>пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внутренних внешних рынках.</p>
--	---

Знать	<p>методы и инструменты работы с базами данных внутренних и внешних рынков;</p> <p>требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота;</p> <p>стандарты и требования внешних рынков к товарной продукции;</p> <p>правовые нормы оформления и заключения договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;</p> <p>структуру и содержание договора поставки, спецификации и сопроводительного письма критерии поиска и методы отбора поставщиков;</p> <p>методы и инструменты работы с базами больших данных;</p> <p>требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота;</p> <p>законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров;</p> <p>особенности составления закупочной документации;</p> <p>методы определения и обоснования начальных максимальных цен контракта;</p> <p>основные технические характеристики, преимущества и особенности продукции организации, поставляемой на внешние рынки;</p> <p>нормативные правовые акты, регламентирующие внешнеэкономическую деятельность;</p> <p>международные правила толкования наиболее широко используемых торговых терминов в области внешней торговли;</p> <p>международные договоры в сфере стандартов и требований к продукции;</p> <p>стандарты и требования внешних рынков к товарной продукции;</p> <p>методы и инструменты работы с базами данных и источниками маркетинговой информации о внешних рынках внешних рынков;</p> <p>методы разработки рекламной информации для внешних рынков и инструменты продвижения товаров и услуг на внешних рынках;</p> <p>основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций;</p> <p>документооборот внешнеторговых сделок;</p> <p>условия внешнеторгового контракта;</p> <p>нормы этики и делового общения с иностранными партнерами;</p> <p>правила оформления документации по внешнеторговому контракту;</p> <p>порядок документооборота в организации;</p> <p>основы риск-менеджмента во внешнеэкономической деятельности;</p> <p>виды торговых структур;</p> <p>формы и виды торговли, составные элементы торговой деятельности;</p> <p>материально-техническую базу торговли;</p> <p>инфраструктуру потребительского рынка;</p> <p>средства, методы, инновации в отрасли;</p> <p>организацию торгово-технологических процессов в офлайн и онлайн торговле;</p> <p>требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота;</p> <p>основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты внутренней и внешней торговли;</p> <p>требования законодательства Российской Федерации, нормативные правовые акты, регулирующие торговую деятельность;</p> <p>правила торговли;</p> <p>количественные и качественные показатели оценки эффективности</p>
-------	---

торговой деятельности.

1.3. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов: 352

в том числе в форме практической подготовки 192 часа

Из них на освоение МДК – 268 часа

в том числе самостоятельная работа – 72 часа

учебная практика – 72 часа

Промежуточная аттестация – 28 часов

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической.	Объем профессионального модуля, ак. час.				
				Обучение по МДК				
				Всего	В том числе			
Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация					
1	2	3	4	5	6	7	8	9
ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09	МДК 01.01 Организация торговой сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках	76	32	54	32	-	14	8
ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.6, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09	МДК 01.02 Организация и осуществление продаж	68	36	46	36	-	14	8

ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09	МДК 01.03 Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	124	52	80	52	-	44	-
	Учебная практика, часов	72	72	72	-	-	-	-
	Промежуточная аттестация	12						12
	Всего:	352	192	252	192	-	72	28

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Осваиваемые компетенции
1	2	3	
Раздел 1. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках		76/32	
МДК. 01.01. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынке		54/32/14	
Тема 1.1.	Содержание	22/10	
Информационное обеспечение торгово-сбытовой деятельности	1. Понятие, значение, классификация, источники информации и комплексный подход к формированию коммерческой информации о внутреннем и внешнем рынках. Понятие товарного рынка и этапы торгово-сбытовой деятельности на конкретном товарном рынке	6	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	2. Информационные ресурсы и рекламная деятельность в торговле. Информация о покупателях, мотивах покупок, требованиях к товару. Покупатели как субъекты отношений в системе потребительского рынка. Требования внешних и внутренних рынков к товарной продукции предприятия		
	3. Информация о спросе, товарном предложении и рыночной конъюнктуре: основные понятия, информация о тенденциях конъюнктуры товарного рынка и соотношении спроса и предложения, использование информации в практической деятельности для анализа и оценки конъюнктуры товарного рынка. Методы изучения и прогнозирования спроса.		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	10	
	Практическое занятие 1–2. Изучение потенциальных возможностей торговой организации и ее конкурентного положения на товарном рынке, формирование базы данных поставщиков на основе анализа информации.	6	
	Практическое занятие 3. Анализ и оценка конкурентной среды для выявления и сравнения аналогичных или взаимозаменяемых товаров, сбор и обобщение коммерческой информации о стратегии и тактики конкурентов на товарных рынках	4	
Самостоятельная работа	6		

Тема 1.2. Установление хозяйственных связей с поставщиками и потребителями товаров и услуг	Содержание	20/10	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	1. Организация хозяйственных связей в торговле: понятие, функции, отраслевые особенности. Изучение и поиск коммерческих партнеров по закупочно-сбытовой деятельности: критерии поиска поставщиков, методы отбора поставщиков.	6	
	2. Виды договоров, применяемых в торговой деятельности. Требования к структуре и содержанию договора поставки, спецификации, протоколу разногласий. Документальное подтверждение исполнения договоров. Организация претензионной работы.		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	10	
	Практическое занятие 4. Изучение и анализ предложений поставщиков - производителей и поставщиков - посредников с учетом их географического положения. Управление закупками. Разработка коммерческого предложения.	2	
	Практическое занятие 5. Заполнение конкурентного листа и выставление приоритетов по поставщикам для заключения внешнеторгового контракта.	4	
	Практическое занятие 6. Расчет и оформление заявки на поставку товаров.	4	
	Самостоятельная работа	4	
Тема 1.3. Заключение внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение	Содержание	10/4	
	1. Условия внешнеторгового контракта. Базисные условия поставки Incoterms- 2022 Документооборот внешнеторговых сделок: товаросопроводительные документы, товарораспорядительные документы, счет-фактура.	6	
	2. Методы разработки рекламной информации для внешних рынков, инструменты продвижения товаров и услуг российских производителей на внешних рынках.		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4	
	Практическое занятие 7. Проверка документации для заключения внешнеторгового контракта. Контроль правильности оформления предоставленного внешнеторгового контракта.	4	
Тема 1.4.	Содержание	24/8	

Осуществление контроля исполнения обязательств по внешнеторговому контракту	1. Риски в торговой деятельности: понятие, классификация рисков, причины возникновения, последствия. Методы управления коммерческими рисками в торговой деятельности.	4	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8	
	Практическое занятие 8. Определение алгоритма действий покупателя при нарушении поставщиком сроков поставки в модельной ситуации.	4	
	Практическое занятие 9. Составление и оформление отчетности о ходе исполнения контракта.	4	
	Самостоятельная работа	4	
	Промежуточная аттестация (дифференцированный зачет)	8	
Раздел 2. Организация и осуществление продаж		68/36	
МДК 01.02. Организация и осуществление продаж		46/36/14	
Тема 2.1. Организация и управление торгово-технологическими процессами в оптовой торговле	Содержание	22/12	
	1. Специфические функции и роль торговли как вида экономической деятельности в системе общественного воспроизводства. Оптовая торговля: сущность, функции, отраслевые особенности. Технологии в торговле, торгово-технологические процессы и операции. Виды оптовых торговых структур, их назначение и функции. Инфраструктура оптовой торговли: товарные биржи, торговые дома, аукционы, оптовые рынки, ярмарки и выставки. Значение дистрибуции в распределении товаров. Услуги оптовой торговли: основные и дополнительные.	4	
	2. Складское хозяйство: классификация складов, требования. Специфика использования складских площадей: требования к планировке, характеристика основных складских зон, проектирование складского помещения. Технологии складских операций и организация товародвижения в торговле с применением цифровых инструментов модуля «1С:WMSЛогистика. Управление складом». Эффективное планирование складского пространства и требования к оснащению его специализированным оборудованием и мебелью. Документальное оформление и учет поступления товаров в оптовой торговле		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	12	
	Практическое занятие 1. Определение технико-экономических показателей работы склада. Применение методов управления	6	

	процессами складской грузообработки "1С: WMS Логистика.		
	Практическое занятие 2. Документальное оформление приемки товаров по количеству.	6	
	Самостоятельная работа	6	
Тема 2.2. Организация и управление торгово-технологическими процессами в розничной торговле	Содержание	20/12	
	1. Розничная торговля: понятие, цели, задачи, виды. Классификация торговых организаций. Основные виды и типы предприятий торговли в соответствии со специализацией. Изучение основных положений ГОСТа «Торговля, термины, определения». Принципы функционирования розничных торговых сетей и их роль в удовлетворении спроса покупателей. Специализация и типизация магазинов. Размещение розничных торговых предприятий: принципы, правила, факторы, влияющие на размещение магазинов в городах и регионах. Современные форматы торговых предприятий	4	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	2. Ресурсный потенциал предприятий розничной торговли. Торгово-технологический процесс в организациях розничной торговли: сущность, структура, этапы, содержание операций, их специфика в магазинах разных типов. Классификация услуг розничной торговли: основные и дополнительные услуги. Приемка товаров по количеству и качеству в розничном торговом предприятии. Подготовка товаров к продаже. Организация продажи товаров: формы и методы продажи товаров. Правила торговли		
	В том числе практических и лабораторных занятий	12	
	Практическое занятие 3. Ознакомление с ГОСТ Р 51303-2013. Торговля. Термины. Определения. Идентификация видов и типов организаций торговли в соответствии с ГОСТ «Торговля. Термины. Определения»	12	
	Самостоятельная работа	4	
	Содержание	26/12	
Тема 2.3. Организация и управление торгово-технологическими процессами в электронной торговле	1. Особенности организации и управления торгово-технологическими процессами в электронной торговле и на маркетплейсах	2	
	В том числе практических и лабораторных занятий	12	
	Практическое занятие 4. Поиск, заказ и управление доставкой товаров покупателю с применением цифровых платформ и сквозных технологий.	6	
	Практическое занятие 5. Организация работы торговых площадок на	6	

	основе сквозных технологий		
	Самостоятельная работа	4	
	Промежуточная аттестация (ДФК)	8	
Раздел 3. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд		124/52	
МДК. 01.03. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд		80/52/44	
Тема 3.1. Федеральная контрактная система Российской Федерации: концепция, понятия и термины, цели и принципы, сфера применения	Содержание 1. Законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд. Состав субъектов закупок и их функции. Полномочия органов исполнительной власти и органов местного самоуправления в ФКС. Требования к участникам закупки. Критерии к участникам закупок. 2. Основы и принципы контрактной системы в сфере закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд. Контрактная служба. Комиссия по осуществлению закупок. Специализированная организация. Эксперты. Экспертные организации.	4/0 4	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
Тема 3.2. Прогнозирование и планирование закупок для государственных и муниципальных нужд	Содержание 1. Планирование и нормирование в сфере государственных и муниципальных закупок. Формирование планов-графиков закупок для государственных и муниципальных нужд. Информационное обеспечение контрактной системы в сфере закупок В том числе практических занятий Практическое занятие 1. Составление планов-графиков закупок для государственных и муниципальных нужд.	14/10 4 10 10	
Тема 3.3. Процедуры осуществления закупок	Содержание 1. Определение объекта закупки. Правила описания объекта закупки. Обеспечение заявок при проведении конкурсов и аукционов. Критерии к товарам: национальный режим. Квотирование закупок. 2. Определение поставщика (подрядчика, исполнителя) путем проведения запроса предложений в электронной форме. Осуществление закупки у единственного поставщика (подрядчика, исполнителя). В том числе практических занятий Практическое занятие 2. Подготовка технического задания на закупку.	24/18 6 18 4	

	Практическое занятие 3–4. Определение поставщиков (подрядчиков, исполнителей) путем проведения открытого конкурса в электронной форме, электронного аукциона, проведения запроса котировок.	6	
	Практическое занятие 5. Определение процедуры закупок (открытый конкурс или аукцион) в зависимости от стоимости закупки и источников средств (собственные, заемные).	4	
	Практическое занятие 6. Расчёт максимального размера обеспечения заявки для аукциона при разных условиях.	4	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
Тема 3.4. Государственный и муниципальный контракт	Содержание	16/10	
	1. Подготовка и заключение государственного и муниципального контракта. Общие требования и существенные условия контракта. Осуществления закупок путем проведения открытого конкурса в электронной форме и конкурса с ограниченным участием в электронной форме. Осуществление закупок путем аукциона в электронной форме. Особенности осуществления закупок путем запроса котировок в электронной форме и запроса предложений в электронной форме. Особенности осуществления закупки у единственного поставщика (исполнителя, подрядчика).	6	
	2. Обеспечение исполнения контракта. Условия банковской гарантии. Реестр банковских гарантий. Основания для отказа в принятии банковской гарантии заказчиком. Особенности исполнения, изменения, расторжения контракта.		
	В том числе практических занятий	10	
	Практическое занятие 7. Размещение информации о заключении, изменении, расторжении и исполнении контракта в сети Интернет. Реестр контрактов, заключенных заказчиком.	4	
	Практическое занятие 8. Определение минимальной стоимости одного из контрактов, предоставляемых участником закупки для подтверждения добросовестности.	6	
Тема 3.5. Контроль, аудит и ответственность в сфере закупок.	Содержание	10/6	
	1. Аудит и контроль в сфере закупок. Способы осуществления контроля. Контрольные органы и их полномочия. Реестр недобросовестных поставщиков.	4	
	2. Ответственность за нарушение законодательства о закупках для государственных и муниципальных нужд.		
	В том числе практических занятий	6	

	Практическое занятие 9. Обжалование действий (бездействий) заказчика, уполномоченного органа, специализированной организации, комиссии по осуществлению закупок, должностного лица контрактной службы заказчика.	6	
Тема 3.6. Организация закупок в коммерческих организациях	Содержание	10/6	
	1. Законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок коммерческих организаций. Планирование и обоснование закупок в коммерческих организациях.	4	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	2. Осуществление закупок в коммерческих организациях. Контракты по закупкам в коммерческих организациях. Мониторинг, контроль, аудит и защита прав и интересов участников закупок.		
	В том числе практических занятий	6	
Практическое занятие 10. Определение ответственности за нарушение условий поставки по ФЗ-44.	6		
Самостоятельная работа МДК 01.03 Темы рефератов: Анализ и оценка спроса на товарную продукцию торговой организации на внутренних и внешних рынках. Исследование конъюнктуры и емкости товарных рынков. Определение конкурентных преимуществ торговой организации на внутреннем (внешнем) рынке. Процедура подготовки и проведения экспортной (импортной) сделки (по выбору студента). Инкотермс: сфера действия, особенности и сравнительная характеристика базисных условий поставки. Организация работы на маркетплейсах Исследование факторов формирования потребительского спроса в розничной торговле. Коммерческая деятельность по изучению и прогнозированию спроса в сфере торговли Организация торгово-технологического процесса в розничных торговых предприятиях. Разработка рекламной информации и инструментов продвижения товаров и услуг на внешний рынок. Анализ и оценка коммерческих рисков в торговой деятельности и пути их снижения Анализ розничной торговли: сущность, функции и тенденции развития в России Отраслевые особенности коммерческой деятельности в сфере оптовой торговли Отраслевые особенности коммерческой деятельности в сфере розничной торговли Взаимоотношения субъектов коммерческой деятельности в сфере потребительского рынка Электронная коммерция как прогрессивная форма развития торговли Формирование экономических ресурсов и их влияние на результаты коммерческой деятельности предприятия Анализ влияния факторов внешней среды предприятия на развитие коммерческой деятельности	44		

<p>Анализ влияния факторов внутренней среды предприятия на развитие коммерческой деятельности Анализ и оценка экономических показателей коммерческой деятельности предприятия Анализ и тенденции развития сетевой розничной торговли (на примере розничной торговой сети) Методы стимулирования продаж в розничной торговле как инструмент коммерческой деятельности Организация хозяйственных связей в торговле Поиск поставщиков и договорная работа в коммерческой деятельности Организация хозяйственных связей по закупочно-сбытовой деятельности в предприятиях торговли. Особенности торговой деятельности в сфере малого бизнеса Организация выставочной деятельности как инструмента торговли Инновационные технологии в сфере торговли как фактор повышения конкурентоспособности коммерческой организации Влияние цифровых технологий на результаты торговой деятельности коммерческой организации. Франчайзинг как направление развития торгового бизнеса Влияние конъюнктуры рынка на коммерческую деятельность торгового предприятия. Развитие коммерческого предприятия в эпоху цифровой трансформации Собственная торговая марка как инструмент коммерческой деятельности и конкурентное преимущество торговой сети Коммерческая деятельность по управлению товарными ресурсами Современные форматы розничных торговых сетей Выбор стратегии коммерческой деятельности торговых организаций на потребительском рынке.</p>		
<p>Промежуточная аттестация (ДФК)</p>	<p>2</p>	
<p>Учебная практика ПМ.01 Виды работ: Составление перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации. Подготовка рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка. Составление коммерческого предложения, запроса, оферты, сопроводительного письма. Подготовка сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внутреннем и внешнем рынках. Формирование списка потенциальных партнеров для заключения договоров на поставку и/или заключения внешнеторгового контракта. Формирование проекта договора поставки и/или внешнеторгового контракта. Документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; Оформление претензий при нарушении договорных обязательств; Подготовка алгоритма по организации претензионной работы. Проведение анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков и подготовка аналитических документов</p>	<p>72</p>	<p>ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09</p>

<p>по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках. Осуществление проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта. Подготовка процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом. Оформление продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей. Приемка товаров по количеству и качеству; Изучение инструкций по охране труда. Формирование начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта. Составление и оформление закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры.</p>		
Экзамен по модулю	12	
Всего	352	

2.4 Отчет по практике

2.4.1 Методические указания по прохождению практики

Студент должен изучить программу практики, литературу и нормативно-правовые документы, касающиеся основных аспектов деятельности организации – базового предприятия практики.

Для решения конкретных вопросов, возникающих в процессе прохождения практики, студент должен активно пользоваться производственной (по профилю специальности) практики, монографической и периодической литературой, действующим законодательством и другими нормативными документами.

Рекомендуется студенту-практиканту совместно с преподавателем-руководителем практики разработать на основе программы конкретный календарный план прохождения практики.

В дневник практики необходимо ежедневно записывать краткие сведения о проделанной работе.

Отчет о практике должен быть изложен на 8-10 страницах.

В нем освещаются следующие вопросы:

- место и время прохождения практики;
- Общая характеристика организации;
- результаты проделанной работы.

Отчет оформляется аккуратно. Не должно быть допущено наличия грамматических и орфографических ошибок. Приложения оформляются в формате А4 (если имеются)

К отчету прилагается:

1. Дневник прохождения практики
2. Письменный отзыв руководителя практики о проведенной студентом работе с оценкой по пятибалльной шкале

Отчет должен быть заверен подписью должностного лица и печатью предприятия.

Студент, не выполнивший программу, получивший отрицательный отзыв или неудовлетворительную оценку при защите отчета, направляется вторично на практику.

Работа должна быть подшита в папку в следующей последовательности:

- отчет (титульный лист, содержание, основная часть, заключение);
- дневник
- отзыв руководителя практики от предприятия о прохождении практики

2.4.2 Тематическое планирование практики

Коды компетенций	Виды выполняемых работ	Количество часов
<p>ПП.01 ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09</p>	<p>Составление перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации. Подготовка рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка. Составление коммерческого предложения, запроса, оферты, сопроводительного письма. Подготовка сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внутреннем и внешнем рынках. Формирование списка потенциальных партнеров для заключения договоров на поставку и/или заключения внешнеторгового контракта. Формирование проекта договора поставки и/или внешнеторгового контракта. Документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; Оформление претензий при нарушении договорных обязательств; Подготовка алгоритма по организации претензионной работы. Проведение анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков и подготовка аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках. Осуществление проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта. Подготовка процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом. Оформление продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей. Приемка товаров по количеству и качеству; Изучение инструкций по охране труда. Формирование начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта. Составление и оформление закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры.</p>	<p>72</p>

2.4.3 Бланки для прохождения практики



Автономная некоммерческая образовательная организация
профессионального образования
«Алтайский бизнес-колледж»
(АНОО ПО «АБК»)

ОТЧЁТ О ПРОХОЖДЕНИИ УЧЕБНОЙ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ) ПРАКТИКИ УП.01

ПМ.01 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

На материалах _____
(полное наименование объекта практики)

Студент: _____
(Ф.И.О. полностью, курс, номер группы)

(подпись студента)

Руководитель практики
от организации, должность _____ / _____
(место подписи)

Руководитель практики
от колледжа _____ / _____
(место подписи)

Оценка _____

Барнаул, 20__ г.



Автономная некоммерческая образовательная организация
профессионального образования
«Алтайский бизнес-колледж»
(АНОО ПО «АБК»)

ДНЕВНИК
учебной (по профилю специальности) практики

Студента _____
(ФИО)

Группы № _____.

Место прохождения практики

(Полное наименование организации, ее юридический адрес)

Дата начала практики «__» _____ 20__ г.

Дата окончания практики «__» _____ 20__ г.

Руководитель практики от организации:

(должность)

(подпись)

/ _____
(ФИО)

Руководитель практики от колледжа:

(подпись)

/ _____
(ФИО)

Барнаул, 20__

ОТЗЫВ-ХАРАКТЕРИСТИКА

руководителя практики от организации о работе обучающегося и уровне сформированности компетенций

Обучающийся (щаяся) ___ курса Алтайского бизнес-колледжа

_____ (Ф.И.О.)

с «___» _____ 20__ г. по «___» _____ 20__ г прошел (ла) производственную
(по профилю специальности) практику в

(наименование организации)

В период практики выполнял (ла) обязанности _____

За время прохождения производственной (по профилю специальности) практики
_____ показал(ла) _____ уровень
теоретической подготовки, умение применить и использовать знания, полученные в
колледже, для решения поставленных перед ним (ней) практических задач.

Программа практики выполнена полностью (частично).

В целом работа практиканта _____
заслуживает оценки _____.

Руководитель практики от организации

Должность М.П.

подпись

И.О. Фамилия

«___» _____ 20__ г.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Кабинеты «Автоматизации торгово-технологических процессов», «Междисциплинарных курсов», «Эксплуатации торгово-технологического оборудования и охрана труда», оснащенные в соответствии с п. 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п 6.1.2.5 примерной образовательной программы по специальности.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

3.2.1. Основные печатные и электронные издания

1. Жулидов С.И. Организация торговли: учебник / С.И. Жулидов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 350 с. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/987233. - ISBN 978-5-8199-0842-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1820262> (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

2. Иванов Г.Г. Организация торговли (торговой деятельности): учебник/Г.Г. Иванов. – Москва: КНОРУС, 2022. -222 с.- (среднее профессиональное образование) ISBN 978-5-406-09325-2

3. Изотова Г.С. Управление государственными и муниципальными закупками: учебник для среднего профессионального образования / Г. С. Изотова, С. Г. Еремин, А. И. Галкин. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 396 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15057-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495531>

4. Кнутов А. В. Управление государственными и муниципальными закупками и контрактами: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Кнутов. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 316 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11348-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495532>

5. Мамедова Н. А. Управление государственными и муниципальными закупками: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Мамедова, А. Н. Байкова, О. Н. Морозова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 420 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13829-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495169>

6. Методы стимулирования продаж в торговле: учебник / С.Б. Алексина, Г.Г. Иванов, В.К. Крышталева, Т.В. Панкина. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2020. — 304 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-8199-0796-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1077649> (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

7. Саталкина Н. И. Экономика торговли: учебное пособие / Н. И. Саталкина, Б. И. Герасимов, Г. И. Терехова. — Москва: ФОРУМ, 2021. — 232 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-91134-485-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1287439> (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

8. Чернухина Г.Н., Курганова Н. Ю. Основы товардвижения в торговле: учебник. Московский финансово-промышленный университет «Синергия». 170 с. (Среднее профессиональное образование). М. 2023. ISBN: 978-5-4257-0559-4. DOI: 10.37791/978-5-4257-0559-4-2023-1-168 Текст: электронный. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=699002

9. Пахомова, Н. Г. Организация деятельности торгового предприятия: оптовая торговля : учебное пособие для СПО / Н. Г. Пахомова. — 2-е изд. — Липецк, Саратов : Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2022. — 89 с. — ISBN 978-5-00175-118-2, 978-5-4488-1518-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/121367.html>

10. Пахомова, Н. Г. Организация и технология розничной торговли : учебное пособие для СПО / Н. Г. Пахомова. — 2-е изд. — Липецк, Саратов : Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2022. — 63 с. — ISBN 978-5-00175-117-5, 978-5-4488-1517-1. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/121368.html>

11. Чернухина Г.Н., Курганова Н. Ю. Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда: учебник для студентов среднего профессионального образования. Москва: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2020. 360 с. ISBN: 978-5-4257-0479-5 DOI: 10.37791/978-5-4257-0479-5-2020-1-316

12. https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=602811

3.2.2. *Дополнительные источники*

1. Безлапов В.В. Технологии управления внешнеторговой деятельностью региона: монография /В.В Безлапов, С.А.Лочан, Д.В.Федюнин, А.Д.Петросян, руков. авт.колл. В.В. Безпалов.- Москва: РУСАЙИС, 2022-586 с.
2. Волгина Н.А. Международная торговля: учебник/Н.А Волгина.- Москва: КНОРУС, 2022.- 274с- (Бакалавриат)
3. Иванов Г. Г. Экономика торговой организации: учебник / Г.Г. Иванов. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 182 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016902-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1343176> (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
4. Заволокина, Л. И. Мировая экономика: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. И. Заволокина, Н. А. Диесперова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 182 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13765-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497346>
5. Лазарева Н.В. Актуальные проблемы учета внешнеэкономической деятельности: учебное пособие/ Н. В. Лазарева. – Москва: РУСАЙНС, 2023. -122 с. ISBN978-5-4365-9920-5
6. Современное торговое дело: учебное пособие/ кол. авторов; под ред. Л.Б. Нюренбергер Н.А Лучиной.- Москва: РУСАЙИС, 2022 – 138с. ISBN 978-5-4365-8388
7. Стерлигова, А. Н. Управление запасами в цепях поставок: учебник / А.Н. Стерлигова. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 430 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-011223-7. DOI: 10.37791/978-5-4257-0559-4-2023-1-168 - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1832388> (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
8. Сулоева А.А. Управление закупками в процессе принятия управленческих решений: учебное пособие (А.А Сулоев- Москва: РУСАЙИС, 2022-104 с. ISBN 978- 5- 4365-9728-7
4. Трофимовская А.В. Эффективность контрактной системы в сфере государственных и муниципальных закупок в современных социально-экономических условиях: учебное пособие / А.В. Трофимовская, С.А. Сергеева, И.П. Гладилина – Москва: РУСАЙИС, 2022 – 80 с. ISBN 978-5-4365-9730-0

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 1.1	<p>осуществляет поиск и систематизацию открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции, в том числе с использованием цифровых технологий;</p> <p>оценивает объем спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках;</p> <p>составляет перечень требований внешних рынков к товарной продукции организации;</p> <p>разрабатывает рекомендации по омоложению товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка;</p> <p>проводит анализ конъюнктуры, емкости товарных рынков;</p> <p>осуществляет подготовку аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках</p>	<p>Устный/письменный опрос.</p> <p>Тестирование.</p> <p>Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.</p> <p>Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий по установленным критериям.</p> <p>Экспертная оценка контрольных / проверочных работ по установленным критериям.</p> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.</p>
ПК 1.2	<p>выполняет операции по установлению хозяйственных связей с поставщиками и потребителями в установленной последовательности с соблюдением требований к их содержанию</p>	<p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p>
ПК 1.3	<p>определяет начальную цену закупки с учетом требований федерального законодательства и проводит описание объекта закупки;</p> <p>составляет и оформляет закупочную документацию в соответствие с требованиями и осуществляет ее проверку для проведения закупочной процедуры;</p> <p>оформляет протоколы заседаний закупочных комиссий;</p> <p>выполняет проверку комплекта закупочной документации для обеспечения государственных,</p>	<p>Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации, в т.ч. иностранных языках.</p> <p>Экспертная оценка коммуникативной деятельности</p>

	муниципальных и корпоративных нужд.	обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной, производственной практике.
ПК 1.4	проводит анализ поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках и составляет список отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий); осуществляет документальное оформление результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта; составляет сводные отчеты и предложения о потенциальных партнерах на внешних рынках; составляет список потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта; формирует проект внешнеторгового контракта и выполняет проверку необходимой документации для его заключения; осуществляет подготовку процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом.	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.</p> <p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – на практических занятиях; – при выполнении и защите курсовой работы (проекта); – при выполнении работ на различных этапах учебной, производственной практики; - при проведении защиты отчетов по учебной, производственной практик; – при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена / профессионального экзамена по оценочным средствам организаций партнеров и/или профессионального сообщества.
ПК 1.5	осуществляет подготовку документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта; проводит сбор информации и документов о ходе исполнения обязательств по внешнеторговому контракту и разрабатывает на их основе план-график контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту; проводит мониторинг и документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; осуществляет подготовку предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств и выполняет претензионную работу.	
ПК 1.6	выполняет торгово-	

	<p>технологические операции в соответствии с установленным алгоритмом, в том числе с использованием искусственного интеллекта;</p> <p>осуществляет приемку товаров по количеству и качеству в полном соответствии с договором поставки; оформляет документы по приемке товаров в соответствии установленными требованиями; соблюдает правила охраны труда при выполнении торгово-технологических операций</p>	
ОК 01	<p>распознает, анализирует и выделяет составные части задачи и/или проблемы в профессиональном контексте;</p> <p>определяет этапы решения задачи; эффективно осуществляет поиск необходимой для решения проблемы информации, составляет план действия и определяет необходимые ресурсы;</p> <p>демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;</p> <p>реализовывает составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</p>	
ОК 02	<p>определяет задачи для поиска информации и их необходимые источники и планирует процесс поиска;</p> <p>структурирует и выделяет наиболее значимое в полученной информации;</p> <p>оценивает практическую значимость результатов поиска и оформляет его результаты;</p> <p>применяет средства информационных технологий, использует современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</p>	
ОК 03	<p>определяет актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной</p>	

	<p>деятельности; применяет современную научную профессиональную терминологию; определяет и выстраивает траектории профессионального развития и самообразования.</p>	
ОК 04	<p>эффективно взаимодействует с преподавателями, обучающимися в ходе профессиональной деятельности.</p>	
ОК 05	<p>грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявляя толерантность в рабочем коллективе</p>	
ОК 06	<p>применяет стандарты антикоррупционного поведения</p>	
ОК 07	<p>выполняет работы с соблюдением принципов бережливого производства и ресурсосбережения.</p>	
ОК 09.	<p>понимает общий смысл четко произнесенных высказываний и текстов на профессиональные темы; участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; пишет простые связные сообщения на интересующие профессиональные темы.</p>	

Приложение 3 Рабочие программы учебных дисциплин

Приложение 3.2

к ОПОП по специальности

38.02.08 Торговое дело

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ

2025 г

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

1.1. Место рабочей программы в структуре основной образовательной программы:

Профессиональный модуль «Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли» является обязательной частью профессионального модуля образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело.

1.2. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

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

1.2.1. Перечень общих компетенций

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

1.2.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 2 (н.4-5)	Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли
ПК 2.1. (н.4-5)	Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
ПК 2.2. (н.4-5)	Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации

ПК 2.3. (н.4-5)	Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий
ПК 2.4. (н.4-5)	Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках
ПК 2.5. (н.4-5)	Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов
ПК 2.6. (н.4-5)	Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов
ПК 2.7. (н.4-5)	Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности
ПК 2.8. (н.4-5)	Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы

1.2.3. Навыки, умения и знания приобретаемые учащимся в результате освоения профессионального модуля:

Владеть навыками	<p>выявления проблем и формулирования целей исследования;</p> <p>планирования проведения маркетингового исследования;</p> <p>определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования;</p> <p>подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования;</p> <p>поиска первичной и вторичной маркетинговой информации;</p> <p>подготовки процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования;</p> <p>проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга;</p> <p>разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации;</p> <p>применения программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации;</p> <p>применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации;</p> <p>проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий;</p> <p>проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий;</p> <p>установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках;</p> <p>применения норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;</p> <p>использования информации специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана;</p> <p>разработки бизнес-плана и финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов;</p> <p>расчёта показателей эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов;</p>
------------------	---

	<p>определения мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности; сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы.</p>
Уметь	<p>применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования; составлять комплексный план проведения маркетингового исследования; анализировать текущую рыночную конъюнктуру; составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования; проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций; использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков; обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных; анализировать текущую рыночную конъюнктуру; применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; развивать идеи до бизнес-предложений; оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке; оценивать риски, связанные с бизнесом; анализировать бизнес-концепции; предлагать идеи для дальнейшего развития; применять методы принятия оптимальных решений; находить аргументы в пользу идей; принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели; обосновывать и оценивать цели и ценности; представлять идеи, дизайн, видения и решения; применять при разработке бизнес-плана специализированные программные продукты; использовать для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии; создавать деловые электронные презентации собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации; использовать методы экономического анализа; анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов; оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами; разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда; оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации;</p>

	<p>предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации;</p> <p>собирать информацию о бизнес-проблемах;</p> <p>анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков.</p>
Знать	<p>составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;</p> <p>методы изучения рынка, анализа окружающей среды;</p> <p>порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;</p> <p>этапы маркетинговых исследований, их результат;</p> <p>методы проведения маркетингового исследования;</p> <p>психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях;</p> <p>средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики;</p> <p>порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;</p> <p>виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;</p> <p>методы оценки конкурентной среды;</p> <p>нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;</p> <p>роль и значение бизнес-плана;</p> <p>основные функции бизнес-плана;</p> <p>классификацию основных типов бизнес-планов;</p> <p>методологию и процессы развития бизнес-идеи;</p> <p>порядок разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью;</p> <p>принципы и методы управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий;</p> <p>методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений;</p> <p>методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов;</p> <p>методы, способы и приемы для решения задач по анализу;</p> <p>типы факторных моделей;</p> <p>схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа;</p> <p>методику анализа эффективности использования производственных ресурсов</p> <p>методические материалы по планированию, учету и анализу деятельности организации;</p> <p>спектр специализированных программных продуктов;</p> <p>интерфейс автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации;</p> <p>инновационные средства и устройства информатизации, программное обеспечение в предпринимательской деятельности и порядок их применения;</p> <p>риски: понятия и видов;</p> <p>методы оценки риска, связанных с бизнесом;</p>

	меры снижения риска, связанных с бизнесом; методы оценки выполнимости бизнес-идеи; основные способы анализа и оценки рисков; состав моделей оценки риска; способы оценки риска ликвидности.
--	---

1.3. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов 362

в том числе в форме практической подготовки 204

Из них на освоение МДК – 300 часа

в том числе самостоятельная работа – 278 часов

практики, в том числе производственная – 72

Промежуточная аттестация – 12

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической. Подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.				
				Обучение по МДК				
				Всего	В том числе			
Лабораторных и практических. Занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация					
1	2	3	4	5	6	7	8	9
ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09	МДК 02.01 Технология проведения маркетинговых исследований	134	56	104	56	-	30	-
ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09	МДК 02.02 Ценообразование в торговой деятельности.	48	24	42	24	-	6	-

ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09	МДК 02.03 Бизнес- планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы.	96	52	92	52	-	2	2
	Производственная практика	72	72	72				
	Промежуточная аттестация	12						12
	Всего:	362	204	310	132			14

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Осваиваемые компетенции	
1	2	3		
Раздел 1. Технология проведения маркетинговых исследований		134/52		
МДК 02.01 Технология проведения маркетинговых исследований		104/52/30	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09	
Тема 1.1. Понятия и сущность маркетинговых исследований	Содержание	18/12		
	1. Цели, задачи и функции маркетинговых исследований. Предмет, объект и основные направления маркетинговых исследований. Понятие и роль маркетинговых исследований в системе маркетинга.	6		
	2. Основные этапы становления и развития маркетинговых исследований. Разработка исследований, сбор данных, анализ данных, формирование основных выводов и интерпретация результатов. Специализированные программные продукты, применяемые в маркетинге.			
	3. Основные понятия, цели и задачи проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга. Принципы маркетинговых исследований.			
	В том числе практических занятий и лабораторных работ			12
	Практическое занятие 1. Построение дерева целей маркетинговых исследований.			4
	Практическое занятие 2. Постановка цели и определение задач маркетинговых исследований на предприятиях торговли. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач.			4
Практическое занятие 3. Решение ситуационных задач		4		
Тема 1.2. Сущность и содержание маркетинговой информационной системы	Содержание	14/8		
	1. Основные понятия и принципы маркетинговой информационной системы.	6		

	2. Структура и основные этапы проведения маркетингового исследования.		ОК 04, ОК 05, ОК 09
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8	
	Практическое занятие 4. Выявление проблемы и определение этапов проведения маркетинговых исследований на примере предприятия торговли (предприятие определяется по выбору студентов).	8	
	Промежуточная аттестация: ДФК	2	
Тема 1.3. Типы маркетинговых исследований	Содержание	14/8	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	1. Поисковые, описательные и пояснительные исследования. Качественные и количественные маркетинговые исследования. Постоянные и разовые исследования	6	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8	
	Практическое занятие 5. Определение типа маркетингового исследования по выявленным проблемам деятельности торговой организации.	2	
	Практическое занятие 6. Сравнительная характеристика типов маркетингового исследования. Их преимущества и недостатки, области применения.	2	
	Практическое занятие 7. Решение ситуационных задач. Сбор вторичной информации.	2	
	Практическое занятие 8. Разработайте сценарий проведения маркетингового исследования методом фокус-групп. Раскройте достоинства и недостатки метода фокус-группы.	2	
Тема 1.4. Технология проведения маркетинговых исследований внешней и внутренней среды	Содержание	14/6	
	1. Методы маркетинговых исследований определения емкости целевого рынка: источники получения маркетинговой информации и способы анализа спроса, в том числе в Яндекс.Вордстат и Google Trends. Методы маркетинговых исследований определения рисков бизнеса, оценки внешней среды компании: PEST-анализ. SWOT – анализ – метод маркетингового исследования внешней и внутренней среды компании.	8	
	2. Методы оценки конкурентной среды и		

	конкурентоспособности товара		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	6	
	Практическое занятие 9. Определение емкости целевого рынка предприятия торговли с использованием программных продуктов (предприятие определяется по выбору обучающихся).	1	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	Практическое занятие 10. Решение ситуационных задач методом PEST-анализа	1	
	Практическое занятие 11. Определение конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках (товар определяется по выбору обучающихся).	2	
	Практическое занятие 12. Решение ситуационных задач методом SWOT-анализа	2	
	Содержание	10/6	
	1. Сущность кабинетных маркетинговых исследований и их характеристика.	4	
	2. Методы кабинетных маркетинговых исследований: традиционный (классический) анализ; контент-анализ документов; информативно-целевой анализ		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	6	
	Практическое занятие 13. Определение рыночной доли присутствия торгового предприятия традиционным методом исследования (предприятие определяется по выбору обучающихся).	2	
	Практическое занятие 14. Решение ситуационной задачи. Проведение кабинетных маркетингового исследования с помощью интернет-ресурсов	2	
	Практическое занятие 15. Оценка финансовых показателей деятельности торговой организации по данным финансовой отчетности, как источник информации для оценки внутренней среды торгового предприятия.	2	
Тема 1.5. Основные понятия и методы кабинетных маркетинговых исследований	Содержание	10/6	
	1. Наблюдение как важнейший метод сбора маркетинговой информации. Методы сбора первичной информации (анкетирование, экспертные оценки, телефонное интервью, групповое интервью (фокус-групп)).	4	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05,
Тема 1.6. Основные понятия и методы полевых маркетинговых исследований	Содержание	8/4	

			ОК 09
	2. Панельные исследования. Экспериментальные (опытные) исследования. Проективные методы исследований. Проведение исследований методом Eye tracking (Ай Трекинг).		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	Практическое занятие 16. Определение круга вопросов. Выбор типа анкет. Составление анкет с целью проведения маркетингового исследования	2	
	Практическое занятие 17. Сбор первичной информации для проведения маркетингового исследования с использованием программных продуктов	2	
	Содержание	8/2	
	1. Основные понятия, используемых при проведении выборочных исследований. Виды выборки	6	
	2. Основные этапы проектирования и определения объема выборки.		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2	
	Практическое занятие 18. Построение программы выборочного маркетингового исследования. Сбор информации для проведения выборочного исследования.	2	
Тема 1.7. Система выборочных маркетинговых исследований	Содержание	6/2	
	1. Методы обработки данных маркетинговых исследований	4	
	2. Программные продукты, используемые при обработке данных результатов маркетинговых исследований		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2	
	Практическое занятие 19. Обработка результатов маркетинговых исследований с применением программных продуктов	2	
Тема 1.8. Обработка результатов маркетинговых исследований	Содержание	8/4	
	1. Содержание и структура отчета маркетинговых исследований.	4	
	2. Оформление и методы презентации отчета с помощью цифровых технологий.		
Тема 1.9. Оформление отчета маркетинговых исследований	Содержание	8/4	
	1. Содержание и структура отчета маркетинговых исследований.	4	
	2. Оформление и методы презентации отчета с помощью цифровых технологий.		

	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4	
	Практическое занятие 20. Подготовка отчета по результатам маркетингового исследования.	2	
	Практическое занятие 21. Презентация отчета результатов маркетингового исследования с использованием программных продуктов	2	
Самостоятельная работа Изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирования целей маркетингового исследования Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач. Определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли. Разработка плана проведения маркетингового исследования и согласование с руководителем учебной практики. Определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования. Их описание и назначение в ходе проведения маркетингового исследования. Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации. Проведения маркетингового исследования в установленные сроки с использованием инструментов комплекса маркетинга и сквозных цифровых технологий: исследования рынка(определение емкости рынка и доли рынка); изучение потребителей (исследование потребительских привычек и предпочтений, процесса принятия решения о покупке, уровня удовлетворенности и лояльности потребителей, сегментация потребителей и выбор целевого сегмента); исследование продукта (тестирование концепции нового товара, тестирование товара); исследование цены (чувствительности к цене, эластичности спроса по цене): исследования рекламы (тестирование рекламных концепций и материалов, исследование эффективности рекламной кампании); рынка. Выявление конкурентов исследуемого торгового предприятия. Определение конкурентных преимуществ исследуемого торгового предприятия на внутреннем и внешних рынках Подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров, повышения объемов продаж торговой организации. Оформление результатов маркетингового исследования.	30	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09	
	Дифференцированный зачет	2	

Раздел 2. Ценообразование в торговой деятельности		48/24	
МДК 02.02 Ценообразование в торговой деятельности		42/24/6	
Тема 2.1. Цена как экономическая категория	Содержание	3/2	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	1. Понятие цены. Теоретические концепции цены.	1	
	2. Виды и функции цен		
	3. Конкуренентные и монопольные цены.		
	4. Особенности формирования цен на факторы производства		
	3. Состав и структура цены.	2	
	4. Формы и методы государственного регулирования.		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2	
Практическое занятие № 1 Решение задач на определение цены с учетом ее структуры	2		
Тема 2.2. Методы ценообразования	Содержание	5/4	
	1. Товарная и ценовая политика предприятия	1	
	2. Механизм установления цены		
	3. Затратные методы ценообразования		
	4. Определение цены с ориентацией на спрос		
	5. Определение цены с ориентацией на конкуренцию		
	6. Особенности ценообразования на новые товары и научно-техническую продукцию		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4	
	Практическое занятие № 2 Решение задач на расчет цены изготовителя методом полных затрат	2	
	Практическое занятие № 3 Решение задач на расчет цены изготовителя методом стандартных полных затрат		
Практическое занятие № 4 Решение задач на расчет цены методом удельной цены	2		
Практическое занятие № 5 Решение задач на расчет цены агрегатным методом и методом регрессии			
Тема 2.3 Основные ценообразующие факторы, учитываемые при формировании цен	Содержание	4/2	
	1. Структура рынка	2	
	2. Конкуренентная среда		

торговых предприятий	3. Тип товара и эластичность спроса.		ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	4. Ценность товара и прочие факторы, влияющие на ценообразование		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2	
	Практическое занятие № 6 Решение задач на определение коэффициента эластичности спроса от цены. Расчет цены методом максимизации продаж с учетом эластичности спроса Практическое занятие № 7 Решение задач на определение максимально допустимой цены на единицу продукции	2	
Тема 2.4 Особенности ценообразования в сфере торговли, в том числе в электронной торговле	Содержание	4/2	
	1. Экономическое содержание торговой услуги	2	
	2. Особенности ценообразования в сфере услуг		
	3. Классификация торговых услуг		
	4. Цены на отдельные виды услуг		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2	
Практическое занятие № 8 Решение задач на определение цены на отдельные виды торговых услуг: Расчет цен на товары в оптовой, закупочной, розничной, электронной торговле.	2		
Тема 2.5. Торговая надбавка и методы ее определения	Содержание	4/2	
	1. Понятие, структура и регулирование торговой надбавки (структура торговых надбавок, издержки обращения)	2	
	2. Затратное ценообразование		
	3. Рыночные методы ценообразования. Методы ценообразования с ориентацией на покупателя. Ценообразование с учетом конкуренции.		
	4. Прочие методы ценообразования		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2	
	Практическое занятие № 9 Решение задач на расчет цены балловым методом Практическое занятие № 10 Решение задач на расчет цены методом вмененной потребительской оценки Практическое занятие № 11 Решение задач на расчет	2	

	торговых надбавок		
Тема 2.6. Политика цен и стратегия ценообразования	Содержание	4/2	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	1. Понятие политики цен.	2	
	2. Принципы и методы формирования ценовой политики на предприятиях торговли		
	3. Психологические аспекты ценообразования и основы принятия ценовых решений		
	4. Основные ценовые стратегии предприятий торговли		
	5. Прочие элементы комплекса маркетинга и их влияние на цену		
	6. Оценка качества сервиса как основа формирования ценовой политики и стратегии торговых предприятий		
	7. Имидж торгового предприятия и репутация торгового персонала, их влияние на политику и стратегии ценообразования		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2	
	Практическое занятие № 12–13. Решение задач на определение ценовой стратегии.	2	
Тема 2.7 Методы ценового стимулирования продаж	Содержание	4/2	
	1. Понятие и цели ценового стимулирования продаж	2	
	2. Методы стимулирования продаж		
	3. Скидки и надбавки к цене		
	4. Причины и условия изменения текущих цен		
	5. Оценка ценовых решений в торговле		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2	
Практическое занятие № 14 Решение задач на оценку целесообразности и эффективности ценовых мероприятий по стимулированию продаж Практическое занятие № 15 Решение задач на определение скидок от цены продаж и покупок. Предложения скидок при разработке программы лояльности для постоянных покупателей	2		
Тема 2.8 Ценообразование во	Содержание	4/2	
	1. Внешнеторговые операции и ценообразование	2	

внешнеэкономической деятельности	2. Экспортно-импортные цены		ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	3. Таможенные пошлины и тарифы		
	4. Порядок исчисления таможенных пошлин		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2	
Практическое занятие № 16 Решение задач на определение базисной экспортной цены. Расчет импортных внешнеторговых цен	2		
Практическое занятие № 17 Расчет эффективности сделки на основе экспортно-импортных цен			
Тема 2.9. Налоги и ценообразование	Содержание	4/2	
	1. Налоги в составе цены	2	
	2. Акцизы		
	3. Налог на добавленную стоимость		
	4. Налоговый контроль за ценообразованием.		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2	
	Практическое занятие № 18 Расчет суммы акциза.	1	
Практическое занятие № 19 Расчет на определение ставки и суммы налога на добавленную стоимость. Расчет цены с НДС по разным ставкам. Практическое занятие № 20. Расчет суммы НДС к возмещению/вычету из цены поставки товара.	1		
Тема 2.10 Государственная политика и ценообразование	Содержание	4/2	
	1. Государственная ценовая политика и регулирование цен	2	
	2. Государственный контроль ценообразования и применения цен		
	3. Единая тарифная политика базовых отраслей Российской Федерации		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2	
Практическое занятие № 21 Решение задач на определение уровня регулирования оптовой и розничной цены	2		
Темы рефератов: Инфляция: понятие, виды, методы измерения и анализа и ее влияние на цену Отраслевые особенности ценообразования Прибыль предприятия как составная часть цены			ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05,

<p>Ценообразующие факторы , понятие и влияние на цену Понятие ценовой политики. Принципы ценообразования Понятие ценовой стратегии и ее виды Акциз как составляющая цены. Порядок исчисления Конкуренция и ее влияние на цену Ценообразование в торговле Себестоимость продукции как составная часть цены. Ее виды и статьи затрат. Прямые и косвенные методы государственного регулирования цен. Ценообразование на рынке строительных услуг. Мировая цена, ее определение и виды. Цены международных контрактов. Ценообразование в общественном питании. Затратные и эконометрические методы ценообразования. Закон спроса и предложения и его влияние на цену. Налог на добавленную стоимость как составляющая часть цены. Порядок формирования цен на импортные товары. Особенности формирования цен на автотранспортные услуги. Таможенные пошлины. Виды, порядок исчисления и взимания. Таможенная стоимость и ее исчисление в практике ценообразования. Методы ценового стимулирования продаж Трансфертное ценообразование и контролируемые сделки Ценообразование по внешнеторговым сделкам Имидж торгового предприятия и репутация торгового персонала, их влияние на политику и стратегии ценообразования</p>		<p>ОК 09</p>
<p>Самостоятельная работа Исследование рынка, проведение статистических исследований по ценовым показателям Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой организации, по данным которой проводится маркетинговое исследование. Применение сквозных цифровых технологий при проведении работ по анализу ценовых показателей товаров (перечень товаров подбирает обучающийся по согласованию с руководителем учебной практики). Анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации. Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках. Оформление результатов анализа ценовой политики и ценовой стратегии торгового предприятия. Представление презентации по итогам анализа ценообразования торгового предприятия. Проверка обоснованности заявленных цен на товары, работы, услуги Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации</p>	<p>6</p>	<p>ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09</p>

Промежуточная аттестация: ДФК		2	
Раздел 3. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы		96/52	
МДК 02.03 Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы		92/52/2	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
Тема 3.1. Предпринимательская идея и ее выбор	Содержание	8/2	
	1. Понятие и содержание предпринимательства. Деловые интересы в предпринимательстве. Предпринимательская идея и ее выбор Источники формирования предпринимательских идей. Методы выработки предпринимательских идей.	6	
	2. Процесс генерации предпринимательской идеи. Общая схема предпринимательских действий. Основные типы ключевых факторов успеха.		
	3. Основные стадии жизненного цикла товара: генерирование деловой идеи, экспертная оценка идей, сбор и анализ рыночной информации, экспертная оценка информации, полученной в процессе осмысления идеи, принятие предпринимательского решения		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2	
	Практическое занятие 1: Разработка товарной модификации, ввод товара.	2	
Тема 3.2. Технология, основные принципы и структура управления бизнесом	Содержание	8/2	
	1. Технология управления бизнесом. Основные понятия, категории и объекты управления бизнесом. Принципы управления. Система управления: субъект, объект, прямые и обратные связи. Понятие предпринимательской единицы.	6	
	2. Понятие организационной структуры управления предпринимательской единицей. Факторы, определяющие выбор типа организационных структур управления.		
	3. Информационные и технические средства управления бизнесом. Показатели оценки эффективности управления бизнесом.		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2	

	Практическое занятие 2: Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы	2	
Тема 3.3. Бизнес-план и его роль в современном предпринимательстве	Содержание	8/6	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	1. Бизнес-планирование как элемент экономической политики организации. Основные цели составления бизнес-плана. Финансовые цели бизнес-планирования. Классификация основных типов бизнес-планов. Основные цели составления внутренних бизнес-планов.	2	
	2. Инвестиционный план как разновидность бизнес-плана. Характеристика, назначение, перспективы и область применения. Основные цели составления инвестиционных бизнес-планов.		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	6	
	Практическое занятие 3. Составление визитки команды. Влияние визитки команды, имиджа и деловой репутации разработчиков бизнес-плана на принятие решения инвестора.	2	
	Практическое занятие 4. Определение миссии, цели, задачи бизнеса. Определение формы ведения предпринимательской деятельности.	2	
	Практическое занятие 5. Определение типов бизнес-плана	2	
	Содержание	16/10	
Тема 3.4. Структура и функции бизнес-плана	1. Основные функции бизнес-плана. Основные правила и схема построения процесса разработки бизнес-плана.	6	
	2. Технология разработки и структура бизнес-плана		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	10	
	Практическое занятие 5. Формирование и описание бизнес-идеи	6	
	Практическое занятие 6. Первоначальная подготовка резюме бизнес-плана. Инвестиционное предложение.	4	
	Промежуточная аттестация: ДФК	2	
Тема 3.5. Основные источники финансирования предпринимательской единицы.	Содержание	6/2	
	1. Государственное регулирование инвестиционной деятельности. Источники финансирования и анализ инвестиций в структуре бизнес-плана. Основные источники финансирования предпринимательской	4	

	единицы: банковские и коммерческие кредиты, лизинг, франчайзинг. Венчурное финансирование. Бизнес-ангелы.		
	2. Система налогов и сборов Российской Федерации. Виды систем налогообложения в России. Налоговое планирование как источник финансирования предпринимательской единицы.		ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	Практическое занятие 7–8. Расчет размеров выплат по процентным ставкам кредитования, лизинговым операциям, договорам франчайзинга.	1	
	Практическое занятие 9–10. Выбор системы налогообложения для ведения бизнеса.	1	
Тема 3.6. Анализ и оценка рисков	Содержание	6/2	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	1. Виды предпринимательских рисков. Экспертный анализ рисков. Количественный анализ риска. Методика оценки предпринимательских рисков.	4	
	2. Модель Остервальдера и Пинье.		
	3. Страхование рисков и иные способы минимизации рисков.		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2	
	Практическое занятие 11. Применение Pest – анализа с целью определения предпринимательских рисков. Выбор форм страхования предпринимательских рисков.	2	
Тема 3.7. Технология разработки разделов бизнес-плана предпринимательской единицы	Содержание	10/8	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	1. Общая характеристика бизнеса, описание предпринимательской единицы. Описание модели Остервальдера для разработки бизнес-моделей.	2	
	2. Краткая характеристика проекта. Описание бизнес-идеи. Матрица Ансоффа и стратегии роста бизнеса.		
	3. Факторы инвестиционной привлекательности бизнес-проекта.		
	4. План маркетинга. Применение метода 5W Шеррингтона для сегментации рынка. Сегменты рынка B2B, B2C, B2G, C2C, их характеристика и отличия. Характеристика рынков сбыта.		

	5. Производственный и организационный план.		ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	6. Финансовый план.		
	7. Резюме бизнес-плана.		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8	
	Практическое занятие 12. Описание предпринимательской единицы/компании/бизнеса. Практическое занятие 13. Разработка логотипа фирмы и составление слогана с применением специализированных цифровых инструментов.	2	
	Практическое занятие 14. Оценка целевого рынка. Применение метода 5W Шеррингтона для определения целевой аудитории.	2	
	Практическое занятие 15. Составление анкеты для опроса потенциальных клиентов, проведение опроса в сети Интернет, социальных мессенджерах и иных цифровых аналогах.	2	
Практическое занятие 16. Планирование рабочего процесса. Определение бизнес-процессов и составление схемы ведения предпринимательской деятельности. Практическое занятие 17. Разработка организационной структуры управления компании. Структурные подразделения компании, их описание и функциональное назначение.	2		
Тема 3.8. Финансовое моделирование деятельности предпринимательской единицы	Содержание	12/10	
	1. Финансовое планирование как раздел бизнес-плана. Основные этапы составления финансового плана компании. Методика расчета финансовых показателей.	2	
	2. Расчет точки безубыточности.		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	10	
	Практическое занятие 18. Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов. Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования.	2	
	Практическое занятие 19. Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода. Определение рыночной цены товара. Расчет себестоимости товара, определение розничной цены.	2	

	Практическое занятие 20. Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении.	2	
	Практическое занятие 21–22. Составление плана переменных расходов.	2	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	Практическое занятие 23. Расчет точки безубыточности по данным реального бизнес-плана	2	
Тема 3.9. Методы оценки эффективности инвестиционного проекта	Содержание	8/4	
	1. Основные показатели оценки экономической эффективности инвестиционного проекта. Методы оценки инвестиционных проектов.	4	
	2. Выбор ставки дисконтирования. Обоснование выбора ставки дисконтирования. Расчет простого периода окупаемости проекта (PaybackPeriod)		
	3. Основные показатели оценки социальной эффективности инвестиционного проекта		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4	
	Практическое занятие 24. Расчет экономической окупаемости инвестиционного проекта с учетом различных сценариев	2	
	Практическое занятие 25–26. Расчет основных показателей оценки экономической эффективности инвестиционного проекта: Расчет дисконтированного периода окупаемости проекта (DiscountedPaybackPeriod) Расчет чистой текущей стоимости проекта (NetPresentValue) Расчет внутренней нормы доходности проекта (InternalRateofReturn) Расчет индекса прибыльности проекта (IndexofProfitability) Расчеты других значимых показателей (ARR, MIRR, ROE, ROI, EBIT, EBITDA)	2	
Тема 3.10. Современные программные продукты, используемые для разработки и презентации бизнес-плана/инвестиционного проекта	Содержание	10/4	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	1. Специализированные программные продукты, используемые для составления бизнес-плана, разработки финансовой модели бизнеса и презентации инвестиционного проекта.	4	

	2. Основные правила оформления презентаций инвестиционного проекта		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	Практическое занятие 27–29. Разработка бизнес-плана с применением специализированных программных продуктов (по выбору образовательной организации)	2	
	Практическое занятие 30–31. Оформление и презентация бизнес-плана / инвестиционного проекта	2	
	Самостоятельная работа	2	
	Другие формы контроля	2	
	<p>Производственная практика ПМ.02</p> <p>Виды работ</p> <p>Изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирования целей маркетингового исследования</p> <p>Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач.</p> <p>Определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли.</p> <p>Разработка плана проведения маркетингового исследования и согласование с руководителем учебной практики.</p> <p>Определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования. Их описание и назначение в ходе проведения маркетингового исследования.</p> <p>Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации.</p> <p>Проведения маркетингового исследования в установленные сроки с использованием инструментов комплекса маркетинга и сквозных цифровых технологий:</p> <p>исследования рынка(определение емкости рынка и доли рынка);</p> <p>изучение потребителей (исследование потребительских привычек и предпочтений, процесса принятия решения о покупке, уровня удовлетворенности и лояльности потребителей, сегментация потребителей и выбор целевого сегмента);</p> <p>исследование продукта (тестирование концепции нового товара, тестирование товара);</p> <p>исследование цены (чувствительности к цене, эластичности спроса по цене):</p> <p>исследования рекламы (тестирование рекламных концепций и материалов, исследование эффективности рекламной кампании);</p> <p>рынка.</p> <p>Выявление конкурентов исследуемого торгового предприятия. Определение конкурентных преимуществ исследуемого торгового предприятия на внутреннем и внешних рынках</p>	72	

<p>Подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров, повышения объемов продаж торговой организации.</p> <p>Оформление результатов маркетингового исследования.</p> <p>Исследование рынка, проведение статистических исследований по ценовым показателям</p> <p>Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой организации, по данным которой проводится маркетинговое исследование.</p> <p>Применение сквозных цифровых технологий при проведении работ по анализу ценовых показателей товаров (перечень товаров подбирает обучающийся по согласованию с руководителем учебной практики).</p> <p>Анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации.</p> <p>Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках.</p> <p>Оформление результатов анализа ценовой политики и ценовой стратегии торгового предприятия.</p> <p>Представление презентации по итогам анализа ценообразования торгового предприятия.</p> <p>Проверка обоснованности заявленных цен на товары, работы, услуги</p> <p>Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации</p> <p>Сбор информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы.</p> <p>Проведение Pest анализа, применение метода Ансоффа-Пинье для описания бизнес-модели предпринимательской единицы</p> <p>Выполнение отдельных этапов разработки бизнес-плана:</p> <p>Составление визитки команды.</p> <p>Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы.</p> <p>Определение целевой аудитории по методу Шеррингтона.</p> <p>Построение модели Остервальдера.</p> <p>Определение бизнес-процессов и составление схемы оказания услуг.</p> <p>Разработка и заполнение финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением специализированных программных продуктов</p> <p>Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов.</p> <p>Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования .</p> <p>Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода.</p> <p>Расчеты цен и себестоимости.</p> <p>Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении</p> <p>Составление плана переменных расходов</p> <p>Расчет точки безубыточности</p> <p>Составление бюджета доходов и расходов</p> <p>Составление бюджета движения денежных средств</p> <p>Составление прогнозного баланса</p> <p>Определение и обоснование источников финансирования</p>		
--	--	--

<p>Расчеты процентов за пользование заемными средствами и составление графика возврата заемных средств</p> <p>Расчет дисконтированного периода окупаемости проекта (DiscountedPaybackPeriod)</p> <p>Расчет чистой текущей стоимости проекта (NetPresentValue)</p> <p>Расчет внутренней нормы доходности проекта (InternalRateofReturn)</p> <p>Расчет индекса прибыльности проекта (IndexofProfitability)</p> <p>Расчеты других значимых показателей (ARR, MIRR, ROE, ROI, EBIT, EBITDA)</p> <p>Разработка мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности.</p>		
Промежуточная аттестация в форме Экзамена	12	
Всего	362	

2.4 Отчет по практике

2.4.1 Методические указания по прохождению практики

Студент должен изучить программу практики, литературу и нормативно-правовые документы, касающиеся основных аспектов деятельности организации – базового предприятия практики.

Для решения конкретных вопросов, возникающих в процессе прохождения практики, студент должен активно пользоваться производственной (по профилю специальности) практики, монографической и периодической литературой, действующим законодательством и другими нормативными документами.

Рекомендуется студенту-практиканту совместно с преподавателем-руководителем практики разработать на основе программы конкретный календарный план прохождения практики.

В дневник практики необходимо ежедневно записывать краткие сведения о проделанной работе.

Отчет о практике должен быть изложен на 8-10 страницах.

В нем освещаются следующие вопросы:

- место и время прохождения практики;
- Общая характеристика организации;
- результаты проделанной работы.

Отчет оформляется аккуратно. Не должно быть допущено наличия грамматических и орфографических ошибок. Приложения оформляются в формате А4 (если имеются)

К отчету прилагается:

3. Дневник прохождения практики

4. Письменный отзыв руководителя практики о проведенной студентом работе с оценкой по пятибалльной шкале

Отчет должен быть заверен подписью должностного лица и печатью предприятия.

Студент, не выполнивший программу, получивший отрицательный отзыв или неудовлетворительную оценку при защите отчета, направляется вторично на практику.

Работа должна быть подшита в папку в следующей последовательности:

- отчет (титульный лист, содержание, основная часть, заключение);
- дневник
- отзыв руководителя практики от предприятия о прохождении практики

2.4.2 Тематическое планирование практики

Коды компетенций	Виды выполняемых работ	Количество часов
<p>ПП.01 ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09</p>	<p>Производственная практика ПМ.02 Виды работ Изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирования целей маркетингового исследования Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач. Определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли. Разработка плана проведения маркетингового исследования и согласование с руководителем учебной практики. Определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования. Их описание и назначение в ходе проведения маркетингового исследования. Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации. Проведения маркетингового исследования в установленные сроки с использованием инструментов комплекса маркетинга и сквозных цифровых технологий: исследования рынка(определение емкости рынка и доли рынка); изучение потребителей (исследование потребительских привычек и предпочтений, процесса принятия решения о покупке, уровня удовлетворенности и лояльности потребителей, сегментация потребителей и выбор целевого сегмента); исследование продукта (тестирование концепции нового товара, тестирование товара); исследование цены (чувствительности к цене, эластичности спроса по цене); исследования рекламы (тестирование рекламных концепций и материалов, исследование эффективности рекламной кампании); рынка. Выявление конкурентов исследуемого торгового предприятия. Определение конкурентных преимуществ исследуемого торгового предприятия на внутреннем и внешних рынках Подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров, повышения объемов продаж торговой организации. Оформление результатов маркетингового исследования. Исследование рынка, проведение статистических исследований по ценовым показателям</p>	<p>72</p>

	<p>Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой организации, по данным которой проводится маркетинговое исследование.</p> <p>Применение сквозных цифровых технологий при проведении работ по анализу ценовых показателей товаров (перечень товаров подбирает обучающийся по согласованию с руководителем учебной практики).</p> <p>Анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации.</p> <p>Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках.</p> <p>Оформление результатов анализа ценовой политики и ценовой стратегии торгового предприятия.</p> <p>Представление презентации по итогам анализа ценообразования торгового предприятия.</p> <p>Проверка обоснованности заявленных цен на товары, работы, услуги</p> <p>Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации</p> <p>Сбор информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы.</p> <p>Проведение Pest анализа, применение метода Ансоффа-Пинье для описания бизнес-модели предпринимательской единицы</p> <p>Выполнение отдельных этапов разработки бизнес-плана:</p> <p>Составление визитки команды.</p> <p>Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы.</p> <p>Определение целевой аудитории по методу Шеррингтона.</p> <p>Построение модели Остервальдера.</p> <p>Определение бизнес-процессов и составление схемы оказания услуг.</p> <p>Разработка и заполнение финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением специализированных программных продуктов</p> <p>Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов.</p> <p>Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования .</p> <p>Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода.</p> <p>Расчеты цен и себестоимости.</p> <p>Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении</p> <p>Составление плана переменных расходов</p> <p>Расчет точки безубыточности</p> <p>Составление бюджета доходов и расходов</p> <p>Составление бюджета движения денежных средств</p> <p>Составление прогнозного баланса</p> <p>Определение и обоснование источников финансирования</p>	
--	---	--

	<p>Расчеты процентов за пользование заемными средствами и составление графика возврата заемных средств</p> <p>Расчет дисконтированного периода окупаемости проекта (DiscountedPaybackPeriod)</p> <p>Расчет чистой текущей стоимости проекта (NetPresentValue)</p> <p>Расчет внутренней нормы доходности проекта (InternalRateofReturn)</p> <p>Расчет индекса прибыльности проекта (IndexofProfitability)</p> <p>Расчеты других значимых показателей (ARR, MIRR, ROE, ROI, EBIT, EBITDA)</p> <p>Разработка мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности.</p>	
--	--	--

2.4.3 Бланки для прохождения практики



Автономная некоммерческая образовательная организация
профессионального образования
«Алтайский бизнес-колледж»
(АНОО ПО «АБК»)

ОТЧЁТ О ПРОХОЖДЕНИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ) ПРАКТИКИ ПП.01

ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ

На материалах _____
(полное наименование объекта практики)

Студент: _____
(Ф.И.О. полностью, курс, номер группы)

(подпись студента)

Руководитель практики
от организации, должность _____ / _____
(место подписи)

Руководитель практики
от колледжа _____ / _____
(место подписи)

Оценка _____

Барнаул, 20__ г.



Автономная некоммерческая образовательная организация
профессионального образования
«Алтайский бизнес-колледж»
(АНОО ПО «АБК»)

ДНЕВНИК
производственной (по профилю специальности) практики

Студента _____
(ФИО)

Группы № _____.

Место прохождения практики

(Полное наименование организации, ее юридический адрес)

Дата начала практики «__» _____ 20__ г.

Дата окончания практики «__» _____ 20__ г.

Руководитель практики от организации:

(должность) / _____
(подпись) / _____
(ФИО)

Руководитель практики от колледжа:

(подпись) / _____
(ФИО)

Барнаул, 20__

ОТЗЫВ-ХАРАКТЕРИСТИКА
руководителя практики от организации о работе обучающегося
и уровне сформированности компетенций

Обучающийся (щаяся) ___ курса Алтайского бизнес-колледжа

_____ (Ф.И.О.)

с «___» _____ 20__ г. по «___» _____ 20__ г прошел (ла) производственную
(по профилю специальности) практику в

_____ (наименование организации)

В период практики выполнял (ла) обязанности _____

За время прохождения производственной (по профилю специальности) практики
_____ показал(ла) _____ уровень
теоретической подготовки, умение применить и использовать знания, полученные в
колледже, для решения поставленных перед ним (ней) практических задач.

Программа практики выполнена полностью (частично).

В целом работа практиканта _____
заслуживает оценки _____.

Руководитель практики от организации

_____ /
Должность М.П.

_____ /
подпись

_____ /
И.О. Фамилия

«___» _____ 20__ г.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Кабинеты «Междисциплинарные курсы и модули», оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности.

Лаборатория «Предпринимательства и интернет – маркетинга», оснащенная в соответствии с п. 6.1.2.3 примерной образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2.5 примерной образовательной программы по специальности.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

3.2.1. Основные печатные и электронные издания

9. Бизнес-планирование: учебник / под ред. Т.Г. Попадюк, В.Я. Горфинкеля. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2021. — 296 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0617-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1247086> (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

10. Васильев, Г. А. Маркетинг розничного торгового предприятия: учебное пособие / Г. А. Васильев, А. А. Романов, В. А. Поляков. - Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2022. - 159 с. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0628-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/967468> (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

11. Иванов, Г. Г. Экономика торговой организации: учебник / Г.Г. Иванов. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 182 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016902-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1343176> (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

12. Информационные технологии в маркетинге: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491722>

13. Интернет-маркетинг: учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.]. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт. — 301 с. — (Профессиональное образование).

14. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05957-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489822>

15. Липсиц, И. В. Цены и ценообразование: учебное пособие для среднего профессионального образования / И. В. Липсиц. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 160 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9794-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488890>

16. Маховикова, Г. А. Цены и ценообразование в коммерции: учебник для среднего профессионального образования / Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 231 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03696-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477854>

17. Морошкин, В. А. Бизнес-планирование: учебное пособие / В.А. Морошкин, В.П. Буров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 288 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-012223-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1832175> (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

18. Романова, М. В. Бизнес-планирование: учебное пособие / М.В. Романова. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2021. — 240 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-8199-0756-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1446152> (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

19. Саталкина, Н. И. Экономика торговли: учебное пособие / Н. И. Саталкина, Б. И. Герасимов, Г. И. Терехова. — Москва: ФОРУМ, 2021. — 232 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-91134-485-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1287439> (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

20. Цены и ценообразование: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. Г. Касьяненко [и др.]; под редакцией Т. Г. Касьяненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 437 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04773-8. — Текст:

электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490187>

21. PR в сфере коммерции: учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. И. М. Синяевой. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. — 298 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0614-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1018359> (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

22. Кисова, А. Е. Основы предпринимательской деятельности : учебное пособие для СПО / А. Е. Кисова, К. В. Барсукова. — 2-е изд. — Липецк, Саратов : Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2022. — 104 с. — ISBN 978-5-00175-120-5, 978-5-4488-1519-5. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/121370.html>

3.2.2. Дополнительные источники

23. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ (в действующей редакции)

24. "Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 05.08.2000 N 117-ФЗ (в действующей редакции)

25. Федеральный закон от 18.07.2011 N 223-ФЗ (в действующей редакции) "О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц"

26. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ (в действующей редакции) "О защите конкуренции"

27. Федеральный закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ (в действующей редакции) "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации"

28. "ГОСТ Р 51303–2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения" (утв. Приказом Росстандарта от 28.08.2013 N 582-ст) (в действующей редакции)

29. Ценообразование: учебник / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева, Е.С. Глазова [и др.] ; под ред. В.А. Слепова. — 3-е изд. — Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2022. — 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1840489>.

30. Справочно-правовая система «Консультант+» - URL: <http://www.consultant.ru/>

31. Справочно-правовая система «Гарант» - - URL <https://www.garant.ru/>

32. Новая Цифровая платформа поддержки бизнеса: <https://www.smbn.ru/>

33. Фонд поддержки малого предпринимательства:
<https://biznesprost.com/interesno/fond-podderzhki-malogo-predprinimatelstva.html>

34. 10 лучших бизнес-инкубаторов России: <https://viafuture.ru/privlechenie-investitsij/biznes-inkubatory-v-rossii4>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 2.1	<p>Составляет план проведения маркетингового исследования</p> <p>Устанавливает сроки и требования к проведению маркетингового исследования</p> <p>Определяет маркетинговые инструменты, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования</p> <p>Осуществляет поиск первичной и вторичной маркетинговой информации</p>	<p>Устный/письменный опрос.</p> <p>Тестирование.</p> <p>Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.</p>
ПК 2.2	<p>Устанавливает конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках</p> <p>Рассчитывает показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов</p> <p>Разрабатывает предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации</p> <p>Использует программные продукты в системе продвижения товаров (услуг) организации</p>	<p>Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.</p> <p>Экспертная оценка контрольных / проверочных работ.</p> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.</p>
ПК 2.3	<p>Проводит сбор, мониторинг и систематизирует ценовые показатели товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий</p>	<p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p>
ПК 2.4	<p>Обосновывает конкурентные преимущества товара на внешнем и внутренних рынках</p>	<p>Экспертная оценка создания и представления презентаций.</p>
ПК 2.5	<p>Соблюдает правила и принципы разработки бизнес-плана (полнота и точность составления разделов бизнес-плана)</p> <p>Использует информационные технологии в процессе составления бизнес-плана</p> <p>Использует информацию специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана.</p>	<p>Экспертная оценка создания и представления презентаций.</p>
ПК 2.6	<p>Рассчитывает и обосновывает результаты анализа финансовых результатов деятельности организации</p> <p>Применяет различные платформы в</p>	<p>Экспертная оценка</p>

	системе продвижения товаров (услуг) организации	соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.
ПК 2.7	Обосновывает разработанные мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности	
ПК 2.8	Составляет план сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы Выявляет проблемы и риски предпринимательской деятельности	Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.
ОК 01	Распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; Выделяет составные части и определяет этапы решения задачи; Выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы; Составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; Демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; Реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).	Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.
ОК 02	определяет задачи для поиска информации и их необходимые источники и планирует процесс поиска; структурирует и выделяет наиболее значимое в полученной информации; оценивает практическую значимость результатов поиска и оформляет его результаты; применяет средства информационных технологий, использует современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: – на практических занятиях; – при выполнении работ на различных этапах учебной практики; – при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества.
ОК 03	определяет актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применяет современную научную профессиональную терминологию; определяет и выстраивает траектории профессионального развития и самообразования	
ОК 04	эффективно взаимодействует с	

	преподавателями, обучающимися в ходе профессиональной деятельности.	
ОК 05	грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявляя толерантность в рабочем коллективе	
ОК 07	выполняет работы с соблюдением принципов бережливого производства и ресурсосбережения	
ОК 09	понимает общий смысл четко произнесенных высказываний и текстов на профессиональные темы; участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; пишет простые связные сообщения на интересующие профессиональные темы.	

Приложение 3 Рабочие программы учебных дисциплин

Приложение 3.3

к ОПОП по специальности

38.02.08 Торговое дело

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

**ПМ.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-
МАРКЕТИНГА, ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

2025 г

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03. ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА, ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1 Место рабочей программы в структуре основной образовательной программы:

Профессиональный модуль «Организация и осуществление интернет-маркетинга, выставочной деятельности» является обязательной частью профессионального модуля образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело, направлению подготовки – «Интернет-маркетинг и выставочная деятельность»

1.2 Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности «Организация и осуществление интернет-маркетинга, выставочной деятельности» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.2.1 Перечень общих компетенций

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

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 7	Организация и осуществление интернет-маркетинга
ПК 3.1.	Определять готовность веб-сайта к продвижению

ПК 3.2.	Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
ПК 3.3.	Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки
ПК 3.4.	Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество
ПК 3.5.	Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика
ПК 3.6.	Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 8	Организация и осуществление выставочной деятельности
ПК 3.1.	Осуществлять формирование, ведение клиентской базы, а также мероприятий деловой и дополнительной программы выставок и их актуализацию, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.
ПК 3.2.	Оформлять маркетинговые материалы о торгово-промышленных выставках
ПК 3.3.	Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки
ПК 3.4.	Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество
ПК 3.5.	Организовывать проведение торгово-промышленной выставки в соответствии с заявленной программой и соглашениями с соблюдением требований нормативных правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения
ПК 3.6.	Осуществлять контроль исполнения клиентами обязательств по оплате участия в торгово-промышленной выставке
ПК 3.7.	Консультировать участников торгово-промышленной выставки по вопросам оптимальной организации их участия

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	<p>проведения технического анализа аудируемого веб-сайта;</p> <p>проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта;</p> <p>проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта;</p> <p>анализа поисковой выдачи;</p> <p>анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи;</p> <p>анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";</p> <p>определения стратегии поискового продвижения;</p>
------------------	--

	<p>проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении;</p> <p>анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем;</p> <p>определения стратегии продвижения в социальных сетях;</p> <p>размещения текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</p> <p>размещения медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</p> <p>разработки лендинга;</p> <p>анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы;</p> <p>анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании;</p> <p>составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.</p> <p>поиска контактных данных новых потенциальных участников торгово-промышленных выставок и их внесения в клиентскую базу;</p> <p>осуществление выборки по базе данных потенциальных участников для осуществления работы по привлечению участников торгово-промышленных выставок;</p> <p>осуществления переговоров об участии в торгово-промышленной выставке;</p> <p>составления информационных писем и приглашений к участию в торгово-промышленной выставке для различных групп потенциальных участников;</p> <p>составления и проведения презентаций торгово-промышленной выставки для потенциальных участников с целью их привлечения к участию;</p> <p>предоставления (потенциальным) участникам пакета информации о торгово-промышленной выставке в соответствии с их интересами и запросами;</p> <p>оформления необходимой заявочной документации для регистрации организации в качестве участника торгово-промышленной выставки, в том числе от каждого заявившегося участника;</p> <p>сбора необходимой заявочной документации для регистрации организации в качестве участника торгово-промышленной выставки;</p> <p>информирования руководства об участии в торговопромышленной выставке ключевых фигур и организаций отраслей торгово-промышленной выставки в целях возможности использования этой информации для реализации маркетингового плана торгово-промышленной выставки;</p> <p>информирования руководства о соглашениях с участниками торгово-промышленной выставки об их участии в общих маркетинговых мероприятиях для своевременного включения в маркетинговые материалы торгово-промышленной выставки;</p>
--	--

	<p>подготовки текстов пресс-релизов, пост-релизов, новостей для размещения в информационно-телекоммуникационной сети «интернет» и деловых изданиях;</p> <p>предоставления актуальных данных о ходе реализации проекта торгово-промышленной выставки для включения в маркетинговые материалы торгово-промышленной выставки.</p>
Уметь	<p>выявлять технические ошибки в работе веб-сайта;</p> <p>документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта;</p> <p>формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);</p> <p>выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов;</p> <p>выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины;</p> <p>использовать инструменты для проведения технического аудита;</p> <p>определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче;</p> <p>составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;</p> <p>актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";</p> <p>анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины;</p> <p>составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;</p> <p>анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта;</p> <p>анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию;</p> <p>определять маркетинговые стратегии;</p> <p>составлять smm-стратегии;</p> <p>составлять контент-планы;</p> <p>создавать стратегии продвижения;</p> <p>сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;</p> <p>разрабатывать уникальные торговые предложения;</p> <p>разрабатывать рекламные модули;</p> <p>создавать стратегии продвижения;</p> <p>сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;</p> <p>обосновывать выбор целевой аудитории;</p> <p>создавать тексты и рекламные слоганы;</p>

	<p>создавать тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций;</p> <p>различать виды текстов;</p> <p>рассчитывать бюджет на создание лендинга;</p> <p>писать техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций;</p> <p>определять СТА для лендингов;</p> <p>работать с бесплатными сервисами создания лендингов;</p> <p>создавать уникальное торговое предложение для определенных задач, работать с сервисами рассылок;</p> <p>составлять информационно-аналитические справки;</p> <p>оформлять отчетные документы.</p> <p>классифицировать потенциальных участников торгово-промышленной выставки по возможной заинтересованности в участии в торговопромышленной выставке;</p> <p>работать с деловыми электронными и интернетсправочниками;</p> <p>определять источники информации о потенциальных участниках торгово-промышленных выставок;</p> <p>работать в основных программах офисных программных пакетов, программных продуктах по управлению клиентскими базами, управлению организацией;</p> <p>осуществлять первичные звонки для определения контактных лиц конкретной организации - потенциального участника торгово-промышленной выставки;</p> <p>создавать мультимедиа-презентации с помощью распространенных программных продуктов;</p> <p>проводить публичные выступления и презентации; осуществлять коммуникации с разными типами клиентов, определять запросы потенциального клиента, работать с возражениями;</p> <p>разрабатывать тексты рекламных и информационных сообщений;</p> <p>определять значение факторов и событий внешней среды для проекта торгово-промышленной выставки.</p>
Знать	<p>основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;</p> <p>основы веб-технологии;</p> <p>основы веб-дизайна;</p> <p>основы компьютерной грамотности;</p> <p>методы обработки текстовой информации;</p> <p>правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;</p> <p>основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита;</p>

	<p>правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации;</p> <p>основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;</p> <p>способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта;</p> <p>особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;</p> <p>особенности функционирования современных поисковых машин;</p> <p>правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;</p> <p>внутренние ошибки веб-сайта, влияющие на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок;</p> <p>особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;</p> <p>правила составления и критерии качества списка ключевых слов и словосочетаний;</p> <p>стандарты делового общения в письменной и устной форме;</p> <p>особенности функционирования современных поисковых машин;</p> <p>правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;</p> <p>правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы);</p> <p>методы обработки текстовой и графической информации;</p> <p>основы копирайтинга и веб-райтинга;</p> <p>основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна;</p> <p>правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;</p> <p>перечень (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «интернет»;</p> <p>особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа;</p> <p>основы разработки и поддержки сайтов/лендингов;</p> <p>основы гипертекстовой разметки;</p> <p>стандарты верстки веб-сайтов;</p> <p>принципиальные отличия лендингов от сайтов;</p> <p>сервисы для автоматизации рассылок;</p> <p>методы обработки текстовой информации и графической информации;</p> <p>методов и инструментов работы с базами данных;</p>
--	---

	<p>методов работы с первичными и вторичными источниками маркетинговой информации;</p> <p>методов эффективных публичных выступлений и презентаций; современных инструментов и способов подготовки электронных бизнес-презентаций;</p> <p>инструментов эффективного осуществления продаж; технологий организации эффективного участия в выставке;</p> <p>тенденций развития отраслей экономики, имеющие отношение к организуемой торгово-промышленной выставке, и ключевых игроков этих отраслей;</p> <p>методов разработки рекламных и информационных текстов.</p>
--	---

1.3. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов 420

в том числе в форме практической подготовки 264

Из них на освоение МДК – 298 часов

в том числе самостоятельная работа – 42 часа

практики, в том числе производственная – 108

Промежуточная аттестация – 24

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03. ТОВАРОВЕДЕНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКСПЕРТИЗЫ КАЧЕСТВА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

2.1 Структура профессионального модуля

Коды профессиональных, общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической. подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.				
				Обучение по МДК				
				Всего	В том числе			
Лабораторных. и практических. занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация					
1	2	3	4	5	6	7	8	9
ПК 3.1 – 3.6, ОК 01-05, ОК 07	МДК 03.01 Технология интернет-маркетинга	128	48	106	48	-	18	4
ПК 3.1 – 3.7, ОК 01-05, ОК 07	МДК 03.02 Технология выставочной деятельности	170	108	140	108	-	24	6
	Производственная практика	108	108	108				
	Промежуточная аттестация	14						14
	Всего:	420	264	354	156	-	42	24

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад. ч	Осваиваемые компетенции
1	2	3	
Раздел 1. Технология интернет-маркетинга		128/48	
МДК 03.01 Технология интернет-маркетинга		106/48/18	
Тема 1.1. Основы маркетинга	<p>Содержание</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Процесс управления маркетингом, основные этапы, проблемы реализации. 2. Сегментирование рынка и позиционирование товара на рынке. 3. Организация службы маркетинга на предприятии. 4. Маркетинговая среда предприятия в рыночной экономике. 5. Основные факторы микросреды функционирования фирмы. 6. Основные факторы макросреды функционирования фирмы. 7. Жизненный цикл товаров: основные стадии. 8. Продвижение товаров и услуг. <p>В том числе практических занятий и лабораторных работ</p> <p>Практическое занятие 1. Разработка схемы жизненного цикла товаров</p>	<p>4/2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p>	ПК 3.1 – 3.6, ОК 01-05, ОК 07
Содержание		2/0	

Тема 1.2. Определение и характеристики интернет-маркетинга	1. Цели и задачи интернет-маркетинга. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу. 2. Основные клиенты интернет-маркетинга. 3. Преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей 4. Маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы и информационные системы	2	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	-	
Тема 1.3. Инновации в маркетинге	Содержание	8/4	ПК 3.1 – 3.6, ОК 01-05, ОК 07
	1. Сервисные программы для оценки потребительской ценности. Программы лояльности 2. Новые решения для рекламы: Digital Signage, Indoor TV. 6 3. Информационные системы управления опытом потребителей	4	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4	
	Практическое занятие 2. Разработка форм опроса для сайта произвольной компании с целью определения отношения клиентов к ее товарам (услугам) с использованием цифровых технологий и электронной почты клиента	2	
	Практическое занятие 3. Формирование отчета по поиску числа посетителей сайта, используя возможности маркетинговой программы (SerpParser или аналогичной): составьте отчет по поиску числа посетителей сайта предприятия по месяцам и дням, в том числе из разных поисковых систем.	2	
	Содержание	20/4	
Тема 1.4. Целевая аудитория проекта в интернет-маркетинге	1. Понятие «целевая аудитория», виды целевой аудитории и способы ее анализа. 2. Определение, сегментация и составление портрета целевой аудитории проекта	6	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4	

	Практическое занятие 4-5 Анализ внешней среды предприятия, Анализ внутренней среды предприятия	2	
	Практическое занятие 6. Определение целевой аудитории: выделить сегменты целевой аудитории, составить описание каждого сегмента с учетом следующих характеристик: фото типичного представителя, пол, возраст, география проживания, семейное положение, образование, доход, профессиональная деятельность, интересы, стиль жизни	2	
	Самостоятельная работа	10	
Промежуточная аттестация: ДФК		4	
Тема 1.5. Анализ готовности веб-сайта к продвижению	Содержание	26/8	
	1. Исследование основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, веб-технологии, веб-дизайна, компьютерной грамотности	10	
	2. Методы обработки текстовой информации, правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов		
	3. Основы письменной деловой коммуникации использования инструментов для проведения технического аудита		
	4. Правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации.		
	5. Основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин. Способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8	
	Практическое занятие 7. Выявление технических ошибок в работе веб-сайта и их документирование	1	
	Практическое занятие 8. Разработка предложений по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити)	1	
	Практическое занятие 9. Выявление и анализ технических преимуществ веб-сайтов конкурентов	2	

	Практическое занятие 10. Исследование особенностей эргономичности (юзабилити) вебсайтов конкурентов, влияющих на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины	2	
	Практическое занятие 11. Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита	2	
	Самостоятельная работа	8	
Тема 1.6. Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационнотелекомм уникационной сети «Интернет»	Содержание	16/8	ПК 3.1 – 3.6, ОК 01-05, ОК 07
	1. Анализ внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок, особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов.	8	
	2. Организация правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний, стандартов делового общения в письменной и устной форме, особенностей функционирования современных поисковых машин.		
	3. Анализ правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого вебсайта.		
	4. Правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы).		
	5. Методы обработки текстовой и графической информации основ копирайтинга и вебрайтинга		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8	
Практическое занятие 12. Анализ практических ситуаций на определение факторов, влияющих на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче. Составление списка ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи.	1		
Практическое занятие 13. Анализ практических ситуаций на актуализацию информации о поведении пользователей веб-сайтов и заданной тематики в информационнотелекоммуникационной сети «Интернет», анализ	1		

	собранный информации и принятие решения о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины.		
	Практическое занятие 14. Анализ практических ситуаций по составлению списка ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин	1	
	Практическое занятие 15. Анализ релевантности составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта, анализ списка ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию	1	
	Практическое занятие 16. Создание информационных материалов методического характера	1	
	Практическое занятие 17. Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем	1	
	Практическое занятие 18. Анализ конкурентов. Анализ результатов поиска не менее 5 аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, и составление аналитической справки, в которой проведен анализ проектов (конкурентов) не менее чем по 5 критериям.	1	
	Практическое занятие 19. Составление таблицы сравнительного анализа аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, проведение анализа проектов.	1	
	Практическое занятие 20. Выявление страниц и (или) аккаунтов проектов (конкурентов) с проведением сравнительного анализа	2	
	Промежуточная аттестация: ДФК	2	
Тема 1.7. Разработка стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализация в сети «Интернет»	Содержание	10/4	

	1. Понятие «стратегия продвижения». Виды и закономерности стратегии продвижения. Концепция продвижения, цели и задачи продвижения.	6	ПК 3.1 – 3.6, ОК 01-05, ОК 07
	2. Целевая аудитория, модели поведения аудитории и методы влияния на нее		
	3. Понятие «социальная сеть», общие принципы работы виртуальных социальных сетей.		
	4. SMM-стратегия, методы измерения эффективности, методы создания контента.		
	5. Стратегия продаж через «блогосферу» 6. Понятие и значение контент-плана в интернет-маркетинге. Виды контент-планов.		
	7. Содержание контент-плана		
В том числе практических занятий и лабораторных работ	4		
Практическое занятие 21-22. Составление рубрикатора с предоставлением не менее трех тем для каждой рубрики, определение форматов постов и описания требований к ним	1		
Практическое занятие 23. Разработка примеров для ведения аккаунтов / сообществ в социальных сетях, в том числе стиль текста, дизайн и оформление	1		
Практическое занятие 24.-25. Разработка и анализ контент-плана для производственного предприятия	1		
Практическое занятие 26. Разработка и анализ контент-плана для образовательного учреждения	1		
Тема 1.8 Организация и проведение рекламных кампаний в социальных медиа, для привлечения пользователей в интернет-сообщество	Содержание	10/4	
	1. Изучение перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «Интернет»	6	
	2. Особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа		
	3. Характеристика социальных медиа		
	4. Анализ рекламных модулей.		

	5. Анализ уникальных торговых предложений и рекламных рассылок		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4	
	Практическое занятие 27. Разработка уникальных торговых предложений.	1	
	Практическое занятие 28. Разработка рекламных модулей.	1	
	Практическое занятие 29. Разработка стратегии продвижения товара.	1	
	Практическое занятие 30. Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара	1	
Тема 1.9. Создание лендинга	Содержание	10/4	ПК 3.1 – 3.6, ОК 01-05, ОК 07
	1. Понятие «landing page», классификация, этапы проектирования, структура. 2. Конструкторы для создания «landing page»	6	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4	
	Практическое занятие 31- 32. Разработка лендинга для производственного предприятия	2	
	Практическое занятие 33. Разработка лендинга для образовательного учреждения	1	
	Практическое занятие 34. Тестирование, внедрение и защита лендинга в сети «Интернет»	1	
Тема 1.10. Анализ эффективности интернет-маркетинга	Содержание	14/6	
	1. Концепции эффективности в интернет-маркетинге. 2. Методы измерения в интернете. 3. Методы идентификации посетителей. 4. Измерение эффективности интернет-маркетинга. 5. Анализ рекламной компании по стоимости клиентов и конверсии 1.	8	ПК 3.1 – 3.6, ОК 01-05, ОК 07
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	6	

	Практическое занятие 35-36. Анализ результатов маркетинговой активности.	1	ПК 3.1 – 3.7, ОК 01-05, ОК 07
	Практическое занятие 37. Анализ производных данных о пользователе.	1	
	Практическое занятие 38. Расчет стоимости рекламной кампании.	2	
	Практическое занятие 39. Анализ принципов медиапланирования в интернете	2	
Дифференцированный зачет		2	
Раздел 2. Технология выставочной деятельности		170/108	
МДК 03.02 Технология выставочной деятельности		140/108/24	
Тема 2.1. Характеристика выставочно-ярмарочной деятельности	Содержание	20/16	
	1. Общие понятия. Исторические аспекты и современные тенденции развития выставочного движения. 2. Перспективы развития выставочно-ярмарочной деятельности. 3. Классификация выставочно-ярмарочных мероприятия, выставок и ярмарок по отраслям экономики и их специализация.	4	
	В том числе практических занятий	16	
	Практическое занятие 1–2: Исследование тенденций развития отраслей экономики, имеющие отношение к организуемой торгово-промышленной выставке, и ключевых игроков этих отраслей	16	
Тема 2.2. Выставочно-ярмарочные мероприятия в системе маркетинговых коммуникаций	Содержание	14/0	
	1. Выставка, ярмарка: понятие, сущность, функции 2. Выставочно-ярмарочное мероприятие в системе маркетинга предприятия 3. Маркетинговые коммуникации: определение, элементы, функции	4	
	Самостоятельная работа	10	
Промежуточная аттестация: ДФК		4	

Тема 2.3. Рынок выставочно-ярмарочных услуг	Содержание	14/8	
	1. Особенности организации и значение выставочно-ярмарочной деятельности в странах и регионах мира. Современный международный рынок выставочных услуг. Координация и регулирование рынка выставочных услуг 2. Международная выставочно-ярмарочная деятельность в системе управления внешнеэкономической деятельностью предприятия 3. Методика оценки эффективности международной выставочной деятельности	6	
	В том числе практических занятий	8	
	Практическое занятие 3–4: Исследование и характеристика основных выставочных комплексов международного уровня	8	
Тема 2.4. Нормативно-правовая база выставочно-ярмарочной деятельности	Содержание	22/14	ПК 3.1 – 3.7, ОК 01-05, ОК 07
	1. Нормативные правовые акты, регулирующие организацию выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок (в стране проведения выставки), в том числе в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения 2. Требования охраны труда при работе на выставочной площадке	6	
	В том числе практических занятий	14	
	Практическое занятие 5–7: Подготовка информационных материалов о технических и экологических характеристиках используемого на выставке оборудования для проверки контролирующими органами	6	
	Практическое занятие 8–10: Разработка материалов для инструктирования дополнительного персонала, работающего на торгово-промышленной выставке и информирования участников торгово-промышленных выставок о требованиях нормативных правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения при организации и участии в конкретной торгово-промышленной выставке	8	
	Самостоятельная работа	2	
Промежуточная аттестация: ДФК		2	
Содержание		14/10	

Тема 2.5. Управление выставочной деятельностью использованием информационных технологий	1. Использование искусственного интеллекта в управлении выставочной деятельностью. IT-технологии в решении маркетинговых задач. 2. Методика выбора выставки, финансируемой из средств федерального бюджета (ВВФФБ) 3. Интернет-сопровождение выставок. Виртуальные выставки и управление сайтом выставочного проекта 4. Использование социальных сетей для продвижения 5. Применение IT-технологий при регистрации посетителей и посетителей-специалистов Информационное сопровождение и координация выставочно-ярмарочной деятельности. 6. Виртуальные туры по выставкам в формате 3D.	4	ПК 3.1 – 3.7, ОК 01-05, ОК 07
	В том числе практических занятий	10	
	Практическое занятие 11–12: Работа с деловыми электронными и интернет-справочниками и поиск источников информации о потенциальных участниках торгово-промышленных выставок.	2	
	Практическое занятие 13–14: Исследование факторов и событий внешней среды и их значение для проекта торгово-промышленной выставки	2	
	Практическое занятие 15–17: Составление классификации потенциальных участников торгово-промышленной выставки по возможной заинтересованности в участии в торгово-промышленной выставке.	2	
	Практическое занятие 18: Изучение технологии «холодных звонков» для расширения базы потенциальных клиентов.	2	
	Практическое занятие 19–20: Разработка алгоритма установления контактов с применением технологии «холодных звонков» для определения контактных лиц конкретной организации - потенциального участника торгово-промышленной выставки.	1	
	Практическое занятие 21–23: Сравнение интернет-ресурсов действующих выставок	1	
Тема 2.6. Технологии подготовки и проведения выставки	Содержание	14/10	
	1. Технология подготовки выставки: создание оргкомитета, рабочих групп и дирекции выставки, организация приемки выставки	4	

	2. Организация работы выставки и ее закрытие: церемония открытия, организация потоков посетителей, проведение деловых встреч и переговоров, изучение мнений участников о выставке	
	В том числе практических занятий	10
	Практическое занятие 24–26: Разработка плана проведения торгово-промышленной выставки и контроля над ходом его выполнения	2
	Практическое занятие 27–28: Подготовка документационное обеспечение выставочной деятельности	2
	Практическое занятие 29–32: Составление финансового плана и бюджета выставки	2
	Практическое занятие 33–35: Разработка форм заявок, условий участия и договоров для оформления с конкретным участником в зависимости от набора заказанных им выставочных услуг и формы участия в торгово-промышленной выставке	2
	Практическое занятие 36–38: Подготовка и проведение переговоров по финансовым вопросам по обеспечению своевременной оплаты с помощью современных средств связи (видеоконференции, вебинары)	1
	Практическое занятие 39–41: Создание информационных материалов методического характера	1
Тема 2.7. Технологии организации участия предприятия в выставках и ярмарках	Содержание	10/6
	1. Технологии подготовки к участию в выставке: основные направления работ по организации участия в выставке, выбор выставки и подготовка принятия решения об участии	4
	2. Организация работ на выставке. Планирование действий персонала на выставке	
	3. Организация работ в после выставочный период. Анализ и оценка результатов участия в выставке	
	В том числе практических занятий	6
	Практическое занятие 42–43: Систематизация и анализ первичной информации о реализации проекта торгово-промышленной выставки с использованием программных продуктов	2
	Практическое занятие 44–45: Подбор необходимого дополнительного персонала для работы на площадке во время проведения торгово-промышленной выставки	2

	Практическое занятие 46–47: Подбор инструкций, определение порядка ознакомления с ними персонала выставки, мероприятия по контролю их выполнения.	2
Промежуточная аттестация: ДФК		2
Тема 2.8. Организация коммуникаций на выставке, оформления выставочных стендов, выставочного оборудования	Содержание	32/32
	В том числе практических занятий	32
	Практическое занятие 48–50: Разработка текстов рекламных и информационных сообщений	4
	Практическое занятие 51–54: Подготовка мультимедиа-презентации с помощью распространенных программных продуктов	4
	Практическое занятие 55–59: Публичное выступление и презентация о тематике и условий проведения коммерческой выставки.	4
	Практическое занятие 60–61: Разработка алгоритма коммуникации с разными типами клиентов.	4
	Практическое занятие 62–63: Определение запросов клиентов	4
	Практическое занятие 64–65: Работа с возражениями	4
	Практическое занятие 66–69: Оценка результатов проведения выставки и эффективности проведенных мероприятий.	4
	Практическое занятие 70–71: Разработка плана организации систематизированного хранения бумажных и электронных документов;	4
Тема 2.9. Анализ развития выставочно-ярмарочной деятельности	Содержание	20/8
	В том числе практических занятий	8
	Практическое занятие 72-74: Анализ выставочно-ярмарочной деятельности в России	4
	Практическое занятие 75–76: Исследование состояния выставочно-ярмарочной деятельности в регионе	4
	Самостоятельная работа	12
Дифференцированный зачет		2
Производственная практика ПМ.03		108
Виды работ		
1. Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта.		
2. Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта.		
3. Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.		
4. Анализ поисковой выдачи.		

5. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи.
6. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
7. Определение стратегии поискового продвижения.
8. Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении.
9. Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.
10. Определение стратегии продвижения в социальных сетях.
11. Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
12. Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
13. Разработка лендинга.
14. Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы.
15. Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании. Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории.
16. Формирование, ведение и актуализация клиентской базы, в том числе с использованием системы электронного документооборота, программных продуктов для анализа данных, управления проектами и принятия решений.
17. Привлечение участников торгово-промышленных выставок. Подготовка маркетинговых материалов о торгово-промышленных выставках. Осуществления переговоров об участии в торгово-промышленной выставке.
18. Подготовки форм заявочной документации. Ведение документооборота торгово-промышленной выставки.
19. Формирование аналитических отчетов о ходе реализации различных этапов организации торгово-промышленной выставки, в том числе с применением программных продуктов.
20. Организация исполнения обустройства выставочных стендов и обеспечение работы залов и площадок для проведения деловых и дополнительных мероприятий торгово-промышленной выставки в соответствии с утвержденными графиками и требованиями.
21. Обеспечение проведения торгово-промышленной выставки в соответствии с заявленной программой и соглашениями с соблюдением требований нормативных правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения.
22. Консультирование участников торгово-промышленной выставки по вопросам оптимальной организации их участия.

23. Осуществление контроля исполнения клиентами обязательств по оплате участия в торгово-промышленной выставок.		
24. Обеспечение соответствия торгово-промышленной выставки требованиям нормативных правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения.		
Промежуточная аттестация в форме Экзамена по модулю	14	
Всего	420	

2.4 Отчет по практике

2.4.1 Методические указания по прохождению практики

Студент должен изучить программу практики, литературу и нормативно-правовые документы, касающиеся основных аспектов деятельности организации – базового предприятия практики.

Для решения конкретных вопросов, возникающих в процессе прохождения практики, студент должен активно пользоваться производственной (по профилю специальности) практикой, монографической и периодической литературой, действующим законодательством и другими нормативными документами.

Рекомендуется студенту-практиканту совместно с преподавателем-руководителем практики разработать на основе программы конкретный календарный план прохождения практики.

В дневник практики необходимо ежедневно записывать краткие сведения о проделанной работе.

Отчет о практике должен быть изложен на 8-10 страницах.

В нем освещаются следующие вопросы:

- место и время прохождения практики;
- Общая характеристика организации;
- результаты проделанной работы.

Отчет оформляется аккуратно. Не должно быть допущено наличия грамматических и орфографических ошибок. Приложения оформляются в формате А4 (если имеются)

К отчету прилагается:

5. Дневник прохождения практики
6. Письменный отзыв руководителя практики о проведенной студентом работе с оценкой по пятибалльной шкале

Отчет должен быть заверен подписью должностного лица и печатью предприятия.

Студент, не выполнивший программу, получивший отрицательный отзыв или неудовлетворительную оценку при защите отчета, направляется вторично на практику.

Работа должна быть подшита в папку в следующей последовательности:

- отчет (титульный лист, содержание, основная часть, заключение);
- дневник
- отзыв руководителя практики от предприятия о прохождении практики

2.4.2 Тематическое планирование практики

Коды компетенций	Виды выполняемых работ	Количество часов
<p>ПП.01</p> <p>ПК 3.1 – 3.6, ПК 3.1 – 3.7, ОК 01-05, ОК 07</p>	<p>Производственная практика ПМ.03</p> <p>Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта. 2. Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта. 3. Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта. 4. Анализ поисковой выдачи. 5. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи. 6. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» 7. Определение стратегии поискового продвижения. 8. Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении. 9. Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем. 10. Определение стратегии продвижения в социальных сетях. 11. Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». 12. Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». 13. Разработка лендинга. 14. Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы. 15. Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании. Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории. 16. Формирование, ведение и актуализация клиентской базы, в том числе с использованием системы электронного документооборота, программных продуктов для анализа данных, управления проектами и принятия решений. 17. Привлечение участников торгово-промышленных выставок. Подготовка маркетинговых материалов о торгово-промышленных выставках. Осуществления переговоров об участии в 	<p>108</p>

	<p>торгово-промышленной выставке.</p> <ol style="list-style-type: none">18. Подготовки форм заявочной документации. Ведение документооборота торгово-промышленной выставки.19. Формирование аналитических отчетов о ходе реализации различных этапов организации торгово-промышленной выставки, в том числе с применением программных продуктов.20. Организация исполнения обустройства выставочных стендов и обеспечение работы залов и площадок для проведения деловых и дополнительных мероприятий торгово-промышленной выставки в соответствии с утвержденными графиками и требованиями.21. Обеспечение проведения торгово-промышленной выставки в соответствии с заявленной программой и соглашениями с соблюдением требований нормативных правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения.22. Консультирование участников торгово-промышленной выставки по вопросам оптимальной организации их участия.23. Осуществление контроля исполнения клиентами обязательств по оплате участия в торгово-промышленной выставок.24. Обеспечение соответствия торгово-промышленной выставки требованиям нормативных правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения.	
--	---	--

2.4.3 Бланки для прохождения практики



Автономная некоммерческая образовательная организация
профессионального образования
«Алтайский бизнес-колледж»
(АНОО ПО «АБК»)

ОТЧЁТ О ПРОХОЖДЕНИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ) ПРАКТИКИ ПП.03

ПП.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА, ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

На материалах _____
(полное наименование объекта практики)

Студент: _____
(Ф.И.О. полностью, курс, номер группы)

(подпись студента)

Руководитель практики
от организации, должность _____ / _____
(место подписи)

Руководитель практики
от колледжа _____ / _____
(место подписи)

Оценка _____

Барнаул, 20__ г.



Автономная некоммерческая образовательная организация
профессионального образования
«Алтайский бизнес-колледж»
(АНОО ПО «АБК»)

ДНЕВНИК
производственной (по профилю специальности) практики

Студента _____
(ФИО)

Группы № _____.

Место прохождения практики

(Полное наименование организации, ее юридический адрес)

Дата начала практики «__» _____ 20__ г.

Дата окончания практики «__» _____ 20__ г.

Руководитель практики от организации:

(должность)

(подпись)

/ _____
(ФИО)

Руководитель практики от колледжа:

(подпись)

/ _____
(ФИО)

Барнаул, 20__

ОТЗЫВ-ХАРАКТЕРИСТИКА
руководителя практики от организации о работе обучающегося
и уровне сформированности компетенций

Обучающийся (щаяся) ___ курса Алтайского бизнес-колледжа

_____ (Ф.И.О.)

с «___» _____ 20__ г. по «___» _____ 20__ г прошел (ла) производственную
(по профилю специальности) практику в

(наименование организации)

В период практики выполнял (ла) обязанности _____

За время прохождения производственной (по профилю специальности) практики
_____ показал(ла) _____ уровень
теоретической подготовки, умение применить и использовать знания, полученные в
колледже, для решения поставленных перед ним (ней) практических задач.

Программа практики выполнена полностью (частично).

В целом работа практиканта _____
заслуживает оценки _____.

Руководитель практики от организации

Должность М.П.

подпись

И.О. Фамилия

«___» _____ 20__ г.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1 Для реализации программы профессионального модуля предусмотрены следующие специальные помещения:

Лаборатория «Предпринимательства и интернет – маркетинга», оснащенная в соответствии с п. 6.1.2.3 примерной образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2.5 примерной образовательной программы по специальности.

Кабинет «Междисциплинарных курсов и модулей», оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности.

Лаборатория «Автоматизации и цифровизации торговой деятельности», оснащенная в соответствии с п. 6.1.2. примерной образовательной программы по специальности.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

3.2.1. Основные печатные и электронные издания

1. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491722>

2. PR в сфере коммерции: учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. И. М. Синяевой. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. — 298 с. — (Среднее профессиональное образование). — ISBN 978-5-9558-0614-3. — Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1018359> (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

3. Кольшкіна, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж: учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Кольшкіна, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494946>

4. Комарова, Л. К. Основы выставочной деятельности: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. К. Комарова; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 194 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07508-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493851>

5. Фомичев, В. И. Выставочное дело: учебное пособие для среднего профессионального образования / В. И. Фомичев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва:

Издательство Юрайт, 2022. — 134 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08096-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493631>

3.2.2. *Дополнительные источники*

1. Ашманов, И. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах / И. Ашманов. СПб.: Питер, 2021.
2. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе / Л. П. Гаврилов. – М. : Юрайт, 2021.
3. Гаврилов, Л. П. Основы электронной коммерции и бизнеса / Л. П. Гаврилов. – М. : Юрайт, 2021.
4. ГОСТ Р 56765–2015 Национальный Стандарт Российской Федерации «Деятельность выставочно-ярмарочная. Основные положения»
5. Концепция развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации (одобрена распоряжением Правительства Российской Федерации от 10.07.2014 г. N 1273-р)
6. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ
7. Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" от 27.07.2006 N 149-ФЗ
8. Приказ Минпромторга России, Минобрнауки России от 02.12.2008 г. N 374/369 "О Межведомственной комиссии по вопросам выставочно-ярмарочной деятельности"
9. Конвенция о международных выставках (г. Париж, 22 ноября 1928 г.)
10. Соглашение о развитии выставочно-ярмарочной деятельности в Содружестве Независимых Государств от 26 мая 1995 г.
11. Соглашение о взаимодействии в области рекламно-выставочной деятельности в сфере военно-экономического сотрудничества между государствами - членами Организации Договора о коллективной безопасности (г. Душанбе, 6 октября 2007 г.)
12. Таможенная конвенция о карнете А.Т.А. (Admission Temporaire - Temporary Admission) для временного ввоза товаров (г. Брюссель, 6 декабря 1961 г.)
13. Конвенция о временном ввозе (г. Стамбул, 26 июня 1990 г.)
14. <http://www.consultant.ru> - Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
15. <http://www.garant.ru> - Справочно-правовая система «Гарант»;

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 3.1	– Демонстрирует умения формирования, ведения клиентской базы, в том числе с использованием специализированных программных продуктов для анализа данных	Устный/письменный опрос. Тестирование. Проверка правильности выполнения расчетных показателей.
ПК 3.2	– Подбирает презентационные материалы для проведения выставки и обосновывает их выбор	Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.
ПК 3.3	– Определяет набор заявочных документов для конкретных участников с учетом набора заказанных им выставочных услуг и формы участия в торгово-промышленной выставке; – Организует систематизированное хранение бумажных и электронных документов; – Осуществляет почтовый и электронный документооборот;	Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий. Экспертная оценка контрольных / проверочных работ.
ПК 3.4	– Разрабатывает уникальные торговые предложения; – Разрабатывает рекламные модули; – Создает стратегии продвижения; – Сегментирует целевую аудиторию для разных задач и продуктов; – Обосновывает выбор целевой аудитории; – Создает тексты и рекламные слоганы	Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.
ПК 3.5	– Составляет схему месячного планирования выставки, – Проводит подготовку презентации торгово-промышленной выставки для потенциальных участников с целью их привлечения к участию; – Формирует пакет информации о торгово-промышленной выставке в соответствии с интересами и запросами потенциальных участников;	

	<ul style="list-style-type: none"> – Оформляет заявочную документацию для регистрации организации в качестве участника торгово-промышленной выставки; – Составляет план выставочного бюджета и мероприятия контроля над его реализацией с учетом требований нормативно-правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности и экологии. 	<p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p>
ПК 3.6	<ul style="list-style-type: none"> – Рассчитывает общую сумму неустойки к оплате за несоблюдение условий договора по организации ярмарочно-выставочных мероприятий 	<p>Экспертная оценка создания и представления презентаций.</p>
ПК 3.7	<ul style="list-style-type: none"> – Рассчитывает сумму платежей экспонента за предоставление услуг, указанных в соответствующих пунктах договора 	<p>Экспертная оценка создания и представления презентаций.</p>
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> – Распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; – Выделяет составные части и определяет этапы решения задачи; – Выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы; – Составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; – Демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; – Реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) 	<p>Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.</p> <p>Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.</p>
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> – Определяет задачи для поиска информации, необходимые источники и планирует процесс поиска; – Структурирует получаемую информацию, выделяет наиболее значимое в перечне информации и оценивает практическую значимость результатов поиска; – Оформляет результаты поиска, применяя средства информационных технологий для решения профессиональных задач; используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач. 	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание</p>
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> – Демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды; 	<p>Экспертная оценка взаимодействия, принимая во внимание</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – В ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ 	<p>особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.</p> <p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – на практических занятиях; – при выполнении работ на различных этапах учебной практики; – при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества.
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> – Грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствии с установленными правилами, – Демонстрирует толерантность в рабочем коллективе 	
ОК 08	<ul style="list-style-type: none"> – Использует физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей; – Применяет рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности; – Пользуется средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной профессии (специальности) 	
ОК 09	<ul style="list-style-type: none"> – Понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на базовые профессиональные темы; – Участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; – Строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; – Кратко обосновывает и объясняет свои действия; – Пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы 	
Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	
ПК 3.1	<ul style="list-style-type: none"> – выявляет технические ошибки в работе веб-сайта; – документирует выявленные ошибки в работе веб-сайта; – формулирует предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити); – выявляет технические преимущества веб-сайтов конкурентов; – выявляет особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в 	

	<p>выдаче поисковой машины;</p> <ul style="list-style-type: none"> – использует инструменты для проведения технического аудита 	
ПК 3.2	<ul style="list-style-type: none"> – определяет факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче; – составляет список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи; – актуализирует информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; – анализирует собранную информацию и принимает решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины; – составляет список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; – анализирует релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта; – анализирует список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию 	
ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> – определяет маркетинговые стратегии; – составляет SMM-стратегии; – составляет контент-планы; – создает стратегии продвижения; – проводит сегментацию целевой аудитории для разных задач и продуктов 	
ПК 3.4	<ul style="list-style-type: none"> – разрабатывает уникальные торговые предложения; – разрабатывает рекламные модули; – создает стратегии продвижения; – сегментирует целевую аудиторию для разных задач и продуктов; – обосновывает выбор целевой аудитории; – создает тексты и рекламные слоганы 	
ПК 3.5	<ul style="list-style-type: none"> – создает тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций; – различает виды текстов; – рассчитывает бюджет на создание лендинга; – составляет техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций; – определяет СТА для лендингов; – работает с бесплатными сервисами создания лендингов; – создает уникальное торговое предложение 	

	<p>для определенных задач;</p> <ul style="list-style-type: none"> – работает с сервисами рассылок. 	
ПК 3.6	<ul style="list-style-type: none"> – составляет информационно-аналитические справки; – оформляет отчетные документы. 	
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> – распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; – выделяет составные части и определяет этапы решения задачи; – выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы; – составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; – демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; – реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) 	
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> – определяет задачи для поиска информации, необходимые источники и планирует процесс поиска; – структурирует получаемую информацию, выделяет наиболее значимое в перечне информации и оценивает практическую значимость результатов поиска; – оформляет результаты поиска, применяя средства информационных технологий для решения профессиональных задач; используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач. 	
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> – демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды; – в ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ 	
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> – грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствии с установленными правилами, – демонстрирует толерантность в рабочем коллективе 	

ОК 08	<ul style="list-style-type: none"> – применяет рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности; – пользуется средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной профессии (специальности) 	
ОК 09	<ul style="list-style-type: none"> – понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на базовые профессиональные темы; – участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; – строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; – кратко обосновывает и объясняет свои действия; – пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы. 	