

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ
краевое государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
«Красноярский технологический техникум пищевой промышленности»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.01 Организация и осуществление торговой деятельности

для специальности
38.02.08 Торговое дело

Форма обучения: очная

Красноярск 2024

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
МОДУЛЯ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

«ПМ.01 Организация и осуществление торговой деятельности»

1.1. 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

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

1.1.2. 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
---------	--

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	поиска и систематизации открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции;
	проведения анализа и оценки объема спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках;
	обработки, формирования и хранения данных, информации, документов, в том числе полученных от поставщиков (подрядчиков, исполнителей);
	составления перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации;
	подготовки рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка;
	проведения анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков, мониторинга внутренних и внешних рынков;
	подготовки аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках;
	оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;
	мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок;
	установления контактов с деловыми партнерами, заключения договоров, предъявления претензий;
	составления деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров, проведения безналичных расчетов;
	формирования начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта;
	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;
	осуществления подготовки протоколов заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок;
	публичного размещения полученных результатов; осуществления проверки необходимой документации для заключения контрактов и процедуры подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями);
	публичного размещения отчетов, информации о неисполнении контракта, о санкциях, об изменении или о расторжении контракта, за исключением сведений, составляющих государственную тайну;
	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;
направления запросов, приглашений и информации потенциальным участникам внешнеторгового контракта;	
проведения предварительного анализа поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках;	
составления списка отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий);	
документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта;	

	подготовки сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внешних рынках;
	формирования списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта;
	обработки, формирования, хранения информации и данных об участниках внешнеторгового контракта;
	формирования проекта внешнеторгового контракта;
	осуществления проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта;
	подготовки процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом;
	подготовки документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта;
	сбора информации, документов по вопросам исполнения обязательств по внешнеторговому контракту;
	разработки плана-графика контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту;
	мониторинга отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту;
	документального оформления отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту и организация претензионной работы;
	подготовки предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств по внешнеторговому контракту;
	выполнения торгово-технологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых помощников, чат-ботов для обработки запросов покупателей с максимальной скоростью;
	организации торговли, в том числе с использованием камер и алгоритмов распознавания лиц для осуществления расчетов с покупателями без применения контрольно-кассовой техники;
	приемки товаров по количеству и качеству;
	соблюдения правил охраны труда.
Уметь	пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внешних и внутренних рынках;
	проводить исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров;
	обобщать и систематизировать коммерческую информацию, формировать 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;
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;
осуществлять организацию оплаты/возврата денежных средств, организовывать уплату денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях;
обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов;
осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота;
осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ;
осуществлять процесс управления доставкой товаров покупателю используя возможности интернет-вещей;

	<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>

	методы разработки рекламной информации для внешних рынков и инструменты продвижения товаров и услуг на внешних рынках;
	основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций;
	документооборот внешнеторговых сделок;
	условия внешнеторгового контракта;
	нормы этики и делового общения с иностранными партнерами;
	правила оформления документации по внешнеторговому контракту;
	порядок документооборота в организации;
	основы риск-менеджмента во внешнеэкономической деятельности;
	виды торговых структур;
	формы и виды торговли, составные элементы торговой деятельности;
	материально-техническую базу торговли;
	инфраструктуру потребительского рынка;
	средства, методы, инновации в отрасли;
	организацию торгово-технологических процессов в офлайн и онлайн торговле;
	требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота;
	основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты внутренней и внешней торговли;
	требования законодательства Российской Федерации, нормативные правовые акты, регулирующие торговую деятельность;
	правила торговли;
	количественные и качественные показатели оценки эффективности торговой деятельности.

1.3 Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов - 513

в том числе в форме практической подготовки -124

Из них на освоение МДК- 297

МДК01.01 всего часов -126

Из них на практические работы 60 часов

МДК01.02 -101 час

Из них на практическую работу 30

На курсовую – 20

МДК01.03 всего-70 часов

Из них на практическую работу -34

практики,

в том числе **учебная** – 72 часа

производственная – 144 часов

2. Структура и содержание профессионального модуля

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Обучение по МДК					Практики	
				Всего	В том числе				Учебная	Производственная
Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация							
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
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	МДК01.01. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках	126	60	126	60					
ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.6, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09	МДК01.02. Организация и осуществление продаж	101	30	101	30	20				
ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09	Раздел 3. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	70	34	70	34					
	Учебная практика, часов	72	72						72	
	Производственная практика	144								144
	Промежуточная аттестация									
	Всего:	513							72	144

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

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	Код ПК, ОК	
МДК. 01.01. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынке				
Тема 1.1. Информационное обеспечение торгово-сбытовой деятельности	Содержание	8	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	
	1. Понятие, значение, классификация, источники и комплексный подход к формированию информации.	8		
	2. Информация о покупателях, мотивах покупок, требованиях к товару. Требования внешних и внутренних рынков к товарной продукции.			
	3. Информация о спросе, товарном предложении и рыночной конъюнктуре: основные понятия, информация о соотношении спроса и предложения, о тенденциях развития конъюнктуры рынка, использование в практической деятельности. Источники информации. Методы изучения и прогнозирования спроса.	8		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ			
	Практическое занятие 1–3 Изучение потенциальных возможностей торговой организации и ее конкурентного положения на рынке, формирование базы данных поставщиков на основе полученной информации.	6		ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6
	Практическое занятие 4-6. Систематизация и анализ внешней конкурентной среды для выявления аналогичных или взаимозаменяемых товаров, сбор и обобщение полученной информации.	6		ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6
Тема 1.2. Установление хозяйственных связей с поставщиками и потребителями товаров и услуг	Содержание			
	1. Организация хозяйственных связей в торговле: понятие, функции, классификация. Изучение и поиск коммерческих партнеров: критерии поиска поставщиков, методы отбора поставщиков.	8	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	
	2. Требования к структуре и содержанию договора поставки, спецификации, протоколу разногласий. Документальное подтверждение исполнения договоров. Организация претензионной работы.	8		
	В том числе практических занятий и лабораторных работ			
	Практическое занятие 7-9 Изучение и анализ предложений поставщиков - производителей и поставщиков - посредников с учетом их географического положения.	6	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6	
	Практическое занятие 10-12. Заполнение конкурентного листа и выставление приоритетов по поставщикам для заключения внешнеторгового контракта.	6	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6	
	Практическое занятие 13-15. Расчет и оформление заказов на поставку товаров.	6	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6	
Тема 1.3.	Содержание			

Заключение внешнеэкономического контракта и его документальное сопровождение	1. Условия внешнеэкономического контракта. Базисные условия поставки Incoterms-2010. Документооборот внешнеэкономических сделок: товаросопроводительные документы, товарораспорядительные документы, счет-фактура.	8	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
	2. Методы разработки рекламной информации для внешних рынков, инструментов продвижения товаров и услуг отечественных производителей на внешних рынках.	8	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		
	Практическое занятие 16-18 Проверка документации для заключения внешнеэкономического контракта. Контроль правильности оформления предоставленного внешнеэкономического контракта.	6	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6
	Практическое занятие 19-22 Документооборот внешнеэкономических сделок: товаросопроводительные документы, товарораспорядительные документы, счет-фактура.	6	
Тема 1.4. Осуществление контроля исполнения обязательств по внешнеэкономическому контракту	Содержание		
	1. Риски в коммерческой деятельности: понятие, классификация рисков, причины возникновения, последствия. Системы управления коммерческими рисками при ведении торговой деятельности.	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
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		
	Практическое занятие 22-24. Определение алгоритма действий покупателя при нарушении поставщиком сроков поставки в модельной ситуации.	6	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6
	Практическое занятие 25-27. Составление и оформление отчетности о ходе исполнения контракта.	6	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6
	Практическая работа 28-30. Системы управления коммерческими рисками при ведении торговой деятельности.	6	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6
МДК 01.02. Организация и осуществление продаж			
Тема 2.1. Организация и управление торгово-технологическими процессами в оптовой торговле	Содержание		
	1. Понятие оптовой торговли, функции и особенности. Основные понятия: технология торговли, технологические операции. Виды оптовых торговых предприятий и их функции. Услуги оптовой торговли: основные и дополнительные, удовлетворяемые их потребности.	12	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.6, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	2. Технология складского товародвижения в торговле.	4	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ		
	Практическое занятие 1-3 Определение технико-экономических показателей работы склада.	6	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.6
	Практическое занятие 4-6 Документальное оформление приемки товаров по количеству.	6	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.6

Тема 2.2. Организация и управление торгово-технологическими процессами в розничной торговле	Содержание		
	1. Розничная торговля: понятие, назначение, цели, задачи, виды. Классификация розничных торговых сетей. Специализация и типизация магазинов. Размещение розничных торговых предприятий: принципы, правила, виды, факторы, влияющие на размещение магазинов в городах.	24	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.6, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	2. Торгово-технологический процесс на предприятиях розничной торговли: понятие, назначение, структура, содержание, их специфика в магазинах разных типов.		
	В том числе практических и лабораторных занятий		
Практическое занятие 7-9 Ознакомление с ГОСТ Р. 51304–2009. Услуги торговли. Общие требования и ГОСТ. Р. 51304–2009. Услуги торговли. Общие требования и составление перечня возможных дополнительных услуг в зависимости от типа магазина.	6	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.6	
Тема 2.3. Организация и управление торгово-технологическими процессами в электронной торговле	Содержание		
	1. Особенности организации и управления торгово-технологическими процессами в электронной коммерции.	12	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.6, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	В том числе практических и лабораторных занятий		
	Практическое занятие 10-12 Поиск, заказ и управление доставкой товаров покупателю с применением цифровых платформ и технологии интернет вещей.	6	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.6
Практическое занятие 13-15 Организация работы торговых площадок на основе технологии интернет-вещей.	6	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.6	
Курсовой проект (работа)	Тематика курсовых проектов (работ): Исследование и систематизация открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции. Оценка объема спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках. Анализ требований внешнего рынка к товарной продукции организации и разработка рекомендаций ее омологации. Исследование конъюнктуры и емкости товарных рынков. Определение конкурентных преимуществ продукции организации на внешних рынках. Оценка исполнения обязательств по внешнеторговому контракту. Содержание и характер международных торговых сделок (на конкретные виды и группы товаров по выбору). Процедура подготовки и проведения экспортной (импортной) сделки (товар и покупатель по выбору студента).		

	<p>Страхование грузов при исполнении контрактов купли-продажи. Инкотермс. Сфера действия, особенности и сравнительная характеристика базисных условий поставки. Анализ содержания отдельных контрактов. Международная электронная торговля. Проблемы и тенденции ведения электронной торговли в глобальной информационной сети «Интернет». Коммерческая деятельность розничной торговой организации и ее эффективность. Коммерческая деятельность по изучению и прогнозированию спроса. Организация выбора поставщиков в торговой организации. Организация хозяйственных связей по поставкам товаров в предприятиях торговли. Коммерческая деятельность по выбору поставщиков и заключению договоров на поставку товаров. Организация торгово-технологического процесса в розничных торговых предприятиях. Разработка рекламной информации и инструментов продвижения товаров и услуг на внешний рынок. Совершенствование организации приемки товаров. Развитие дополнительных услуг в коммерческой организации. Систематизация информации о закупочной деятельности государственного заказчика. Оценка предложенных котировочных заявок участников размещения государственных закупок. Организация контроля над размещением государственных закупок.</p>		
	<p>Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту (работе) Выбор темы курсовой работы, формулировка актуальности исследования, определение цели, постановка задач. Подбор источников и литературы, проверка актуальности предлагаемой в них информации, составление библиографического списка и плана курсовой работы плана. Теоретический анализ источников и литературы, определение понятийного аппарата. Систематизация собранного фактического и цифрового материала путем сведения его в таблицы, диаграммы, графики и схемы. Написание введения курсовой работы. Формулировка актуальности, цели, задач, объекта, предмета, методов предстоящего исследования Обобщение теоретических аспектов по проблеме исследования в главе первой курсовой работы.</p>	20	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.6, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09

	<p>Оформление результатов практических исследований в главе второй курсовой работы.</p> <p>Подбор и оформление приложений по теме курсовой работы.</p> <p>Составление заключения курсовой работы, содержащее формулировку выводов и предложений по результатам теоретического и практического материала.</p> <p>Требования к содержанию презентации курсовой работы и составление презентации курсовой работы.</p> <p>Защита курсовой работы (возможно проведение открытых форм защиты курсовой работы).</p>		
МДК. 01.03. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд			
Тема 3.1.	Содержание		
Федеральная контрактная система Российской Федерации: концепция, понятия и термины, цели и принципы, сфера применения	1. Законодательство о контрактной системе. Состав субъектов закупок и их функции. Полномочия органов исполнительной власти и органов местного самоуправления в ФКС. Требования к участникам закупки.	4	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	2. Контрактная служба. Комиссия по осуществлению закупок. Специализированная организация. Эксперты. Экспертные организации.	4	
Тема 3.2.	Содержание		
Прогнозирование и планирование закупок для государственных и муниципальных нужд	1. Планирование и нормирование в сфере закупок. Формирование планов-графиков закупок для государственных и муниципальных нужд.	6	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	В том числе практических занятий		
	Практическое занятие 1 -2. Составление планов-графиков закупок для государственных и муниципальных нужд.	4	
Тема 3.3.	Содержание		
Процедуры осуществления закупок	1. Определение объекта закупки. Правила описания объекта закупки. Обеспечение заявок при проведении конкурсов и аукционов.	2	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	2. Определение поставщика (подрядчика, исполнителя) путем проведения запроса предложений в электронной форме. Осуществление закупки у единственного поставщика (подрядчика, исполнителя).	4	
	В том числе практических занятий		
	Практическое занятие 3-4. Подготовка технического задания на закупку.	4	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3
	Практическое занятие 5-7. Определение поставщиков (подрядчиков, исполнителей) путем проведения открытого конкурса в электронной форме, электронного аукциона, проведения запроса котировок.	6	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3

	Практическое занятие 8-9. Определение процедуры закупок (открытый конкурс или аукцион) в зависимости от стоимости закупки и источников средств (собственные, заемные).	4	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3
	Практическое занятие 10-11. Расчёт максимального размера обеспечения заявки для аукциона при разных условиях.	4	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3
Тема 3.4. Государственный и муниципальный контракт	Содержание		
	1. Подготовка и заключение государственного и муниципального контракта. Общие требования и существенные условия контракта.	6	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	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		
	Практическое занятие 12-13. Размещение информации о заключении, изменении, расторжении и исполнении контракта в сети Интернет. Реестр контрактов, заключенных заказчиком.	4	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3
	Практическое занятие 14-15. Определение минимальной стоимости одного из контрактов, предоставляемых участником закупки для подтверждения добросовестности.	4	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3
Тема 3.5. Контроль, аудит и ответственность в сфере закупок.	Содержание		
	1. Аудит и контроль в сфере закупок. Способы осуществления контроля. Контрольные органы и их полномочия. Реестр недобросовестных поставщиков.	2	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	2. Ответственность за нарушение законодательства о закупках для государственных и муниципальных нужд.	2	
	В том числе практических занятий		
	Практическое занятие 16 Обжалование действий (бездействий) заказчика, уполномоченного органа, специализированной организации, комиссии по осуществлению закупок, должностного лица контрактной службы заказчика.	2	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3
Тема 3.6. Организация закупок в коммерческих организациях	Содержание		
	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 1.3, 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.	2	
	В том числе практических занятий		

	Практическое занятие 17. Определение ответственности за нарушение условий поставки по ФЗ-44.	2	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3
	<p>Учебная практика Виды работ</p> <p>Составление перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации.</p> <p>Подготовка рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка.</p> <p>Составление коммерческого запроса, оферты, сопроводительного письма.</p> <p>Подготовка сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внутреннем и внешнем рынках.</p> <p>Формирование списка потенциальных партнеров для заключения договоров на поставку и/или заключения внешнеторгового контракта.</p> <p>Формирование проекта договора поставки и/или внешнеторгового контракта.</p> <p>Документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту;</p> <p>Оформление претензий при нарушении договорных обязательств;</p> <p>Подготовка алгоритма по организации претензионной работы.</p> <p>Оформление продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС.</p> <p>Формирование начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта.</p>	72	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	<p>Производственная практика (если предусмотрена итоговая (концентрированная) практика)</p> <p>Виды работ</p> <p>Проведение анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков и подготовка аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках.</p> <p>Осуществление проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта.</p> <p>Подготовка процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом.</p> <p>Изучение инструкций по охране труда.</p> <p>Проведение анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков и подготовка аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках.</p> <p>Осуществление проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта.</p> <p>Подготовка процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом.</p> <p>Приемка товаров по количеству и качеству.</p> <p>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>	144	ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	Промежуточная аттестация		
	Всего	513	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Для реализации программы профессионального модуля должны быть 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. 6.1.2.4 примерной образовательной программы по специальности.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

3.2.1. Основные печатные и электронные издания

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.

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>

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.

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.

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>

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>

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>

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.

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.

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. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1832388> (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

3.2.2. Дополнительные источники

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. Безлапов.- Москва: РУСАЙИС, 2022-586 с.

Волгина Н.А. Международная торговля: учебник/Н.А Волгина.- Москва: КНОРУС, 2022.- 274с- (Бакалавриат)

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

Лазарева Н.В. Актуальные проблемы учета внешнеэкономической деятельности: учебное пособие/ Н. В. Лазарева. – Москва: РУСАЙИС, 2023. -122 с. ISBN978-5-4365-9920-5

Современное торговое дело: учебное пособие/ кол. авторов; под ред. Л.Б. Нюренбергер Н.А Лучиной.- Москва: РУСАЙИС, 2022 – 138с. ISBN 978-5-4365-8388-4

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

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

3.3 КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Реализация подготовки (специалистов среднего звена) по специальности 38.02.08 Торговое дело обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации не реже 1 раза в 3 года.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
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.	осуществляет поиск и систематизацию открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции, в том числе с использованием цифровых технологий; оценивает объем спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках;	Устный/письменный опрос. Тестирование. Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.

	составляет перечень требований внешних рынков к товарной продукции организации; разрабатывает рекомендации по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка; проводит анализ конъюнктуры, емкости товарных рынков; осуществляет подготовку аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках	Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий по установленным критериям. Экспертная оценка контрольных / проверочных работ по установленным критериям. 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 1.2. Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта.	выполняет операции по установлению хозяйственных связей с поставщиками и потребителями в установленной последовательности с соблюдением требований к их содержанию	Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.
ПК 1.3. Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.	определяет начальную цену закупки с учетом требований федерального законодательства и проводит описание объекта закупки; составляет и оформляет закупочную документацию в соответствии с требованиями и осуществляет ее проверку для проведения закупочной процедуры; оформляет протоколы заседаний закупочных комиссий; выполняет проверку комплекта закупочной документации для обеспечения государственных, муниципальных и корпоративных нужд.	Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации, в т.ч. иностранных языках. Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной, производственной практике.
ПК 1.4. Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение.	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;	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. Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: – на практических занятиях; – при выполнении и защите курсовой работы (проекта); – при выполнении работ на различных этапах учебной, производственной практики;

	осуществляет подготовку процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом.	- 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. Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту.	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. Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий	выполняет торгово-технологические операции в соответствии с установленным алгоритмом, в том числе с использованием искусственного интеллекта; 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	
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	распознает, анализирует и выделяет составные части задачи и/или проблемы в профессиональном контексте; определяет этапы решения задачи; эффективно осуществляет поиск необходимой для решения проблемы информации, составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывает составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и	определяет задачи для поиска информации и их необходимые источники и планирует процесс поиска;	

информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.	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.	
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.	определяет актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применяет современную научную профессиональную терминологию; определяет и выстраивает траектории профессионального развития и самообразования.	
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.	эффективно взаимодействует с преподавателями, обучающимися в ходе профессиональной деятельности.	
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.	грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявляя толерантность в рабочем коллективе	
ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	применяет стандарты антикоррупционного поведения	
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	выполняет работы с соблюдением принципов бережливого производства и ресурсосбережения.	
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	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.	
--	--	--

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ
краевое государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
«Красноярский технологический техникум пищевой промышленности»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ 02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли

для специальности
38.02.08 Торговое дело

Форма обучения: очная

Красноярск 2024

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Паспорт рабочей программы профессионального модуля	4
2.	Структура и содержание учебной дисциплины (профессионального модуля)	9
3.	Условия реализации учебной дисциплины (профессионального модуля)	24
4.	Контроль и оценка результатов освоения учебной дисциплины (профессионального модуля)	26

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

1.1. Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы

Профессиональный модуль ПМ 02 «Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли» является обязательной частью программы подготовки специалиста среднего звена примерной основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 07, ОК 09.

1.2. Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения учебной дисциплины:

Целью овладения профессионального модуля является усвоение теоретических знаний в области организации и осуществления предпринимательской деятельности в сфере торговли, приобретения умений применять эти знания в условиях моделирующих профессиональную деятельность.

Задачи профессионального модуля:

- усвоение основных понятий в области маркетинговых исследований, ценообразования и бизнес-планирования;
- изучение составных элементов в области маркетинговых исследований, ценообразования и бизнес-планирования;
- приобретение умений составлять бизнес-планы;
- овладение умениями и практическим опытом проведения маркетинговых исследований, расчетом и обоснованием ценовых показателей, экономических показателей.

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

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
ВД 2	Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли
ПК 2.1.	Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
ПК 2.2	Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации
ПК 2.3.	Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий

ПК 2.4.	Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках
ПК 2.5.	Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов
ПК 2.6.	Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов
ПК 2.7.	Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности
ПК 2.8.	Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	<ul style="list-style-type: none"> – выявления проблем и формулирования целей исследования; – планирования проведения маркетингового исследования; – определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования; – подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования; – поиска первичной и вторичной маркетинговой информации; – подготовки процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования; – проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга; – разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации; – применения программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации; – применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации; – проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий; – проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий; – установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках; – применения норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; – использования информации специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана; – разработки бизнес-плана и финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов; – расчёта показателей эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов; – определения мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности; – сбора информации о бизнес-проблемах и определении рисков предпринимательской единицы.
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> – 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

	<ul style="list-style-type: none"> 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; – предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации; – собирать информацию о бизнес-проблемах; – анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков.
Знать	<ul style="list-style-type: none"> – составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; – методы изучения рынка, анализа окружающей среды; – порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен; – этапы маркетинговых исследований, их результат; – методы проведения маркетингового исследования; – психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях; – средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики; – порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен; – виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности; – методы оценки конкурентной среды; – нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; – роль и значение бизнес-плана; – основные функции бизнес-плана; – классификацию основных типов бизнес-планов; – методологию и процессы развития бизнес-идеи; – порядок разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью; – принципы и методы управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий; – методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений;

	<ul style="list-style-type: none"> – методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов; – методы, способы и приемы для решения задач по анализу; – типы факторных моделей; – схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа; – методику анализа эффективности использования производственных ресурсов – методические материалы по планированию, учету и анализу деятельности организации; – спектр специализированных программных продуктов; – интерфейс автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации; – инновационные средства и устройства информатизации, программное обеспечение в предпринимательской деятельности и порядок их применения; – риски: понятия и видов; – методы оценки риска, связанных с бизнесом; – 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 407

Из них на освоение МДК

МДК 02.01 -105

в том числе на практическую работу – 46

МДК 02.02 -160

в том числе на практическую работу – 30

МДК 02.03 -98

в том числе на практическую работу – 38

на курсовую работу - 30

в том числе самостоятельная работа – 21 час

Практики,

в том числе учебная - 72 ч.

производственная – 72ч.

Промежуточная аттестация – *дифференцированный зачет и экзамен.*

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Объем профессионального модуля и виды работы Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли

Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	Объем профессионального модуля, ак. час.							
		Обучение по МДК					Практики		
		Все го	В том числе				Промежуточная	Учеб ная	Производственная
			Лаборатор ных. и практическ их. Занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостояте льная работа				
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>	
Раздел 1. Технология проведения маркетинговых исследований	105	105	46		13	X		24	
Раздел 2. Ценообразование в торговой деятельности.	60	60	30		8			12	
Раздел 3. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательско й единицы.	98	98	38	30					
Учебная практика	72		72				72		
Производственная практика	72		72					72	
Всего:	407	263	114	30	21		72	72	

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
1	2	3	
Раздел 1. Технология проведения маркетинговых исследований			
МДК 02.01 Технология проведения маркетинговых исследований		105/46	
Тема 1.1. Понятия и сущность маркетинговых исследований	Содержание	6	
	1. Цели, задачи и функции маркетинговых исследований. Принципы маркетинговых исследований. Предмет, объект и основные направления маркетинговых исследований. Понятие и роль маркетинговых исследований в системе маркетинга. 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.	4	<i>OK 1-OK3</i>
	Практические занятия Практическое занятие 1. Построение дерева целей маркетинговых исследований.	2	<i>ВД2</i>
Тема 1.2. Сущность и содержание маркетинговой информации	Содержание	8	
	Понятие маркетинговой информации и требования к ней. Виды маркетинговой информации. Классификация источников маркетинговой информации.	4	<i>OK 01-OK03 OK 05, OK0 9</i>
	Практические занятия Практическое занятие 2. Поиск и обработка маркетинговой информации для предприятия торговли (предприятие определяется по выбору студентов).	4	<i>ВД2 ПК2.1 ПК 2.8</i>
Тема 1.3. Типы маркетинговых исследований	Содержание	8	
	Поисковые, описательные и пояснительные исследования. Качественные и количественные маркетинговые исследования. Постоянные и разовые исследования	4	<i>OK 01-OK05 OK0 9</i>

	Практические занятия Практическое занятие 3. Определение типа маркетингового исследования по выявленным проблемам деятельности торговой организации. Практическое занятие 4. Сбор вторичной информации. Практическое занятие 5. Использование метода фокус-групп.	4	<i>ВД2 ПК2.1 ПК 2.3</i>
Тема 1.4. Технология проведения маркетинговых исследований внешней и внутренней среды	Содержание	12	
	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. 2. Методы маркетинговых исследований определения рисков бизнеса, оценки внешней среды компании: PEST-анализ. SWOT – анализ – метод маркетингового исследования внешней и внутренней среды компании. Space анализ. Матрица рисков.	8	<i>OK 01-OK05 OK0 9</i>
	Практические занятия Практическое занятие 6. Определение емкости целевого рынка предприятия торговли с использованием программных продуктов (предприятие определяется по выбору обучающихся). Практическое занятие 7. Проведение PEST-анализа и SWOT-анализа	4	<i>ПК2.1 ПК 2.3 ПК2.4 ПК2.7-ПК2.8</i>
Тема 1.5. Анализ конкуренции на рынке	Содержание	10	
	Основные понятия конкуренции и конкурентного анализа. Типы рынков по степени конкуренции. Конкурентная карта рынка. Конкурентный анализ М. Портера	6	<i>OK 01-OK05 , OK 07, OK09</i>
	Практические занятия Практическое занятие 8. Определение конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках (товар определяется по выбору обучающихся).	4	<i>ВД2 ПК2.1 ПК 2.3 ПК2.4</i>
Тема 1.6. Основные понятия и методы кабинетных маркетинговых исследований	Содержание	14	
	1. Сущность кабинетных маркетинговых исследований и их характеристика. 2. Методы кабинетных маркетинговых исследований: традиционный (классический) анализ; контент-анализ документов; информативно-целевой анализ	6	<i>OK 01-OK03 OK 05, OK0 9</i>
	Практические занятия Практическое занятие 9. Анализ стратегии развития на рын Практическое занятие 10. Проведение маркетингового исследования с помощью интернет-ресурсов Практическое занятие 11. Оценка финансовых показателей деятельности торговой организации по данным финансовой отчетности.	8	<i>ВД2 ПК2.1- ПК2.4 ПК2.6-ПК2.7</i>
Тема 1.7.	Содержание	10	

Основные понятия и методы полевых маркетинговых исследований	1. Наблюдение как важнейший метод сбора маркетинговой информации. Методы сбора первичной информации (анкетирование, экспертные оценки, телефонное интервью, групповое интервью (фокус-групп)). 2. Панельные исследования. Экспериментальные (опытные) исследования. Проективные методы исследований. Проведение исследований методом Eye tracking (Ай Трекинг).	4	<i>OK 01-OK04 OK 05, OK0 9</i>
	Практические занятия Практическое занятие 12. Составление анкет с целью проведения маркетингового исследования Практическое занятие 13. Сбор первичной информации	6	<i>ПК2.1 ПК2.2 ПК2.7</i>
Тема 1.8. Наблюдение и эксперимент	Содержание	4	
	Понятие наблюдения. Преимущества и недостатки наблюдения. Виды, процесс наблюдения. Mystery shopping (Тайный покупатель) как разновидность наблюдения. Понятие и процесс эксперимента	4	<i>OK 01-OK03 OK 05, OK0 9</i>
Тема 1.9. Система выборочных маркетинговых исследований	Содержание	6	
	1. Основные понятия, используемых при проведении выборочных исследований. Виды выборки 2. Основные этапы проектирования и определения объема выборки.	4	<i>OK 01-OK03 OK 05, OK0 9</i>
	Практические занятия Практическое занятие 14. Построение программы выборочного маркетингового исследования.	2	<i>ПК2.1 ПК2.2 ПК2.7</i>
Тема 1.10 Разработка плана маркетингового исследования	Содержание	6	
	Понятие плана маркетингового исследования. Характеристика структуры плана исследования. Характеристика наиболее часто встречающихся ошибок маркетингового исследования. Юридическое оформление взаимоотношений между заказчиком и исследовательской компанией. Разработка плана-графика маркетингового исследования. Составление бюджета маркетингового исследования. Определение проблемы исследования, его целей, задач и гипотез. Подготовка предложения о проведении маркетингового исследования.	4	<i>OK 01-OK04 OK 05, OK0 9</i>
	Практическое занятие Практическое занятие 15. Составление плана маркетингового исследования	2	<i>ВД2 ПК2.1 ПК2.2 ПК2.7</i>
Тема 1.11 Проведение маркетингового исследования.	Содержание	8	
	Основные этапы проведения маркетингового исследования.	4	<i>OK 01-OK03 OK 05, OK0 9</i>

	Практическое занятие Практическое занятие 16. Проведение маркетингового исследования	4	<i>ВД2</i> <i>ПК2.1- ПК2.4</i> <i>ПК2.6-ПК2.7</i>
Тема 1.12. Обработка результатов маркетинговых исследований	Содержание	6	
	1. Методы обработки данных маркетинговых исследований. Программные продукты, используемые при обработке данных результатов маркетинговых исследований	4	<i>ОК 01-ОК03</i> <i>ОК 05, ОК 09</i>
	Практическое занятие Практическое занятие 17. Обработка результатов маркетинговых исследований с применением программных продуктов	2	<i>ВД2</i> <i>ПК2.1- ПК2.4</i> <i>ПК2.6-ПК2.7</i>
Тема 1.13. Оформление отчета маркетинговых исследований	Содержание	7	
	1. Содержание и структура отчета маркетинговых исследований. Оформление и методы презентации отчета с помощью цифровых технологий.	3	<i>ОК 01-ОК03</i> <i>ОК 05, ОК0 9</i>
	Практические занятия Практическое занятие 18. Подготовка отчета по результатам маркетингового исследования. Практическое занятие 19. Презентация отчета результатов маркетингового исследования с использованием программных продуктов	4	<i>ВД2</i> <i>ПК2.1- ПК2.4</i> <i>ПК2.6-ПК2.7</i>
Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 1.		13	
- решение конкретных ситуаций; - проведение наблюдений; - составление схемы «объекты и субъекты наблюдений»; - разработка анкеты для тайного покупателя; - составление схемы «виды наблюдений»; - решение кейсов.		13	
Раздел 2. Ценообразование в торговой деятельности		60	
МДК 02. 02. Ценообразование в торговой деятельности		60/30	
Тема 2.1. Цена как экономическая категория	Содержание	6	
	Понятие цены. Теоретические концепции цены. Виды и функции цен. Конкурентные и монопольные цены. Состав и структура цены.	4	<i>ОК 01-ОК03</i> <i>ОК 05, ОК 09</i>
	Практическое занятие Практическое занятие № 1 Решение задач на определение цены с учетом ее структуры	2	<i>ПК2.3</i>
Тема 2.2. Методы ценообразования	Содержание	10	

	Товарная и ценовая политика предприятия. Механизм установления цены. Затратные методы ценообразования. Определение цены с ориентацией на спрос. Определение цены с ориентацией на конкуренцию. Особенности ценообразования на новые товары и научно-техническую продукцию. Затратное ценообразование. Рыночные методы ценообразования. Методы ценообразования с ориентацией на покупателя. Ценообразование с учетом конкуренции. Прочие методы ценообразования.	4	<i>OK 01-OK03 OK 05, OK 09</i>
	Практическое занятие Практическое занятие № 2 Решение задач на расчет цены изготовителя методом прямых затрат Практическое занятие № 3 Решение задач на расчет цены изготовителя методом стандартных полных затрат Практическое занятие № 4 Решение задач на расчет цены методом удельной цены	6	<i>ПК 2.3 ПК 2.6</i>
Тема 2.3 Основные ценообразующие факторы, учитываемые при формировании цен торговых предприятий	Содержание	8	
	Структура рынка. Конкурентная среда. Тип товара и эластичность спроса. Ценность товара и прочие факторы, влияющие на ценообразование	4	<i>OK 01-OK03 OK 05, OK 09</i>
	Практические занятия Практическое занятие № 5 Решение задач на определение коэффициента эластичности спроса от цены. Практическое занятие № 6 Решение задач на определение максимально допустимой цены на единицу продукции	4	<i>ПК 2.3 ПК 2.6</i>
Тема 2.4 Особенности ценообразования в сфере услуг.	Содержание	4	
	Экономическое содержание торговой услуги. Особенности ценообразования в сфере услуг. Классификация торговых услуг. Цены на отдельные виды услуг	2	<i>OK 01-OK03 OK 05, OK 09</i>
	Практическое занятие Практическое занятие № 7 Решение задач на определение цены на отдельные виды торговых услуг:	2	<i>ПК 2.3 ПК 2.6</i>
Тема 2.5. Торговая надбавка и методы ее определения	Содержание	4	
	1. Понятие, структура и регулирование торговой надбавки (структура торговых надбавок, издержки обращения)	2	<i>OK 01-OK03 OK 05, OK 09</i>
	Практические занятия Практическое занятие № 8 Решение задач на расчет торговых надбавок	2	<i>ПК 2.3 ПК 2.6</i>

Тема 2.6. Политика цен и стратегия ценообразования	Содержание	6	
	Понятие политики цен. Принципы и методы формирования ценовой политики на предприятиях торговли. Психологические аспекты ценообразования и основы принятия ценовых решений. Основные ценовые стратегии предприятий торговли. Прочие элементы комплекса маркетинга и их влияние на цену. Имидж торгового предприятия и репутация торгового персонала, их влияние на политику и стратегии ценообразования	4	<i>OK 01-OK03 OK 05, OK 09</i>
	Практические занятия Практическое занятие № 9 Решение задач на определение ценовой стратегии.	2	<i>ПК2.2-ПК2.4 ПК 2.6-ПК2.7</i>
Тема 2.7 Методы ценового стимулирования продаж	Содержание	6	
	Понятие и цели ценового стимулирования продаж. Методы стимулирования продаж. Скидки и надбавки к цене . Причины и условия изменения текущих цен	2	<i>OK 01-OK03 OK 05, OK 09</i>
	Практические занятия Практическое занятие № 10 Решение задач на оценку целесообразности и эффективности ценовых мероприятий по стимулированию продаж. Практическое занятие № 11 Решение задач по определению скидок на товар.	4	<i>ПК2.2-ПК2.4 ПК 2.6-ПК2.7</i>
Тема 2.8 Ценообразование во внешнеэкономической деятельности	Содержание	4	
	Внешнеторговые операции и ценообразование. Экспортно-импортные цены. Таможенные пошлины и тарифы. Порядок исчисления таможенных пошлин	2	<i>OK 01-OK03 OK 05, OK 09</i>
	Практические занятия Практическое занятие № 12 Решение задач на определение базисной экспортной цены. Расчет импортных внешнеторговых цен	2	<i>ПК 2.3 ПК 2.6</i>
Тема 2.9. Налоги и ценообразование	Содержание	8	
	Налоги в составе цены. Акцизы. Налог на добавленные стоимости.	4	<i>OK 01-OK03 OK 05, OK 09</i>
	Практические занятия Практическое занятие № 13 Расчет суммы акциза. Практическое занятие № 14 Расчет на определение ставки и суммы налога на добавленную стоимость. Расчет цены с НДС по разным ставкам.	4	<i>ПК 2.3 ПК 2.6</i>
Тема 2.10 Государственная политика и ценообразование	Содержание	4	
	Государственная ценовая политика и регулирование цен. Государственный контроль ценообразования и применения цен.	2	<i>OK 01-OK03 OK 05, OK 09</i>
	Практические занятия Практическое занятие № 21 Решение задач на определение уровня регулирования оптовой и розничной цены	2	<i>ПК 2.3 ПК 2.6</i>
Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 2		8	
-решение кейсов;		8	

-решение задач; -составление графиков изменения цены; -составление схемы «функции цены»			
Раздел 3. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы		98	
МДК 02.03. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы		98/30/38	
Тема 3.1. Планирование в бизнесе	Содержание	4	
	Предмет, задачи, объект содержания бизнес – планирования. Технологии бизнес – планирования. Стандарты бизнес – планирования. Методы бизнес – планирования. Роль и значение бизнес – плана. Типы бизнес – планов (коммерческо–производственный, инвестиционный, антикризисный, диверсификационный, «учебный»). Бизнес-идея: понятие, классификация. Способы «генерации» и выбора бизнес – идеи. Методы оценки реализуемости бизнес – идеи (включая затраты, риски и гарантии).	2	<i>OK 01-OK03 OK 05, OK 09</i>
	Практические занятия Практическое занятие 1. Представление бизнес – идеи с обоснованием выбора подходящего типа бизнес – плана и анализом исходной информации.	2	<i>ВД2 ПК2.4 ПК2.5</i>
Тема 3.2. Целевые рынки (потребители)	Содержание	6	
	Целевой сегмент рынка: основные понятия, определение, анализ, выбор. Целевая аудитория: основные понятия (сегмент рынка, целевая группа, потребители, покупатели, клиент). Методы определения целевой аудитории: 5W Шеррингтона, Ф. Котлеру. Показатели типичного клиента (возраст, пол, место жительства, доход, семейное положение, привычки, образование, психотип и пр.)	2	<i>OK 01-OK04 OK 05, OK 09</i>
	Практические занятия Практическое занятие 2. Определение целевой аудитории проекта Практическое занятие 3. Составление портрета целевой аудитории	4	<i>ВД2 ПК2.4 ПК2.5</i>
Тема 3.3. План маркетинга	Содержание	4	
	Цели и задачи маркетинга. Маркетинговые инструменты. Маркетинговые стратегии: конкретные цели, тактика продвижения товаров/услуг на рынке. Требования клиента к товару/услуге. Маркетинговое планирование: цели, SMART – цели. Матрица формирования целей компании.	2	<i>OK 01-OK03 OK 05, OK 09</i>
	Практические занятия Практическое занятие 4. Разработка стратегий и целей маркетинга	2	<i>ВД2 ПК2.4 ПК2.5</i>
Тема 3.4.	Содержание	4	

Комплекс маркетинга. Продвижение товаров и услуг.	Комплекс маркетинга: базовый маркетинг микс 4 «Р», 7 «Р», расширенный 15 «Р», SIVA. 4 «С»; взаимовлияние элементов. Мероприятия по элементам комплекса маркетинга.	2	<i>OK 01-OK03 OK 05, OK 09</i>
	Практические занятия Практическое занятие 5. Разработка комплекса маркетинга	2	<i>ВД2 ПК2.2 ПК2.4 ПК2.5</i>
Тема 3.5. Правовое обеспечение деятельности организации	Содержание	2	
	Официальная регистрация, процедура регистрации. Организационно – правовые формы предприятий (организаций). Лицензии на определенные виды деятельности. Соглашения и договора с другими организациями. Патенты, контракты, договора на аренду, торговые марки и знаки. Особенности правовой системы в части: налоговой системы, патентной защиты, охране окружающей среды, правил техники безопасности, основных прав потребителей и системы их защиты. Деловая переписка и пересылка документов. Аутсорсинг. Регистрация фирмы / компании. Подготовка необходимого пакета документов для регистрации ИП или ООО. Процедура открытия расчётного счёта в банке.	2	<i>OK 01-OK03 OK 05, OK 07, OK 09</i>
Тема 3.6. Производственный план	Содержание	8	
	Производственный план: основные направления принятия решений (географическое положение предприятия, транспортные пути, наличие коммуникаций, потребность в площадях, технология и уровень квалификации кадров, объём производства). Технология производства. Формирование производственной структуры. Материально – техническое снабжение. Планирование текущей производственной деятельности. Издержки производства, их виды (затраты на сырьё и материалы, текущие затраты на производство).	4	<i>OK 01-OK03 OK 05, OK07, OK 09</i>
	Практические занятия Практическое занятие 6. Расчёт производственных затрат на основное и вспомогательное оборудование, сырьё и материалы	4	<i>ВД2 ПК2.4 ПК2.5</i>
Тема 3.7. Планирование работы	Содержание	6	
	Описание бизнес – процесса для производства конкретных товаров/услуг. Способы планирование работ (метод эффективного планирования, метод планирования проектов (диаграмма Ганта), метод дорожной карты, канва Остервальдера).	4	<i>OK 01-OK04 OK 05, OK 07, OK 09</i>

	Практические занятия Практическое занятие 7. Построение графика планирования работ	2	<i>ВД2 ПК2.4 ПК2.5</i>
Тема 3.8. Планирование организации труда	Содержание	8	
	Планирование рабочего процесса. Планирование и организация труда. Организационная схема управления фирмой. Состав подразделений и их функции. Перспективы достижения успеха фирмы. Бизнес – процессы, которые управляют функционированием системы (управляющие: корпоративное управление, стратегический менеджмент). Бизнес – процессы, которые составляют основной бизнес-компании (операционные: снабжение, производство, маркетинг, продажи и взыскание долгов). Бизнес – процессы, которые обслуживают основной бизнес (поддерживающие: бухгалтерский учёт, подбор персонала, техническая поддержка). Аннотации, применяемые для моделирования бизнес-процессов (BPMN, EPC, IDEFO). Жизненный цикл бизнес – процессов. Экологические и социальные аспекты планирования и внедрения бизнес – процессов.	2	<i>OK 01-OK03 OK 05 OK07, OK 09</i>
	Практические занятия Практическое занятие 8. Построение организационной структуры. Составление штатного расписания. Практическое занятие 9. Структурирование бизнес – процессов (управляющие, операционные, поддерживающие).	6	<i>ВД2 ПК2.4 ПК2.5</i>
Тема 3.9 Стратегия финансирования	Содержание	2	
	Финансовое обеспечение деятельности организации: методы, способы, инструменты и временные рамки финансового планирования. Влияние финансового планирования на компанию. Финансовые механизмы государственной поддержки и поддержки институтов развития (программы Корпорации МСП, МСП – банка, фонда «Сколково», фонда развития промышленности, ФРИИ). Финансовые механизмы: банковский кредит, лизинг, факторинг, выпуск ценных бумаг. Источники финансирования: субсидии, гранты, инвестиции, краудфандинг, венчурное финансирование, микрофинансирование.	2	<i>OK 01-OK03 OK 05, OK 09</i>
Тема 3.10 Себестоимость и ценообразование	Содержание	8	
	Общепроизводственные расходы: переменные, постоянные. Основные понятия: себестоимость, калькуляция, цена, ценообразование. Модели калькуляции расходов: direct – costing, absorption costing, standard – costing, activity based costing и прочее. Модели ценообразования: полных затрат, возврата инвестиций, маржинальных затрат, целевых затрат. Модели ценообразования, которые учитывают спрос и интерес потребителей. Модели, которые учитывают конкурентную среду.	2	<i>OK 01-OK03 OK 05, OK 09</i>

	Методы ценообразование: затратные, рыночные, параметрические и прочие.		
	Практические занятия Практическое занятие 10. Расчёт затрат, расчёт постоянных и переменных затрат. Расчёты, связанные с оплатой труда. Практическое занятие 11. Составление сметы затрат и подсчёта себестоимости товара (услуги). Расчёт цен на товары или услуги.	6	<i>ВД2 ПК2.4 ПК2.5 ПК2.6</i>
Тема 3.11 Финансовый план	Содержание	12	
	Содержание учебного материала Основные понятия: бюджет доходов и расходов, бюджет движения денежных средств, Периоды отчётности. Состав планово – отчётных документов: оперативный план, прогнозный план, план доходов и расходов, план движения денежных средств, прогнозный баланс, бухгалтерский баланс, отчёт о прибылях и убытках. Организация и ведение бухгалтерского учёта. Налоговые платежи. Методология экономического анализа. Экономические показатели: PP, DPP, NPV, IRR, IP и другие.	4	<i>OK 01-OK03 OK 05, OK 09</i>
	Практические занятия Практическое занятие 12. Расчёт прибылей и убытков. Расчёт налоговых платежей. Расчёт графика погашения кредита. Практическое занятие 13. Расчёт основных финансовых коэффициентов Практическое занятие 14. Расчёт срока окупаемости с учётом дисконтирования. Расчёт коэффициентов ликвидности, прибыльности.	8	<i>ВД2 ПК2.4 ПК2.5 ПК2.6</i>
Тема 3.12 Направления устойчивого развития организации	Содержание	4	
	Понятие и факторы устойчивого развития предприятия. Цели устойчивого развития. Инструментарий устойчивого развития. Преимущества устойчивого развития. Необходимость разработки кратко -, средне – и долгосрочных целей. Кадровая политика предприятия (создание благоприятных условий для труда и отдыха сотрудников, их профессионального развития).	2	<i>OK 01-OK03 OK 05, OK 09</i>
	Практические занятия Практическое занятие 15. Разработка стратегий развития бизнеса с подходом к экологическим, социальным и экономическим факторам	2	<i>ВД2 ПК2.4 ПК2.5 ПК2.8</i>
Курсовой проект Разработка и оформление бизнес – плана	1. Структура курсовой работы (бизнес – плана): титульный лист, содержание, введение, резюме бизнес – идеи, описание компании, целевой рынок, планирование рабочего процесса, маркетинговый план, устойчивое развитие, технико – экономические показатели (включая финансовый план), приложения; их содержание и правила оформления. 2. Разработка раздела курсовой работы (бизнес – плана) «Целевой рынок»:	30	<i>ВД2. ПК2.1-ПК2.8</i>

	<p>- провести онлайн и офлайн исследования рынка, потребителей, конкурентов;</p> <p>3. Разработка раздела курсовой работы (бизнес – плана) «Целевой рынок»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определить целевую аудиторию различными способами, методами и моделями (B2B, B2C. B2G); - описать целевые аудитории для конкретных товаров/услуг; - оценить размер целевой аудитории; <p>4. Составление описания компании</p> <p>5. Разработка раздела курсовой работы (бизнес – плана) «Планирование рабочего процесса»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - описать организации. Руководящего состава и основных специалистов, организационную структуру предприятия; - рассчитать затраты на оплату труда; - рассчитать затраты на сырьё и материалы, текущие затраты на производство, переменные и постоянные издержки; <p>6. Разработка раздела курсовой работы (бизнес – плана) «Планирование рабочего процесса»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определить бизнес – процессы (управляющие, операционные, поддерживающие) и построить модель бизнес – процессов; - составить антикризисный план и перспективный план <p>7. Разработка раздела курсовой работы (бизнес – плана) «Маркетинговый план»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - определить цели и задачи в области маркетинга; - описать стратегию маркетинга; - описать потребительские свойства товаров – цена, срок службы изделия, внешний вид и другое; <p>8. Разработка раздела курсовой работы (бизнес – плана) «Маркетинговый план»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разработка рекламной модели; - расчёт затрат на рекламную кампанию; <p>9. Разработка раздела курсовой работы (бизнес – плана) «Устойчивое развитие»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - описать кратко -, средне – и долгосрочные цели; - оценить воздействие на окружающую среду негативного воздействия от производства; <p>10. Разработка раздела курсовой работы (бизнес – плана) «Технико – экономическое обоснование (включая финансовый план)»:</p> <ul style="list-style-type: none"> - обоснование способов финансирования; - определить бюджет инвестиций; 		
--	---	--	--

	<p>11. Разработка раздела курсовой работы (бизнес – плана) «Технико – экономическое обоснование (включая финансовый план)» - рассчитать экономические показатели (PP, DPP, NPV, IRR, IP);</p> <p>12. Подготовка резюме бизнес – идеи</p> <p>13. Подготовка приложений курсовой работы (бизнес – плана)</p> <p>14. Подготовка презентации курсовой работы (бизнес – плана): структура презентации, использование разнообразных методов презентации, командная работа во время презентации, эффективное общение после презентации (как отвечать на вопросы после презентации)</p> <p>15. Защита курсовой работы (бизнес – плана)</p>		
<p>Учебная практика Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сбор и систематизация маркетинговой информации конкретного предприятия. 2. Определение конкурентной среды конкретного предприятия. 3. Сбор вторичного маркетинговой информации конкретного предприятия. 4. Проведение полевых маркетинговых исследований. 5. Оформление результатов маркетинговых исследований. 6. Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой организации. 7. Анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации. 8. Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках. 9. Выявление причин снижения спроса на отдельные виды товаров. 10. Подготовка предложений по программе лояльности торговой организации с целью повышения объемов продаж торговой организации. 		72	
<p>Производственная практика Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирования целей маркетингового исследования. 2. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач. 3. Определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли. 4. Разработка плана проведения маркетингового исследования. 5. Определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования. Их описание и назначение в ходе проведения маркетингового исследования. 6. Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации. 7. Проведения маркетингового исследования в установленные сроки с использованием инструментов комплекса маркетинга и сквозных цифровых технологий: <p>– исследование рынка (определение емкости рынка и доли рынка);</p>		72	

<ul style="list-style-type: none"> – 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). <p>8. Выявление конкурентов исследуемого торгового предприятия. Определение конкурентных преимуществ исследуемого торгового предприятия на внутреннем и внешних рынках</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 9. Подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров, повышения объемов продаж торговой организации. 2. 10. Оформление результатов маркетингового исследования. 3. 11. Исследование рынка, проведение статистических исследований по ценовым показателям. 4. 12. Анализ ценовой политики предприятия. 5. 13. Анализ спроса на отдельные категории товаров. 6. 14. Определение ценовой политики предприятия. <p>15. Проверка обоснованности заявленных цен на товары, работы, услуги</p> <p>16. Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации.</p>		
Всего	407	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация учебной дисциплины осуществляется в учебных кабинетах междисциплинарных курсов.

Оборудование учебного кабинета: посадочные места по количеству обучающихся; рабочее место преподавателя; доска, проектор.

Технические средства обучения: компьютер, принтер, интерактивная доска, проектор, ноутбуки по количеству обучающихся.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

3.2.1. Основные печатные и электронные издания

1. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования: учебник для среднего профессионального образования / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 304 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09653-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538368> (дата обращения: 17.03.2024).

2. Еремеева, Н. В. Конкурентоспособность товаров и услуг: учебник и практикум для вузов / Н. В. Еремеева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 242 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09362-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538701> (дата обращения: 17.03.2024).

3. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536446> (дата обращения: 17.03.2024).

4. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16640-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538424> (дата обращения: 17.03.2024).

5. Купцова, Е. В. Бизнес-планирование: учебник и практикум для вузов / Е. В. Купцова, А. А. Степанов. — М: Издательство Юрайт, 2024. — 435 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8377-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536212> (дата обращения: 17.03.2024).

6. Лопарева, А. М. Бизнес-планирование: учебник для вузов / А. М. Лопарева. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 272 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08683-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542326> (дата обращения: 17.03.2024).

7. Лукичёва Т.А. Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 386 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16504-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541073> (дата обращения: 17.03.2024).

8. Сергеев, А. А. Бизнес-планирование: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. А. Сергеев. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 442 с. — (Профессиональное образование). —

ISBN 978-5-534-16063-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541991> (дата обращения: 17.03.2024).

9. Ямпольская, Д. О. Цены и ценообразование: учебник для среднего профессионального образования / Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 193 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11933-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541905> (дата обращения: 17.03.2024).

10. Касьяненко Т. Г. 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, 2024. — 420 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16892-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537165> (дата обращения: 17.03.2024).

3.2.2. Дополнительные источники

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

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

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

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

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

6. "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)

7. 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> (дата обращения: 17.03.2024).

8. Левкин, Г. Г. Организация торговой деятельности: учебник и практикум для вузов / Г. Г. Левкин, О. А. Никифоров. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 157 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17373-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545031> (дата обращения: 17.03.2024).

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

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

11. Новая Цифровая платформа поддержки бизнеса: <https://мсп.пф/>

3.3 КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Реализация подготовки (специалистов среднего звена) по специальности 38.02.08 Торговое дело обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации не реже 1 раза в 3 года.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 2.1	<ul style="list-style-type: none"> - Составляет план проведения маркетингового исследования - Устанавливает сроки и требования к проведению маркетингового исследования - Определяет маркетинговые инструменты, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования - Осуществляет поиск первичной и вторичной маркетинговой информации 	<p>Устный/письменный опрос.</p> <p>Тестирование.</p> <p>Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.</p>
ПК 2.2	<ul style="list-style-type: none"> - Устанавливает конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках - Рассчитывает показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов - Разрабатывает предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации - Использует программные продукты в системе продвижения товаров (услуг) организации 	<p>Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.</p> <p>Экспертная оценка контрольных / проверочных работ.</p>
ПК 2.3	<ul style="list-style-type: none"> - Проводит сбор, мониторинг и систематизирует ценовые показатели товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий 	<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 2.4	<ul style="list-style-type: none"> - Обосновывает конкурентные преимущества товара на внешнем и внутренних рынках 	<p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p>
ПК 2.5	<ul style="list-style-type: none"> - Соблюдает правила и принципы разработки бизнес-плана (полнота и точность составления разделов бизнес-плана) - Использует информационные технологий в процессе составления бизнес-плана - Использует информацию специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана. 	<p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p>
ПК 2.6	<ul style="list-style-type: none"> - Рассчитывает и обосновывает результаты анализа финансовых результатов деятельности организации - Применяет различные платформы в системе продвижения товаров (услуг) организации 	<p>Экспертная оценка создания и представления презентаций.</p>
ПК 2.7	<ul style="list-style-type: none"> - Обосновывает разработанные мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности 	<p>Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке</p>
ПК 2.8	<ul style="list-style-type: none"> - Составляет план сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы - Выявляет проблемы и риски предпринимательской деятельности 	<p>Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке</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; 	<p>Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - 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; <p>Реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).</p>	<p>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 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; <p>применяет средства информационных технологий, использует современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</p>	<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>
ОК 03	<ul style="list-style-type: none"> - определяет актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; - применяет современную научную профессиональную терминологию; <p>определяет и выстраивает траектории профессионального развития и самообразования</p>	
ОК 04	<p>эффективно взаимодействует с преподавателями, обучающимися в ходе профессиональной деятельности.</p>	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p>
ОК 05	<p>грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявляя толерантность в рабочем коллективе</p>	<p>– на практических занятиях;</p> <p>– при выполнении работ на различных этапах учебной практики;</p> <p>– при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества.</p>
ОК 07	<p>выполняет работы с соблюдением принципов бережливого производства и ресурсосбережения</p>	
ОК 09	<ul style="list-style-type: none"> - 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; <p>пишет простые связные сообщения на интересующие профессиональные темы.</p>	

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ
краевое государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
«Красноярский технологический техникум пищевой промышленности»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
Профессионального модуля

ПМ. 03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ - МАРКЕТИНГА

для специальности 38.02.08 Торговое дело
Форма обучения: очная

Красноярск 2024

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Паспорт рабочей программы	4
2.	Структура и содержание профессионального модуля	9
3.	Условия реализации профессионального модуля	18
4.	Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля	19

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ «ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ – МАРКЕТИНГА»

1.1 Место учебной дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Рабочая программа профессионального модуля – является частью программы подготовки специалиста среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.08 Торговое дело в части освоения основного вида профессиональной деятельности: и соответствующих профессиональных компетенций:

ВД 3 н.4.	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	Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети
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»

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована при профессиональной подготовке рабочих кадров по программе.

1.2. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля:

В результате изучения профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности «Организация и осуществление интернет-маркетинга» 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 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 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

1.2.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 3 н.4.	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	Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети
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»

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	<ul style="list-style-type: none"> – проведения технического анализа аудируемого веб-сайта; – проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта; – проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта; – анализа поисковой выдачи; – анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи; – анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет"; – определения стратегии поискового продвижения; – проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении; – анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем; – определения стратегии продвижения в социальных сетях; – размещения текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; – размещения медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; – разработки лендинга; – анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы; – анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании; – составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> – выявлять технические ошибки в работе веб-сайта; – документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта; – формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити); – выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов;

	<ul style="list-style-type: none"> – выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины; – использовать инструменты для проведения технического аудита; – определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче; – составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи; – актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет"; – анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины; – составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; – анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта; – анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию; – определять маркетинговые стратегии; – составлять smm-стратегии; – составлять контент-планы; – создавать стратегии продвижения; – сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов; – разрабатывать уникальные торговые предложения; – разрабатывать рекламные модули; – создавать стратегии продвижения; – сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов; – обосновывать выбор целевой аудитории; – создавать тексты и рекламные слоганы; – создавать тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций; – различать виды текстов; – рассчитывать бюджет на создание лендинга; – писать техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций; – определять СТА для лендингов; – работать с бесплатными сервисами создания лендингов; – создавать уникальное торговое предложение для определенных задач, работать с сервисами рассылок; – составлять информационно-аналитические справки; – оформлять отчетные документы.
Знать	<ul style="list-style-type: none"> – основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов; – основы веб-технологии; – основы веб-дизайна; – основы компьютерной грамотности; – методы обработки текстовой информации; – правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов; – основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита; – правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации; – основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; – способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта; – особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;

	<ul style="list-style-type: none"> – особенности функционирования современных поисковых машин; – правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта; – внутренние ошибки веб-сайта, влияющие на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок; – особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов; – правила составления и критерии качества списка ключевых слов и словосочетаний; – стандарты делового общения в письменной и устной форме; – особенности функционирования современных поисковых машин; – правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта; – правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы); – методы обработки текстовой и графической информации; – основы копирайтинга и веб-райтинга; – основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна; – правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов; – перечень (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «интернет»; – особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа; – основы разработки и поддержки сайтов/лендингов; – основы гипертекстовой разметки; – стандарты верстки веб-сайтов; – принципиальные отличия лендингов от сайтов; – сервисы для автоматизации рассылок; – методы обработки текстовой информации и графической информации.
--	---

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов 276,

в том числе в форме практической подготовки 276 часа.

Из них на освоение МДК 204 часов,

в том числе самостоятельная работа – 102 часа,

практики, в том числе учебной 72 часов.

Промежуточная аттестация

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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.							
				Всего	Обучение по МДК				Практики		
					В том числе				Учебная	Производственная	
					Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация			
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>	
ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09	Раздел 1. Разработка и реализация комплексной стратегии интернет продвижения	133		133	60	-				-	-
	Раздел 2. Проектирование и запуск интернет-платформы продаж	71		71	30	-				-	-
ПК 3.1-ПК 3	Учебная практика	72	72							72	
	Производственная практика	-	-								
	Промежуточная аттестация	-									
	Всего:	276		204	90	0	0			72	

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля «Организация и осуществление интернет – маркетинга»

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч	Коды формируемых компетенций
1	2	3	4
Раздел 1. Разработка и реализация комплексной стратегии интернет продвижения		133/60	
МДК 03.01 Разработка и реализация комплексной стратегии интернет продвижения		133/60	
Тема 1.1. Определение характеристики интернет-маркетинга	<p>Содержание</p> <p>и</p> <p>1. Цели и задачи интернет-маркетинга. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу.</p> <p>2. Основные клиенты интернет-маркетинга.</p> <p>3. Преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей</p> <p>4. Маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы и информационные системы</p>	<p>4/0</p> <p>4</p>	<p><i>ВД 3 н.4</i></p>
Тема 1.2. Инновации маркетинге	<p>Содержание</p> <p>в</p> <p>1. Сервисные программы для оценки потребительской ценности. Программы лояльности</p> <p>2. Новые решения для рекламы: Digital Signage, Indoor TV.</p> <p>3. Информационные системы управления опытом потребителей</p> <p>В том числе практических занятий</p> <p>Практическое занятие 1. Разработка форм опроса для сайта произвольной компании с целью определения отношения клиентов к ее товарам (услугам) с использованием цифровых технологий и электронной почты клиента</p>	<p>4/4</p> <p>4</p> <p>4</p> <p>2</p>	<p>ОК1-ОК9</p> <p>ПК3.2</p>

	Практическое занятие 2. 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	
Тема 1.3 Целевая аудитория проекта в интернет-маркетинге	Содержание	14/8	ОК1-ОК9 ПК 3,6
	1. Понятие «целевая аудитория», виды целевой аудитории и способы ее анализа.	6	
	2. Определение, сегментация и составление портрета целевой аудитории проекта.		
	В том числе практических занятий	8	
	Практическое занятие 3. Анализ внешней среды предприятия	2	
	Практическое занятие 4. Анализ внутренней среды предприятия	2	
	Практическое занятие 5. 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	4	
Тема 1.6. Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Содержание	32/18	ОК1-ОК9 ПК 3.2
	1. Анализ внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок, особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов.	14	
	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 сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта.		
	4. Правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы).		
	5. Методы обработки текстовой и графической информации основ копирайтинга и веб-райтинга.		
	В том числе практических занятий	18	
	Практическое занятие 6. Анализ практических ситуаций на определение факторов, влияющих на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче. Составление списка ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи.	2	

	Практическое занятие 7. Анализ практических ситуаций на актуализацию информации о поведении пользователей веб-сайтов и заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», анализ собранной информации и принятие решения о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины.	2	
	Практическое занятие 8. Анализ практических ситуаций по составлению списка ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин	2	
	Практическое занятие 9. Анализ релевантности составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта, анализ списка ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию	2	
	Практическое занятие 10. Создание информационных материалов методического характера	2	
	Практическое занятие 11. Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем	2	
	Практическое занятие 12. 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.	2	
	Практическое занятие 13. Составление таблицы сравнительного анализа аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, проведение анализа проектов.	2	
	Практическое занятие 14. Выявление страниц и (или) аккаунтов проектов (конкурентов) с проведением сравнительного анализа	2	
Тема 1.7.	Содержание	36/12	ОК1-ОК9
Разработка стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализация в сети «Интернет»	1. Понятие «стратегия продвижения». Виды и закономерности стратегии продвижения. Концепция продвижения, цели и задачи продвижения.	24	ПК 3.3
	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	12	
	Практическое занятие 15. Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях	2	
	Практическое занятие 16. Составление рубрикатора с предоставлением не менее трех тем для каждой рубрики, определение форматов постов и описания требований к ним	2	
	Практическое занятие 17. Разработка примеров для ведения аккаунтов / сообществ в социальных сетях, в том числе стиль текста, дизайн и оформление	2	
	Практическое занятие 18. Разработка и анализ контент-плана для коммерческого предприятия	2	
	Практическое занятие 19. Разработка и анализ контент-плана для производственного предприятия	2	
	Практическое занятие 20. Разработка и анализ контент-плана для образовательного учреждения	2	
Тема 1.8	Содержание	24/8	ОК1-ОК9
Организация и проведение рекламных кампаний в социальных медиа, для привлечения пользователей в интернет-сообщество	1. Изучение перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «Интернет»	16	ПК 3.4
	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	8	
	Практическое занятие 21. Разработка уникальных торговых предложений.	2	

	Практическое занятие 22. Разработка рекламных модулей.	2	
	Практическое занятие 23. Разработка стратегии продвижения товара.	2	
	Практическое занятие 24. Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара	2	
Тема 1.10.	Содержание	19/10	OK1-OK9 ПК 3.6
Анализ эффективности в интернет-маркетинге	1. Концепции эффективности в интернет-маркетинге.	10	
	2. Методы измерения в интернете.		
	3. Методы идентификации посетителей.		
	4. Измерение эффективности интернет-маркетинга.		
	5. Анализ рекламной компании по стоимости клиентов и конверсии.		
	В том числе практических занятий	10	
	Практическое занятие 25. Анализ технологии меток.	2	
	Практическое занятие 26. Анализ результатов маркетинговой активности.	2	
	Практическое занятие 27. Анализ производных данных о пользователе.	2	
	Практическое занятие 28. Расчет стоимости рекламной кампании.	2	
	Практическое занятие 29. Анализ принципов медиапланирования в интернете	2	
Раздел 2 Проектирование и запуск интернет-платформы продаж		71/30	
МДК 03.02 Проектирование и запуск интернет-платформы продаж		71/30	
Тема 1.1 Конструкторы сайтов	Содержание	6/0	OK1-OK9 ПК 3.5
	1. Основные понятия конструкторов сайтов. Достоинства и недостатки. Группы конструкторов сайтов	6	
	2. Бесплатные и платные конструкторы сайтов, их преимущества и недостатки.		
	3. Шаблоны сайтов. Обзор конструкторов сайтов. Создание и размещение сайтов с помощью онлайн конструкторов.		
Тема 1.2	Содержание	25/16	OK1-OK9

Создание лендинга	1. Понятие «landing page», классификация, этапы проектирования, структура.	9	ПК 3.5
	2. Конструкторы для создания «landing page».		
	В том числе практических занятий	16	
	Практическое занятие 1. Разработка лендинга для коммерческого предприятия	4	
	Практическое занятие 2. Разработка лендинга для производственного предприятия	4	
	Практическое занятие 3. Разработка лендинга для образовательного учреждения	4	
	Практическое занятие 4. Тестирование, внедрение и защита лендинга в сети «Интернет»	4	
Тема 1.3	Содержание	34/14	ОК1-ОК9
Анализ готовности веб-сайта к продвижению	1. Исследование основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, веб-технологии, веб-дизайна, компьютерной грамотности	20	ПК 3.1
	2. Методы обработки текстовой информации, правила реферирования, аннотирования, 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	14	
	Практическое занятие 5. Выявление технических ошибок в работе веб-сайта и их документирование	2	
	Практическое занятие 6. Разработка предложений по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити)	2	
	Практическое занятие 7. Выявление и анализ технических преимуществ веб-сайтов конкурентов	2	
Практическое занятие 8. Исследование особенностей эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющих на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины	4		

	Практическое занятие 9. Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита	4	
Тема 1.4 Поисковое продвижение сайта (SEO)	Содержание	6/0	ОК1-ОК9 ПК 3.1
	1. Понятие, сущность и преимущества поискового продвижения сайта. Индексация сайта ПС. Внутренние факторы, влияющие на продвижение сайта.	6	
	2. Поисковая оптимизация. Методика подбора ключевых запросов.		
	3. Апдейты и скорость продвижения сайта. Штрафные санкции поисковых систем в отношении сайтов.		
Учебная практика Виды работ	<ol style="list-style-type: none"> 1. 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. Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита. 3. Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем. 4. Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях. 5. Разработка и анализ контент-плана для разных типов предприятий. 6. Разработка уникальных торговых предложений. 7. Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара. 8. Анализ результатов маркетинговой активности. 9. Расчет стоимости рекламной кампании. 10. Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта. 11. Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта. 12. Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта. 13. Анализ поисковой выдачи. 14. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи. 15. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» 16. Определение стратегии поискового продвижения. 17. Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении. 18. Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем. 19. Определение стратегии продвижения в социальных сетях. 	72	ОК1-ОК9 ПК 3.1-ПК 3.6

<p>20. Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</p> <p>21. Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</p> <p>22. Разработка лендинга.</p> <p>23. Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы.</p> <p>24. Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании.</p> <p>25. Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории.</p>		
Экзамен по модулю (комплексный)	12	
Всего	276	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть 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.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

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.

3.2.2. 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. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы 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 выдаче поисковой	<p>Устный/письменный опрос.</p> <p>Тестирование.</p> <p>Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение</p>

	<p>машины;</p> <ul style="list-style-type: none"> – использует инструменты для проведения технического аудита 	<p>результатов выполнения задания с эталоном.</p>
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 	<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 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 	<p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p>
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 	<p>Экспертная оценка создания и представления презентаций.</p> <p>Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.</p>
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 для определенных задач; – работает с сервисами рассылок. 	<p>Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.</p>
ПК 3.6	<ul style="list-style-type: none"> – составляет информационно-аналитические справки; – оформляет отчетные документы. 	<p>Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося</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; 	<p>Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – 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>в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.</p> <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>
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>– на практических занятиях</p> <p>– при выполнении работ на различных этапах учебной практики;</p> <p>– при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества.</p>
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. 	