

**РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ МОДУЛЕЙ**

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

<b>РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....</b>	<b>2</b>
<b>РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ .....</b>	<b>24</b>
<b>РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА (ПО ВЫБОРУ)..</b>	<b>46</b>
<b>РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.04 ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ПРОФЕССИИ «АГЕНТ КОММЕРЧЕСКИЙ».....</b>	<b>64</b>

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**  
**ПМ.01 «ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

**2024 год**

## ***СОДЕРЖАНИЕ***

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

Программа профессионального модуля является обязательной частью основной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденным приказом Министерства Просвещения Российской Федерации от 19.07.2023 № 548.

## 1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

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

### 1.1.1. Перечень общих компетенций

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

### 1.1.2. 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
<b>ПК 1.4.</b>	Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение
<b>ПК 1.5.</b>	Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту
<b>ПК 1.6.</b>	Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий

**1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:**

Иметь практический опыт	<ul style="list-style-type: none"> <li>– поиска и систематизации открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции;</li> <li>– проведения анализа и оценки объема спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках;</li> <li>– обработки, формирования и хранения данных, информации, документов, в том числе полученных от поставщиков (подрядчиков, исполнителей);</li> <li>– составления перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации;</li> <li>– подготовки рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка;</li> <li>– проведения анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков, мониторинга внутренних и внешних рынков;</li> <li>– подготовки аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках;</li> <li>– оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;</li> <li>– мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок;</li> <li>– установления контактов с деловыми партнерами, заключения договоров, предъявления претензий;</li> <li>– составления деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров, проведения безналичных расчетов;</li> <li>– формирования начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта;</li> <li>– 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;</li> <li>– осуществления подготовки протоколов заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок;</li> <li>– публичного размещения полученных результатов; осуществления проверки необходимой документации для заключения контрактов и процедуры подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями);</li> </ul>
-------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– публичного размещения отчетов, информации о неисполнении контракта, о санкциях, об изменении или о расторжении контракта, за исключением сведений, составляющих государственную тайну;</li> <li>– 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;</li> <li>– направления запросов, приглашений и информации потенциальным участникам внешнеторгового контракта;</li> <li>– проведения предварительного анализа поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках;</li> <li>– составления списка отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий);</li> <li>– документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта;</li> <li>– подготовки сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внешних рынках;</li> <li>– формирования списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта;</li> <li>– обработки, формирования, хранения информации и данных об участниках внешнеторгового контракта;</li> <li>– формирования проекта внешнеторгового контракта;</li> <li>– осуществления проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта;</li> <li>– подготовки процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом;</li> <li>– подготовки документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта;</li> <li>– сбора информации, документов по вопросам исполнения обязательств по внешнеторговому контракту;</li> <li>– разработки плана-графика контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту;</li> <li>– мониторинга отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту;</li> <li>– документального оформления отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту и организация претензионной работы;</li> <li>– подготовки предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств по внешнеторговому контракту;</li> <li>– выполнения торгово-технологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых помощников, чат-ботов для обработки запросов покупателей с максимальной скоростью;</li> <li>– организации торговли, в том числе с использованием камер и алгоритмов распознавания лиц для осуществления расчетов с</li> </ul>
--	---

	<p>покупателями без применения контрольно-кассовой техники;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– приемки товаров по количеству и качеству;</li> <li>– соблюдения правил охраны труда.</li> </ul>
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>– пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внешних и внутренних рынках;</li> <li>– проводить исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров;</li> <li>– 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;</li> <li>– анализировать внешнюю конкурентную среду для выявления аналогичных или взаимозаменяемых товаров;</li> <li>– создавать и вести информационную базу данных поставщиков и покупателей;</li> <li>– составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию;</li> <li>– обобщать полученную информацию, обрабатывать ее с применением программных продуктов;</li> <li>– обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов.</li> <li>– применять нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений;</li> <li>– осуществлять выбор поставщиков;</li> <li>– оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ;</li> <li>– составлять документы, деловые письма, предложения, заказы на поставку товаров, осуществлять безналичные расчеты, в т.ч. с использованием современных технических средств;</li> <li>– создавать и вести информационную базу поставщиков и покупателей с применением технологий больших данных;</li> <li>– обобщать полученную информацию, статистически ее обрабатывать и формулировать аналитические выводы, архивировать полученную информацию и обеспечивать ее безопасность;</li> <li>– работать в единой информационной системе;</li> <li>– применять основные положения нормативно-правовых актов в сфере закупочной деятельности;</li> <li>– составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию;</li> <li>– обосновывать начальную (максимальную) цену закупки;</li> <li>– описывать объект закупки;</li> <li>– разрабатывать закупочную документацию;</li> <li>– работать в единой информационной системе;</li> <li>– взаимодействовать с закупочными комиссиями и технически обеспечивать деятельность закупочных комиссий;</li> <li>– анализировать поступившие заявки, оценивать результаты и подводить итоги закупочной процедуры;</li> <li>– формировать и согласовывать протоколы заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами</li> </ul>

	<p>комиссии по осуществлению закупок;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проверять необходимую документацию для заключения контрактов и осуществлять процедуру подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями);</li> <li>- классифицировать товары на внутренних и внешних рынках;</li> <li>- разрабатывать тексты рекламной информации о товарах отечественного производства на иностранном языке для последующего распространения на внешних рынках;</li> <li>- осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта;</li> <li>- осуществлять взаимодействие с участниками внешнеторгового контракта;</li> <li>- подготавливать коммерческие предложения, запросы;</li> <li>- оформлять документацию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и международных актов;</li> <li>- 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 кон-тракта или его неисполнением, об изменении или о расторжении контракта в ходе его исполнения, об изменении кон-тракта или о расторжении контракта;</li> <li>- осуществлять организацию оплаты/возврата денежных средств, организовывать уплату денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях;</li> <li>- обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов;</li> <li>- осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота;</li> <li>- осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ;</li> <li>- осуществлять процесс управления доставкой товаров покупателю используя возможности интернет-вещей;</li> <li>- проводить анализ перемещения покупателей по торговому залу по данным камер видео наблюдений с целью оптимизации торгового пространства;</li> <li>- осуществлять контроль за количеством и сроками хранения продовольственных товаров с применением датчиков контроля (интернет-вещей);</li> <li>- использовать технологии дополненной реальности для повышения объема продаж;</li> <li>- применять цифровые вывески с использованием компьютерного зрения;</li> <li>- применять технологии интернет-вещей в организации работы торговых площадок;</li> <li>- управлять полочным пространством магазина в облачной ABM SHELF;</li> <li>- оформлять факт продажи товаров с применением цифровых</li> </ul>
--	--

	<p>инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять электронный документооборот;</li> <li>- осуществлять торгово-технологические процессы, в том числе, с использованием техники эффективных коммуникаций.</li> <li>- 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;</li> <li>- оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ;</li> <li>- осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота;</li> <li>- пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внутренних внешних рынках.</li> </ul>
Знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>- методы и инструменты работы с базами данных внутренних и внешних рынков;</li> <li>- требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота;</li> <li>- стандарты и требования внешних рынков к товарной продукции;</li> <li>- правовые нормы оформления и заключения договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;</li> <li>- структуру и содержание договора поставки, спецификации и сопроводительного письма критерии поиска и методы отбора поставщиков;</li> <li>- методы и инструменты работы с базами больших данных;</li> <li>- требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации,</li> <li>- схем электронного документооборота;</li> <li>- законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров;</li> <li>- особенности составления закупочной документации;</li> <li>- методы определения и обоснования начальных максимальных цен контракта;</li> <li>- основные технические характеристики, преимущества и особенности продукции организации, поставляемой на внешние рынки;</li> <li>- нормативные правовые акты, регламентирующие внешнеэкономическую деятельность;</li> <li>- международные правила толкования наиболее широко используемых торговых терминов в области внешней торговли;</li> <li>- международные договоры в сфере стандартов и требований к продукции;</li> <li>- стандарты и требования внешних рынков к товарной продукции;</li> <li>- методы и инструменты работы с базами данных и источниками маркетинговой информации о внешних рынках внешних рынков;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- методы разработки рекламной информации для внешних рынков и инструменты продвижения товаров и услуг на внешних рынках;</li> <li>- основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- документооборот внешнеторговых сделок;</li> <li>- условия внешнеторгового контракта;</li> <li>- нормы этики и делового общения с иностранными партнерами;</li> <li>- правила оформления документации по внешнеторговому контракту;</li> <li>- порядок документооборота в организации;</li> <li>- основы риск-менеджмента во внешнеэкономической деятельности;</li> <li>- виды торговых структур;</li> <li>- формы и виды торговли, составные элементы торговой деятельности;</li> <li>- материально-техническую базу торговли;</li> <li>- инфраструктуру потребительского рынка;</li> <li>- средства, методы, инновации в отрасли;</li> <li>- организацию торгово-технологических процессов в офлайн и онлайн торговле;</li> <li>- требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота;</li> <li>- основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты внутренней и внешней торговли;</li> <li>- требования законодательства Российской Федерации, нормативные правовые акты, регулирующие торговую деятельность;</li> <li>- правила торговли;</li> <li>- количественные и качественные показатели оценки эффективности торговой деятельности.</li> </ul>
--	--

## **1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля**

Всего часов – 540 часов

в том числе в форме практической подготовки – 362 часа

Из них на освоение МДК – 306 часов

практики, в том числе

учебная – 72 часа

производственная – 144 часов

Промежуточная аттестация – 18

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

### 2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Суммарный объем нагрузки, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.							
				Обучение по МДК					Практики		
				Всего	В том числе				Промежуточная аттестация	Учебная	Производственная
					Лабораторных. и практических. занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа				
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	Раздел 1. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках	<b>119</b>	40	119	40	20	0	18	-	-	
ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.6, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09	Раздел 2. Организация и осуществление продаж	<b>85</b>	50	85	50		0		<b>72</b>	-	
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	<b>102</b>	56	102	56		0		-	<b>144</b>	
	Учебная практика, часов	<b>72</b>	72						<b>72</b>	-	
	Производственная практика (по профилю специальности), часов	<b>144</b>	144							<b>144</b>	
	Промежуточная аттестация	<b>18</b>									
	<b>Всего:</b>	<b>540</b>	<b>362</b>	<b>306</b>	<b>146</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>18</b>	<b>72</b>	<b>144</b>	

## 2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля ПМ.01 «Организация и осуществление торговой деятельности»

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, ак. ч / в том числе в форме практической подготовки, ак. ч
<b>Раздел 1. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках</b>		<b>119/40</b>
<b>МДК. 01.01. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынке</b>		<b>119/40</b>
<b>Тема 1.1. Информационное обеспечение торгово-сбытовой деятельности</b>	<p><b>Содержание</b></p> <p><b>1.</b> Понятие, значение, классификация, источники информации и комплексный подход к формированию коммерческой информации о внутреннем и внешнем рынках. Понятие товарного рынка и этапы торгово-сбытовой деятельности на конкретном товарном рынке</p> <p><b>2.</b> Информационные ресурсы и рекламная деятельность в торговле. Информация о покупателях, мотивах покупок, требованиях к товару. Покупатели как субъекты отношений в системе потребительского рынка. Требования внешних и внутренних рынков к продукции предприятия</p> <p><b>3.</b> Информация о спросе, товарном предложении и рыночной конъюнктуре: основные понятия, информация о тенденциях конъюнктуры товарного рынка и соотношении спроса и предложения, использование информации в практической деятельности для анализа и оценки конъюнктуры товарного рынка. Методы изучения и прогнозирования спроса.</p> <p><b>В том числе практических занятий</b></p> <p><b>Практические занятия 1–6.</b> Изучение потенциальных возможностей торговой организации и ее конкурентного положения на товарном рынке, формирование базы данных поставщиков на основе анализа информации.</p> <p><b>Практические занятия 7-10</b> Анализ и оценка конкурентной среды для выявления и сравнения аналогичных или взаимозаменяемых товаров, сбор и обобщение коммерческой информации о стратегии и тактики конкурентов на товарных рынках</p>	<p><b>34</b></p> <p>14</p> <p><b>20/20</b></p> <p>12/12</p> <p>8/8</p>
<b>Тема 1.2. Установление хозяйственных связей с поставщиками и потребителями товаров и услуг</b>	<p><b>Содержание</b></p> <p><b>1.</b> Организация хозяйственных связей в торговле: понятие, функции, отраслевые особенности. Изучение и поиск коммерческих партнеров по закупочно-сбытовой деятельности: критерии поиска поставщиков, методы отбора поставщиков.</p> <p><b>2.</b> Виды договоров, применяемых в торговой деятельности. Требования к структуре и содержанию договора поставки, спецификации, протоколу разногласий. Документальное подтверждение исполнения договоров. Организация претензионной работы.</p> <p><b>В том числе практических занятий</b></p> <p><b>Практические занятия 11-14.</b> Изучение и анализ предложений поставщиков - производителей и</p>	<p><b>30</b></p> <p>16</p> <p><b>14/14</b></p> <p>8/8</p>

	поставщиков - посредников с учетом их географического положения. Управление закупками. Разработка коммерческого предложения.	
	<b>Практическое занятие 15-17.</b> Заполнение конкурентного листа и выставление приоритетов по поставщикам для заключения внешнеторгового контракта.	6/6
	<b>Практическое занятие 18.</b> Расчет и оформление заявки на поставку товаров.	2
<b>Тема 1.3. Заключение внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение</b>	<b>Содержание</b>	<b>16</b>
	<b>1.</b> Условия внешнеторгового контракта. Базисные условия поставки Incoterms- 2022 Документооборот внешнеторговых сделок: товаросопроводительные документы, товарораспорядительные документы, счет-фактура.	14
	<b>2.</b> Методы разработки рекламной информации для внешних рынков, инструменты продвижения товаров и услуг российских производителей на внешних рынках.	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>2/2</b>
	<b>Практическое занятие 19.</b> Проверка документации для заключения внешнеторгового контракта. Контроль правильности оформления предоставленного внешнеторгового контракта.	2/2
<b>Тема 1.4. Осуществление контроля исполнения обязательств по внешнеторговому контракту</b>	<b>Содержание</b>	<b>19</b>
	<b>1.</b> Риски в торговой деятельности: понятие, классификация рисков, причины возникновения, последствия. Методы управления коммерческими рисками в торговой деятельности.	15
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>4 /4</b>
	<b>Практические занятия 20.</b> Определение алгоритма действий покупателя при нарушении поставщиком сроков поставки в модельной ситуации.	2/2
	<b>Практическое занятие 21.</b> Составление и оформление отчетности о ходе исполнения контракта.	2/2
<b>Курсовой проект (работа) Тематика курсовых проектов (работ):</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Анализ и оценка спроса на товарную продукцию торговой организации на внутренних и внешних рынках.</li> <li>2. Исследование конъюнктуры и емкости товарных рынков.</li> <li>3. Определение конкурентных преимуществ торговой организации на внутреннем (внешнем) рынке.</li> <li>4. Процедура подготовки и проведения экспортной (импортной) сделки (по выбору студента).</li> <li>5. Инкотермс: сфера действия, особенности и сравнительная характеристика базисных условий поставки.</li> <li>6. Организация работы на маркетплейса</li> <li>7. Исследование факторов формирования потребительского спроса в розничной торговле.</li> <li>8. Коммерческая деятельность по изучению и прогнозированию спроса в сфере торговли</li> <li>9. Организация торгово-технологического процесса в розничных торговых предприятиях.</li> <li>10. Разработка рекламной информации и инструментов продвижения товаров и услуг на внешний рынок.</li> <li>11. Анализ и оценка коммерческих рисков в торговой деятельности и пути их снижения</li> <li>12. Анализ розничной торговли: сущность, функции и тенденции развития в России</li> <li>13. Отраслевые особенности коммерческой деятельности в сфере оптовой торговли</li> <li>14. Отраслевые особенности коммерческой деятельности в сфере розничной торговли</li> </ol>		

<p>15. Взаимоотношения субъектов коммерческой деятельности в сфере потребительского рынка</p> <p>16. Электронная коммерция как прогрессивная форма развития торговли</p> <p>17. Формирование экономических ресурсов и их влияние на результаты коммерческой деятельности предприятия</p> <p>18. Анализ влияния факторов внешней среды предприятия на развитие коммерческой деятельности</p> <p>19. Анализ влияния факторов внутренней среды предприятия на развитие коммерческой деятельности</p> <p>20. Анализ и оценка экономических показателей коммерческой деятельности предприятия</p> <p>21. Анализ и тенденции развития сетевой розничной торговли (на примере розничной торговой сети)</p> <p>22. Методы стимулирования продаж в розничной торговле как инструмент коммерческой деятельности</p> <p>23. Организация хозяйственных связей в торговле</p> <p>24. Поиск поставщиков и договорная работа в коммерческой деятельности</p> <p>25. Организация хозяйственных связей по закупочно-сбытовой деятельности в предприятиях торговли.</p> <p>26. Особенности торговой деятельности в сфере малого бизнеса</p> <p>27. Организация выставочной деятельности как инструмента торговли</p> <p>28. Инновационные технологии в сфере торговли как фактор повышения конкурентоспособности коммерческой организации</p> <p>29. Влияние цифровых технологий на результаты торговой деятельности коммерческой организации.</p> <p>30. Франчайзинг как направление развития торгового бизнеса</p> <p>31. Влияние конъюнктуры рынка на коммерческую деятельность торгового предприятия.</p> <p>32. Развитие коммерческого предприятия в эпоху цифровой трансформации</p> <p>33. Собственная торговая марка как инструмент коммерческой деятельности и конкурентное преимущество торговой сети</p> <p>34. Коммерческая деятельность по управлению товарными ресурсами</p> <p>35. Современные форматы розничных торговых сетей</p> <p>Выбор стратегии коммерческой деятельности торговых организаций на потребительском рынке.</p>	
<p><b>Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту (работе)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Выбор темы курсовой работы, формулировка актуальности исследования, определение цели, постановка задач.</li> <li>– Подбор источников и литературы, проверка актуальности, предлагаемой в них информации, составление библиографического списка и плана курсовой работы плана.</li> <li>– Теоретический анализ источников и литературы, определение понятийного аппарата. Систематизация собранного фактического и цифрового материала путем сведения его в таблицы, диаграммы, графики и схемы.</li> <li>– Написание введения курсовой работы. Формулировка актуальности, цели, задач, объекта, предмета, методов предстоящего исследования</li> <li>– Обобщение теоретических аспектов по проблеме исследования в главе первой курсовой работы.</li> <li>– Оформление результатов практических исследований в главе второй курсовой работы.</li> <li>– Подбор и оформление приложений по теме курсовой работы.</li> <li>– Составление заключения курсовой работы, содержащее формулировку выводов и предложений по результатам теоретического и практического материала.</li> <li>– Изучение требований к содержанию презентации курсовой работы и составление презентации курсовой работы.</li> </ul> <p>Подготовка к защите курсовой работы (возможно проведение открытых форм защиты курсовой работы).</p>	<p><b>20</b></p>
<p><b>Раздел 2. Организация и осуществление продаж</b></p>	<p><b>85/50</b></p>

<b>МДК 01.02. Организация и осуществление продаж</b>		<b>85/50</b>
<b>Тема 2.1. Организация и управление торгово-технологическими процессами в оптовой торговле</b>	<b>Содержание</b>	<b>30</b>
	1. Специфические функции и роль торговли как вида экономической деятельности в системе общественного воспроизводства. Оптовая торговля: сущность, функции, отраслевые особенности. Технологии в торговле, торгово-технологические процессы и операции. Виды оптовых торговых структур, их назначение и функции. Инфраструктура оптовой торговли: товарные биржи, торговые дома, аукционы, оптовые рынки, ярмарки и выставки. Значение дистрибуции в распределении товаров. Услуги оптовой торговли: основные и дополнительные.	18
	2. Складское хозяйство: классификация складов, требования. Специфика использования складских площадей: требования к планировке, характеристика основных складских зон, проектирование складского помещения. Технологии складских операций и организация товародвижения в торговле с применением цифровых инструментов модуля «1С:WMSЛогистика. Управление складом». Эффективное планирование складского пространства и требования к оснащению его специализированным оборудованием и мебелью. Документальное оформление и учет поступления товаров в оптовой торговле	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	<b>12/12</b>
	<b>Практическое занятие 1-4.</b> Определение технико-экономических показателей работы склада. Применение методов управления процессами складской грузообработки "1С: WMS Логистика.	8/8
	<b>Практическое занятие 5-6.</b> Документальное оформление приемки товаров по количеству.	4/4
<b>Тема 2.2. Организация и управление торгово-технологическими процессами в розничной торговле</b>	<b>Содержание</b>	<b>26</b>
	1. Розничная торговля: понятие, цели, задачи, виды. Классификация торговых организаций. Основные виды и типы предприятий торговли в соответствии со специализацией. Изучение основных положений ГОСТа «Торговля, термины, определения». Принципы функционирования розничных торговых сетей и их роль в удовлетворении спроса покупателей. Специализация и типизация магазинов. Размещение розничных торговых предприятий: принципы, правила, факторы, влияющие на размещение магазинов в городах и регионах. Современные форматы торговых предприятий	8
	2. Ресурсный потенциал предприятий розничной торговли. Торгово-технологический процесс в организациях розничной торговли: сущность, структура, этапы, содержание операций, их специфика в магазинах разных типов. Классификация услуг розничной торговли: основные и дополнительные услуги. Приемка товаров по количеству и качеству в розничном торговом предприятии. Подготовка товаров к продаже. Организация продажи товаров: формы и методы продажи товаров. Правила торговли	
	<b>В том числе практических и лабораторных занятий</b>	<b>18/18</b>
	<b>Практическое занятие 7-15</b> Ознакомление с ГОСТ Р 51303-2013. Торговля. Термины. Определения. Идентификация видов и типов организаций торговли в соответствии с ГОСТ «Торговля. Термины. Определения»	18/18
<b>Тема 2.3.</b>	<b>Содержание</b>	<b>29</b>

<b>Организация и управление торгово-технологическими процессами в электронной торговле</b>	<b>1. Особенности организации и управления торгово-технологическими процессами в электронной торговле и на маркетплейсах</b>	<b>9</b>
	<b>В том числе практических и лабораторных занятий</b>	<b>20/20</b>
	<b>Практическое занятие 16-22.</b> Поиск, заказ и управление доставкой товаров покупателю с применением цифровых платформ и сквозных технологий.	14/14
	<b>Практическое занятие 23-25</b> Организация работы торговых площадок на основе сквозных технологий	6/6
<b>Учебная практика МДК 01.02. Организация и осуществление продаж</b>		<b>72/72</b>
<b>Виды работ:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Составление перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации.</li> <li>2. Подготовка рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка.</li> <li>3. Составление коммерческого предложения, запроса, оферты, сопроводительного письма.</li> <li>4. Подготовка сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внутреннем и внешнем рынках.</li> <li>5. Формирование списка потенциальных партнеров для заключения договоров на поставку и/или заключения внешнеторгового контракта.</li> <li>6. Формирование проекта договора поставки и/или внешнеторгового контракта.</li> <li>7. Документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту;</li> <li>8. Оформление претензий при нарушении договорных обязательств;</li> <li>9. Подготовка алгоритма по организации претензионной работы.</li> <li>10. Оформление продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей.</li> <li>11. Формирование начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта.</li> </ol>		
<b>Раздел 3. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд</b>		<b>102/56</b>
<b>МДК. 01.03. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд</b>		<b>102/56</b>
<b>Тема 3.1. Федеральная контрактная система Российской Федерации: концепция, понятия и термины, цели и принципы, сфера применения</b>	<b>Содержание</b>	<b>12</b>
	<b>1.</b> Законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд. Состав субъектов закупок и их функции. Полномочия органов исполнительной власти и органов местного самоуправления в ФКС. Требования к участникам закупки. Критерии к участникам закупок. <b>2.</b> Основы и принципы контрактной системы в сфере закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд. Контрактная служба. Комиссия по осуществлению закупок. Специализированная организация. Эксперты. Экспертные организации.	12
<b>Тема 3.2. Прогнозирование и планирование закупок для государственных и</b>	<b>Содержание</b>	<b>18</b>
	<b>1.</b> Планирование и нормирование в сфере государственных и муниципальных закупок. Формирование планов-графиков закупок для государственных и муниципальных нужд. Информационное обеспечение контрактной системы в сфере закупок	8

муниципальных нужд	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>10/10</b>
	<b>Практические занятия 1-5.</b> Составление планов-графиков закупок для государственных и муниципальных нужд.	10/10
<b>Тема 3.3. Процедуры осуществления закупок</b>	<b>Содержание</b>	<b>16</b>
	<b>1.</b> Определение объекта закупки. Правила описания объекта закупки. Обеспечение заявок при проведении конкурсов и аукционов. Критерии к товарам: национальный режим. Квотирование закупок.	6
	<b>2.</b> Определение поставщика (подрядчика, исполнителя) путем проведения запроса предложений в электронной форме. Осуществление закупки у единственного поставщика (подрядчика, исполнителя).	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>10/10</b>
	<b>Практическое занятие 6.</b> Подготовка технического задания на закупку.	2/2
	<b>Практическое занятие 7-8.</b> Определение поставщиков путем проведения открытого конкурса в электронной форме, электронного аукциона, проведения запроса котировок.	4/4
	<b>Практическое занятие 9.</b> Определение процедуры закупок (открытый конкурс или аукцион) в зависимости от стоимости закупки и источников средств (собственные, заемные).	2/2
	<b>Практическое занятие 10.</b> Расчёт максимального размера обеспечения заявки для аукциона при разных условиях.	2/2
<b>Тема 3.4. Государственный и муниципальный контракт</b>	<b>Содержание</b>	<b>16</b>
	<b>1.</b> Подготовка и заключение государственного и муниципального контракта. Общие требования и существенные условия контракта. Осуществления закупок путем проведения открытого конкурса в электронной форме и конкурса с ограниченным участием в электронной форме. Осуществление закупок путем аукциона в электронной форме. Особенности осуществления закупок путем запроса котировок в электронной форме и запроса предложений в электронной форме. Особенности осуществления закупки у единственного поставщика (исполнителя, подрядчика).	8
	<b>2.</b> Обеспечение исполнения контракта. Условия банковской гарантии. Реестр банковских гарантий. Основания для отказа в принятии банковской гарантии заказчиком. Особенности исполнения, изменения, расторжения контракта.	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>8/8</b>
	<b>Практические занятия 11-12.</b> Размещение информации о заключении, изменении, расторжении и исполнении контракта в сети Интернет. Реестр контрактов, заключенных заказчиком.	4/4
	<b>Практические занятия 13-14.</b> Определение минимальной стоимости одного из контрактов, предоставляемых участником закупки для подтверждения добросовестности.	4/4
<b>Тема 3.5. Контроль, аудит и ответственность в сфере закупок.</b>	<b>Содержание</b>	<b>26</b>
	<b>1.</b> Аудит и контроль в сфере закупок. Способы осуществления контроля. Контрольные органы и их полномочия. Реестр недобросовестных поставщиков.	6
	<b>2.</b> Ответственность за нарушение законодательства о закупках для государственных и муниципальных нужд.	

	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>20/20</b>
	<b>Практическое занятие 15-24.</b> Обжалование действий (бездействий) заказчика, уполномоченного органа, специализированной организации, комиссии по осуществлению закупок, должностного лица контрактной службы заказчика.	20/20
<b>Тема 3.6. Организация закупок в коммерческих организациях</b>	<b>Содержание</b>	<b>14</b>
	<b>1.</b> Законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок коммерческих организаций. Планирование и обоснование закупок в коммерческих организациях.	6
	<b>2.</b> Осуществление закупок в коммерческих организациях. Контракты по закупкам в коммерческих организациях. Мониторинг, контроль, аудит и защита прав и интересов участников закупок.	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>8/8</b>
	<b>Практические занятия 25-28.</b> Определение ответственности за нарушение условий поставки по ФЗ-44.	8/8
<b>Производственная практика МДК 01.03. Виды работ:</b> 1. Проведение анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков и подготовка аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках. 2. Осуществление проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта. 3. Подготовка процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом. 4. 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. 5. Приемка товаров по количеству и качеству; 6. Изучение инструкций по охране труда.		<b>144/144</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>		<b>18</b>
<b>Всего</b>		<b>540</b>

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

#### **3.1. Материально-техническое обеспечение реализации программы**

Для реализации программы профессионального модуля предусмотрены следующие специальные помещения:

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

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

#### **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

Для реализации программы библиотечный фонд колледжа имеет печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендованные для использования в образовательном процессе.

##### **3.2.1. Основные печатные и электронные издания**

1. Памбухчиянц, О. В. Организация коммерческой деятельности: учебник / О. В. Памбухчиянц. - 7е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024. - 266 с. - ISBN 978-5-394-05272-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2083266>

2. Памбухчиянц, О. В. Организация торговли: учебник / О. В. Памбухчиянц. - 5-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024. - 294 с. - ISBN 978-5-394-05435-8. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2083272>

##### **3.2.2. Дополнительные источники**

3. Безлапов В.В. Технологии управления внешнеторговой деятельностью региона: монография /В.В Безналов, С.А.Лочан, Д.В.Федюнин, А.Д.Петросян, руков. авт.колл. В.В. Безпалов.- Москва: РУСАЙИС, 2022-586 с.

4. Заволокина, Л. И. Мировая экономика: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. И. Заволокина, Н. А. Диесперова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 182 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13765-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497346>

**4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

<b>Код и наименование общих и профессиональных компетенций, формируемых в рамках модуля</b>	<b>Критерии оценки</b>	<b>Формы и методы оценки</b>
ПК 1.1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществляет поиск и систематизацию открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции, в том числе с использованием цифровых технологий;</li> <li>- оценивает объем спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках;</li> <li>- составляет перечень требований внешних рынков к товарной продукции организации;</li> <li>- разрабатывает рекомендации по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка;</li> <li>- проводит анализ конъюнктуры, емкости товарных рынков;</li> <li>- осуществляет подготовку аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках</li> </ul>	<p>Устный/письменный опрос.</p> <p>Тестирование.</p> <p>Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.</p> <p>Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий по установленным критериям.</p> <p>Экспертная оценка контрольных / проверочных работ по установленным критериям.</p> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.</p>
ПК 1.2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выполняет операции по установлению хозяйственных связей с поставщиками и потребителями в установленной последовательности с соблюдением требований к их содержанию</li> </ul>	<p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p>
ПК 1.3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- определяет начальную цену закупки с учетом требований федерального законодательства и проводит описание объекта закупки;</li> <li>- составляет и оформляет закупочную документацию в соответствие с требованиями и осуществляет ее проверку для проведения закупочной процедуры;</li> <li>- оформляет протоколы заседаний закупочных комиссий;</li> <li>- выполняет проверку комплекта закупочной документации для обеспечения государственных, муниципальных и корпоративных нужд.</li> </ul>	<p>Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации, в т.ч. иностранных языках.</p> <p>Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе</p>

ПК 1.4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- проводит анализ поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках и составляет список отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий);</li> <li>- осуществляет документальное оформление результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта;</li> <li>- составляет сводные отчеты и предложения о потенциальных партнерах на внешних рынках;</li> <li>- составляет список потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта;</li> <li>- формирует проект внешнеторгового контракта и выполняет проверку необходимой документации для его заключения;</li> <li>- осуществляет подготовку процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом.</li> </ul>	<p>освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной, производственной 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> <ul style="list-style-type: none"> <li>- на практических занятиях;</li> <li>- при выполнении и защите курсовой работы (проекта);</li> <li>- при выполнении работ на различных этапах учебной, производственной практики;</li> </ul>
ПК 1.5	<ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществляет подготовку документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта;</li> <li>- 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;</li> <li>- проводит мониторинг и документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту;</li> <li>- осуществляет подготовку предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств и выполняет претензионную работу.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена / профессионального экзамена по оценочным средствам организаций партнеров и/или профессионального сообщества.</li> </ul>
ПК 1.6	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выполняет торговые-технологические операции в соответствии с установленным алгоритмом, в том числе с использованием искусственного интеллекта;</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществляет приемку товаров по количеству и качеству в полном соответствии с договором поставки;</li> <li>- оформляет документы по приемке товаров в соответствие установленными требованиями;</li> <li>- соблюдает правила охраны труда при выполнении торговых-технологических операций</li> </ul>	
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> <li>- распознает, анализирует и выделяет составные части задачи и/или проблемы в профессиональном контексте;</li> <li>- определяет этапы решения задачи;</li> <li>- эффективно осуществляет поиск необходимой для решения проблемы информации, составляет план действия и определяет необходимые ресурсы;</li> <li>- демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;</li> <li>- реализовывает составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</li> </ul>	
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> <li>- определяет задачи для поиска информации и их необходимые источники и планирует процесс поиска;</li> <li>- структурирует и выделяет наиболее значимое в полученной информации;</li> <li>- оценивает практическую значимость результатов поиска и оформляет его результаты;</li> <li>- применяет средства информационных технологий, использует современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</li> </ul>	
ОК 03	<ul style="list-style-type: none"> <li>- определяет актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;</li> <li>- применяет современную научную профессиональную терминологию;</li> <li>- определяет и выстраивает траектории профессионального развития и самообразования.</li> </ul>	
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> <li>- эффективно взаимодействует с</li> </ul>	

	преподавателями, обучающимися в ходе профессиональной деятельности.	
ОК 05	– грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявляя толерантность в рабочем коллективе	
ОК 06	– применяет стандарты антикоррупционного поведения	
ОК 07	– выполняет работы с соблюдением принципов бережливого производства и ресурсосбережения.	
ОК 09.	<ul style="list-style-type: none"> <li>– понимает общий смысл четко произнесенных высказываний и текстов на профессиональные темы;</li> <li>– участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;</li> <li>– строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;</li> <li>– пишет простые связные сообщения на интересующие профессиональные темы.</li> </ul>	

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**  
**ПМ.02 «ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ**  
**ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ»**

**2024 год**

## ***СОДЕРЖАНИЕ***

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

Программа профессионального модуля является обязательной частью основной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденным приказом 38.02.08 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства Просвещения Российской Федерации от 19.07.2023 № 548.

## 1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

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

### 1.1.1 Перечень общих компетенций

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

### 1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
<b>ВД 2 (н.4-5)</b>	Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли
<b>ПК 2.1. (н.4-5)</b>	Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
<b>ПК 2.2. (н.4-5)</b>	Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации
<b>ПК 2.3. (н.4-5)</b>	Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий

<b>ПК 2.4.</b> <b>(н.4-5)</b>	Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках
<b>ПК 2.5.</b> <b>(н.4-5)</b>	Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов
<b>ПК 2.6.</b> <b>(н.4-5)</b>	Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов
<b>ПК 2.7.</b> <b>(н.4-5)</b>	Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности
<b>ПК 2.8.</b> <b>(н.4-5)</b>	Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы

### 1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

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

	<p>проведения маркетингового исследования;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– составлять комплексный план проведения маркетингового исследования;</li> <li>– анализировать текущую рыночную конъюнктуру;</li> <li>– составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования;</li> <li>– проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;</li> <li>– обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;</li> <li>– использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков;</li> <li>– обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных;</li> <li>– анализировать текущую рыночную конъюнктуру;</li> <li>– применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;</li> <li>– развивать идеи до бизнес-предложений;</li> <li>– оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке;</li> <li>– оценивать риски, связанные с бизнесом;</li> <li>– анализировать бизнес-концепции;</li> <li>– предлагать идеи для дальнейшего развития;</li> <li>– применять методы принятия оптимальных решений;</li> <li>– находить аргументы в пользу идей;</li> <li>– принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели;</li> <li>– обосновывать и оценивать цели и ценности;</li> <li>– представлять идеи, дизайн, видения и решения;</li> <li>– применять при разработке бизнес-плана специализированные программные продукты;</li> <li>– использовать для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии;</li> <li>– создавать деловые электронные презентации</li> <li>– собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации;</li> <li>– использовать методы экономического анализа;</li> <li>– анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов;</li> <li>– оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами;</li> <li>– разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда;</li> <li>– оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации;</li> <li>– предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации;</li> <li>– собирать информацию о бизнес-проблемах;</li> <li>– анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков.</li> </ul>
Знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>– составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;</li> <li>– методы изучения рынка, анализа окружающей среды;</li> <li>– порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– этапы маркетинговых исследований, их результат;</li> <li>– методы проведения маркетингового исследования;</li> <li>– психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях;</li> <li>– средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики;</li> <li>– порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;</li> <li>– виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;</li> <li>– методы оценки конкурентной среды;</li> <li>– нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;</li> <li>– роль и значение бизнес-плана;</li> <li>– основные функции бизнес-плана;</li> <li>– классификацию основных типов бизнес-планов;</li> <li>– методологию и процессы развития бизнес-идеи;</li> <li>– порядок разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью;</li> <li>– принципы и методы управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий;</li> <li>– методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений;</li> <li>– методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов;</li> <li>– методы, способы и приемы для решения задач по анализу;</li> <li>– типы факторных моделей;</li> <li>– схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа;</li> <li>– методику анализа эффективности использования производственных ресурсов</li> <li>– методические материалы по планированию, учету и анализу деятельности организации;</li> <li>– спектр специализированных программных продуктов;</li> <li>– интерфейс автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации;</li> <li>– инновационные средства и устройства информатизации, программное обеспечение в предпринимательской деятельности и порядок их применения;</li> <li>– риски: понятия и видов;</li> <li>– методы оценки риска, связанных с бизнесом;</li> <li>– меры снижения риска, связанных с бизнесом;</li> <li>– методы оценки выполнимости бизнес-идеи;</li> <li>– основные способы анализа и оценки рисков;</li> <li>– состав моделей оценки риска;</li> <li>– способы оценки риска ликвидности.</li> </ul>
--	---

## **1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля**

Всего часов 562

в том числе в форме практической подготовки 316 часов

Из них на освоение МДК – 328 часов

практики, в том числе

учебная - 108 часов

производственная – 108 часов

Промежуточная аттестация - 18 часов

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

### 2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической. Подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.							
				Обучение по МДК					Практики		
				Всего	В том числе				Промежуточная аттестация	Учебная	Производственная
					Лабораторных. и практических. Занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09	Раздел 1. Технология проведения маркетинговых исследований	<b>98</b>	30	<b>98</b>	30	-	-		<b>108</b>	-	
ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09	Раздел 2. Ценообразование в торговой деятельности.	<b>98</b>	30	<b>98</b>	30	-	-		-	<b>108</b>	
ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09	Раздел 3. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы.	<b>132</b>	40	<b>132</b>	40	-	-		-	-	
	Учебная практика	<b>108</b>	108						<b>108</b>		
	Производственная практика	<b>108</b>	108							<b>108</b>	
	Промежуточная аттестация	<b>18</b>									
	<b>Всего:</b>	<b>562</b>	<b>316</b>	<b>328</b>	<b>100</b>	-	-	<b>18</b>	<b>108</b>	<b>108</b>	

## 2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся.	Объем, ак. ч / в том числе в форме практической подготовки, ак. ч
1	2	3
<b>Раздел 1. Технология проведения маркетинговых исследований</b>		<b>98/30</b>
<b>МДК 02.01 Технология проведения маркетинговых исследований</b>		98/30
<b>Тема 1.1. Понятия и сущность маркетинговых исследований</b>	<p><b>Содержание</b></p> <p><b>1.</b> Цели, задачи и функции маркетинговых исследований. Предмет, объект и основные направления маркетинговых исследований. Понятие и роль маркетинговых исследований в системе маркетинга.</p> <p><b>2.</b> 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.</p> <p><b>3.</b> Основные понятия, цели и задачи проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга. Принципы маркетинговых исследований.</p> <p><b>В том числе практических занятий</b></p> <p><b>Практическое занятие 1.</b> Построение дерева целей маркетинговых исследований.</p> <p><b>Практическое занятие 2.</b> Постановка цели и определение задач маркетинговых исследований на предприятиях торговли. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач.</p> <p><b>Практическое занятие 3.</b> Решение ситуационных задач</p>	<p><b>16</b></p> <p><b>10</b></p> <p><b>6/6</b></p> <p>2/2</p> <p>2/2</p> <p>2/2</p>
<b>Тема 1.2. Сущность и содержание маркетинговой информационной системы</b>	<p><b>Содержание</b></p> <p><b>1.</b> Основные понятия и принципы маркетинговой информационной системы.</p> <p><b>2.</b> Структура и основные этапы проведения маркетингового исследования.</p> <p><b>В том числе практических занятий</b></p> <p><b>Практическое занятие 4.</b> Выявление проблемы и определение этапов проведения маркетинговых исследований на примере предприятия торговли (предприятие определяется по выбору студентов).</p>	<p><b>6</b></p> <p>4</p> <p><b>2/2</b></p> <p>2/2</p>
<b>Тема 1.3.</b>	<b>Содержание</b>	<b>18</b>

<b>Типы маркетинговых исследований</b>	<b>1.</b> Поисковые, описательные и пояснительные исследования. Качественные и количественные маркетинговые исследования. Постоянные и разовые исследования	10
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>8/8</b>
	<b>Практическое занятие 5.</b> Определение типа маркетингового исследования по выявленным проблемам деятельности торговой организации.	2/2
	<b>Практическое занятие 6.</b> Сравнительная характеристика типов маркетингового исследования. Их преимущества и недостатки, области применения.	2/2
	<b>Практическое занятие 7.</b> Решение ситуационных задач. Сбор вторичной информации.	2/2
	<b>Практическое занятие 8.</b> Разработайте сценарий проведения маркетингового исследования методом фокус-групп. Раскройте достоинства и недостатки метода фокус-группы.	2/2
<b>Тема 1.4. Технология проведения маркетинговых исследований внешней и внутренней среды</b>	<b>Содержание</b>	<b>16</b>
	<b>1.</b> Методы маркетинговых исследований определения емкости целевого рынка: источники получения маркетинговой информации и способы анализа спроса, в том числе в Яндекс.Вордстат и Google Trends. Методы маркетинговых исследований определения рисков бизнеса, оценки внешней среды компании: PEST-анализ. SWOT – анализ – метод маркетингового исследования внешней и внутренней среды компании.	12
	<b>2.</b> Методы оценки конкурентной среды и конкурентоспособности товара	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>4/4</b>
	<b>Практическое занятие 9.</b> Определение емкости целевого рынка предприятия торговли с использованием программных продуктов (предприятие определяется по выбору обучающихся). Определение конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках (товар определяется по выбору обучающихся).	2/2
	<b>Практическое занятие 10.</b> Решение ситуационных задач методом PEST-анализа Решение ситуационных задач методом SWOT-анализа	2/2
<b>Тема 1.5. Основные понятия и методы кабинетных маркетинговых исследований</b>	<b>Содержание</b>	<b>10</b>
	<b>1.</b> Сущность кабинетных маркетинговых исследований и их характеристика.	
	<b>2.</b> Методы кабинетных маркетинговых исследований: традиционный (классический) анализ; контент-анализ документов; информативно-целевой анализ	8
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>2/2</b>
	<b>Практическое занятие 11.</b> Определение рыночной доли присутствия торгового предприятия традиционным методом исследования (предприятие определяется по выбору обучающихся). Решение ситуационной задачи. Проведение кабинетных маркетингового исследования с помощью Интернет-ресурсов. Оценка финансовых показателей деятельности торговой организации по данным финансовой отчетности, как источник информации для оценки внутренней среды торгового предприятия.	2/2
<b>Тема 1.6. Основные понятия и методы полевых маркетинговых</b>	<b>Содержание</b>	<b>10</b>
	<b>1.</b> Наблюдение как важнейший метод сбора маркетинговой информации. Методы сбора первичной информации (анкетирование, экспертные оценки, телефонное интервью, групповое интервью (фокус-	8

<b>исследований</b>	групп).	
	2. Панельные исследования. Экспериментальные (опытные) исследования. Проективные методы исследований. Проведение исследований методом Eye tracking (Ай Трекинг).	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>2/2</b>
	<b>Практическое занятие 12.</b> Определение круга вопросов. Выбор типа анкет. Составление анкет с целью проведения маркетингового исследования. Сбор первичной информации для проведения маркетингового исследования с использованием программных продуктов	2/2
<b>Тема 1.7. Система выборочных маркетинговых исследований</b>	<b>Содержание</b>	<b>6</b>
	1. Основные понятия, используемых при проведении выборочных исследований. Виды выборки	2
	2. Основные этапы проектирования и определения объема выборки.	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>2/2</b>
	<b>Практическое занятие 13.</b> Построение программы выборочного маркетингового исследования. Сбор информации для проведения выборочного исследования.	2/2
<b>Тема 1.8. Обработка результатов маркетинговых исследований</b>	<b>Содержание</b>	<b>4</b>
	1. Методы обработки данных маркетинговых исследований	
	2. Программные продукты, используемые при обработке данных результатов маркетинговых исследований	2
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>2/2</b>
	<b>Практическое занятие 14.</b> Обработка результатов маркетинговых исследований с применением программных продуктов	2/2
<b>Тема 1.9. Оформление отчета маркетинговых исследований</b>	<b>Содержание</b>	<b>12</b>
	1. Содержание и структура отчета маркетинговых исследований.	
	2. Оформление и методы презентации отчета с помощью цифровых технологий.	10
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>2/2</b>
	<b>Практическое занятие 15.</b> Подготовка и презентация отчета по результатам маркетингового исследования.	2/2
<b>Учебная практика раздела МДК.02.01      Технология проведения маркетинговых исследований</b>		
<b>Виды работ</b>		
1. Изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирования целей маркетингового исследования		<b>108</b>
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 и согласование с руководителем учебной практики.		
5. Определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования. Их описание и назначение в ходе проведения маркетингового исследования		
6. Исследование рынка, проведение статистических исследований по ценовым показателям		
7. Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой		

<p>организации, по данным которой проводится маркетинговое исследование.</p> <p>8. Применение сквозных цифровых технологий при проведении работ по анализу ценовых показателей товаров (перечень товаров подбирает обучающийся по согласованию с руководителем учебной практики).</p> <p>9. Анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации.</p> <p>10. Сбор информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы.</p> <p>11. Проведение Pest анализа, применение метода Ансоффа-Пинье для описания бизнес-модели предпринимательской единицы</p> <p>12. Выполнение отдельных этапов разработки бизнес-плана:</p> <p>13. Составление визитки команды.</p> <p>14. Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы.</p> <p>15. Определение целевой аудитории по методу Шеррингтона.</p> <p>16. Построение модели Остервальдера.</p> <p>17. Определение бизнес-процессов и составление схемы оказания услуг.</p>		
<b>Раздел 2. Ценообразование в торговой деятельности</b>		<b>98/30</b>
<b>МДК 02.02. Ценообразование в торговой деятельности</b>		<b>98/30</b>
<b>Тема 2.1. Цена как экономическая категория</b>	<b>Содержание</b>	<b>8</b>
	1. Понятие цены. Теоретические концепции цены.	6
	2. Виды и функции цен	
	3. Конкурентные и монопольные цены.	
	4. Особенности формирования цен на факторы производства	
	3. Состав и структура цены.	
	4. Формы и методы государственного регулирования.	
<b>В том числе практических занятий</b>	<b>2/2</b>	
<b>Практическое занятие № 1</b> Решение задач на определение цены с учетом ее структуры	<b>2/2</b>	
<b>Тема 2.2. Методы ценообразования</b>	<b>Содержание</b>	<b>20</b>
	1. Товарная и ценовая политика предприятия	12
	2. Механизм установления цены	
	3. Затратные методы ценообразования	
	4. Определение цены с ориентацией на спрос	
	5. Определение цены с ориентацией на конкуренцию	
	6. Особенности ценообразования на новые товары и научно-техническую продукцию	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>8/8</b>
<b>Практическое занятие № 2</b> Решение задач на расчет цены изготовителя методом полных затрат	<b>2/2</b>	

	<b>Практическое занятие № 3</b> Решение задач на расчет цены изготовителя методом стандартных полных затрат	2/2
	<b>Практическое занятие № 4</b> Решение задач на расчет цены методом удельной цены	2/2
	<b>Практическое занятие № 5</b> Решение задач на расчет цены агрегатным методом и методом регрессии	2/2
<b>Тема 2.3</b> <b>Основные ценообразующие факторы, учитываемые при формировании цен торговых предприятий</b>	<b>Содержание</b>	<b>8</b>
	1. Структура рынка	4
	2. Конкурентная среда	
	3. Тип товара и эластичность спроса.	
	4. Ценность товара и прочие факторы, влияющие на ценообразование	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>4/4</b>
	<b>Практическое занятие № 6</b> Решение задач на определение коэффициента эластичности спроса от цены. Расчет цены методом максимизации продаж с учетом эластичности спроса	2/2
<b>Практическое занятие № 7</b> Решение задач на определение максимально допустимой цены на единицу продукции	2/2	
<b>Тема 2.4</b> <b>Особенности ценообразования в сфере торговли, в том числе в электронной торговле</b>	<b>Содержание</b>	<b>6</b>
	1. Экономическое содержание торговой услуги	4
	2. Особенности ценообразования в сфере услуг	
	3. Классификация торговых услуг	
	4. Цены на отдельные виды услуг	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>2/2</b>
	<b>Практическое занятие № 8</b> Решение задач на определение цены на отдельные виды торговых услуг: Расчет цен на товары в оптовой, закупочной, розничной, электронной торговле.	2/2
<b>Тема 2.5.</b> <b>Торговая надбавка и методы ее определения</b>	<b>Содержание</b>	<b>8</b>
	1. Понятие, структура и регулирование торговой надбавки (структура торговых надбавок, издержки обращения)	4
	2. Затратное ценообразование	
	3. Рыночные методы ценообразования. Методы ценообразования с ориентацией на покупателя. Ценообразование с учетом конкуренции.	
	4. Прочие методы ценообразования	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>4/4</b>
	<b>Практическое занятие № 9</b> Решение задач на расчет цены балловым методом	2/2

	<b>Практическое занятие № 10</b> Решение задач на расчет цены методом вмененной потребительской оценки Решение задач на расчет торговых надбавок	2/2
<b>Тема 2.6.</b> <b>Политика цен и стратегия ценообразования</b>	<b>Содержание</b>	<b>8/2</b>
	1. Понятие политики цен.	6
	2. Принципы и методы формирования ценовой политики на предприятиях торговли	
	3. Психологические аспекты ценообразования и основы принятия ценовых решений	
	4. Основные ценовые стратегии предприятий торговли	
	5. Прочие элементы комплекса маркетинга и их влияние на цену	
	6. Оценка качества сервиса как основа формирования ценовой политики и стратегии торговых предприятий	
	7. Имидж торгового предприятия и репутация торгового персонала, их влияние на политику и стратегии ценообразования	
<b>В том числе практических занятий</b>	<b>2/2</b>	
<b>Практическое занятие № 11.</b> Решение задач на определение ценовой стратегии.	2/2	
<b>Тема 2.7</b> <b>Методы ценового стимулирования продаж</b>	<b>Содержание</b>	<b>6/2</b>
	1. Понятие и цели ценового стимулирования продаж	4
	2. Методы стимулирования продаж	
	3. Скидки и надбавки к цене	
	4. Причины и условия изменения текущих цен	
	5. Оценка ценовых решений в торговле	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>2/2</b>
<b>Практическое занятие № 12</b> Решение задач на оценку целесообразности и эффективности ценовых мероприятий по стимулированию продаж Решение задач на определение скидок от цены продаж и покупок. Предложения скидок при разработке программы лояльности для постоянных покупателей	2/2	
<b>Тема 2.8</b> <b>Ценообразование во внешнеэкономической деятельности</b>	<b>Содержание</b>	<b>8/2</b>
	1. Внешнеторговые операции и ценообразование	6
	2. Экспортно-импортные цены	
	3. Таможенные пошлины и тарифы	
	4. Порядок исчисления таможенных пошлин	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>2/2</b>
<b>Практическое занятие № 13</b> Решение задач на определение базисной экспортной цены. Расчет импортных внешнеторговых цен Расчет эффективности сделки на основе экспортно-импортных цен	2/2	

<b>Тема 2.9. Налоги и ценообразование</b>	<b>Содержание</b>	<b>16/2</b>
	1. Налоги в составе цены	14
	2. Акцизы	
	3. Налог на добавленную стоимость	
	4. Налоговый контроль за ценообразованием.	
<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>2/2</b>	
	<b>Практическое занятие № 14</b> Расчет суммы акциза. Расчет на определение ставки и суммы налога на добавленную стоимость. Расчет цены с НДС по разным ставкам. Расчет суммы НДС к возмещению/вычету из цены поставки товара.	2/2
<b>Тема 2.10 Государственная политика и ценообразование</b>	<b>Содержание</b>	<b>10/2</b>
	1. Государственная ценовая политика и регулирование цен	8
	2. Государственный контроль ценообразования и применения цен	
	3. Единая тарифная политика базовых отраслей Российской Федерации	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>2/2</b>
	<b>Практическое занятие № 15</b> Решение задач на определение уровня регулирования оптовой и розничной цены	2/2
<b>Производственная практика раздела МДК.02.02 Ценообразование в торговой деятельности</b> <b>Виды работ</b> Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации. Проведения маркетингового исследования в установленные сроки с использованием инструментов комплекса маркетинга и сквозных цифровых технологий: -исследования рынка (определение емкости рынка и доли рынка); -изучение потребителей (исследование потребительских привычек и предпочтений, процесса принятия решения о покупке, уровня удовлетворенности и лояльности потребителей, сегментация потребителей и выбор целевого сегмента); -исследование продукта (тестирование концепции нового товара, тестирование товара); -исследование цены (чувствительности к цене, эластичности спроса по цене); -исследования рекламы (тестирование рекламных концепций и материалов, исследование эффективности рекламной кампании) рынка. Выявление конкурентов исследуемого торгового предприятия. Определение конкурентных преимуществ исследуемого торгового предприятия на внутреннем и внешних рынках Подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров, повышения объемов продаж торговой организации. Оформление результатов маркетингового исследования Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках. Оформление результатов анализа ценовой политики и ценовой стратегии торгового предприятия. Представление презентации по итогам анализа ценообразования торгового предприятия. Проверка обоснованности заявленных цен на товары, работы, услуги		<b>108</b>

<p>Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации</p> <p>Разработка и заполнение финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением специализированных программных продуктов</p> <p>Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов.</p> <p>Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования.</p> <p>Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода.</p> <p>Расчеты цен и себестоимости.</p> <p>Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении</p> <p>Составление плана переменных расходов</p> <p>Расчет точки безубыточности</p> <p>Составление бюджета доходов и расходов</p> <p>Составление бюджета движения денежных средств</p> <p>Составление прогнозного баланса</p> <p>Определение и обоснование источников финансирования</p> <p>Расчеты процентов за пользование заемными средствами и составление графика возврата заемных средств</p> <p>Расчет дисконтированного периода окупаемости проекта (DiscountedPaybackPeriod)</p> <p>Расчет чистой текущей стоимости проекта (NetPresentValue)</p> <p>Расчет внутренней нормы доходности проекта (InternalRateofReturn)</p> <p>Расчет индекса прибыльности проекта (IndexofProfitability)</p> <p>Расчеты других значимых показателей (ARR, MIRR, ROE, ROI, EBIT, EBITDA)</p> <p>Разработка мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности.</p>		
<b>Раздел 3. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы</b>		<b>132/40</b>
<b>МДК 02.03. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы</b>		<b>132/40</b>
<b>Тема 3.1.</b>	<b>Содержание</b>	<b>6/2</b>
<b>Предпринимательская идея и ее выбор</b>	1. Понятие и содержание предпринимательства. Деловые интересы в предпринимательстве. Предпринимательская идея и ее выбор Источники формирования предпринимательских идей. Методы выработки предпринимательских идей.	4
	2.Процесс генерации предпринимательской идеи. Общая схема предпринимательских действий. Основные типы ключевых факторов успеха.	
	3. Основные стадии жизненного цикла товара: генерирование деловой идеи, экспертная оценка идей, сбор и анализ рыночной информации, экспертная оценка информации, полученной в процессе осмысления идеи, принятие предпринимательского решения	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>2/2</b>
	<b>Практическое занятие 1:</b> Разработка товарной модификации, ввод товара.	2/2
<b>Тема 3.2.</b>	<b>Содержание</b>	<b>10/2</b>
<b>Технология, основные принципы</b>	<b>1.</b> Технология управления бизнесом. Основные понятия, категории и объекты управления бизнесом.	8

<b>и структура управления бизнесом</b>	Принципы управления. Система управления: субъект, объект, прямые и обратные связи. Понятие предпринимательской единицы.	
	<b>2.</b> Понятие организационной структуры управления предпринимательской единицей. Факторы, определяющие выбор типа организационных структур управления.	
	<b>3.</b> Информационные и технические средства управления бизнесом. Показатели оценки эффективности управления бизнесом.	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>2/2</b>
	<b>Практическое занятие 2:</b> Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы	2/2
<b>Тема 3.3. Бизнес-план и его роль в современном предпринимательстве</b>	<b>Содержание</b>	<b>12/6</b>
	<b>1.</b> Бизнес-планирование как элемент экономической политики организации. Основные цели составления бизнес-плана. Финансовые цели бизнес-планирования. Классификация основных типов бизнес-планов. Основные цели составления внутренних бизнес-планов.	6
	<b>2.</b> Инвестиционный план как разновидность бизнес-плана. Характеристика, назначение, перспективы и область применения. Основные цели составления инвестиционных бизнес-планов.	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>6/6</b>
	<b>Практическое занятие 3.</b> Составление визитки команды. Влияние визитки команды, имиджа и деловой репутации разработчиков бизнес-плана на принятие решения инвестора.	2/2
	<b>Практическое занятие 4.</b> Определение миссии, цели, задачи бизнеса. Определение формы ведения предпринимательской деятельности.	2/2
	<b>Практическое занятие 5.</b> Определение типов бизнес-плана	2/2
<b>Тема 3.4. Структура и функции бизнес-плана</b>	<b>Содержание</b>	<b>8/4</b>
	<b>1.</b> Основные функции бизнес-плана. Основные правила и схема построения процесса разработки бизнес-плана.	4
	<b>2.</b> Технология разработки и структура бизнес-плана	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>4/4</b>
	<b>Практическое занятие 5.</b> Формирование и описание бизнес-идеи	2/2
	<b>Практическое занятие 6.</b> Первоначальная подготовка резюме бизнес-плана. Инвестиционное предложение.	2/2
<b>Тема 3.5. Основные источники финансирования предпринимательской единицы.</b>	<b>Содержание</b>	<b>12/8</b>
	<b>1.</b> Государственное регулирование инвестиционной деятельности. Источники финансирования и анализ инвестиций в структуре бизнес-плана. Основные источники финансирования предпринимательской единицы: банковские и коммерческие кредиты, лизинг, франчайзинг. Венчурное финансирование. Бизнес-ангелы.	4
	<b>2.</b> Система налогов и сборов Российской Федерации. Виды систем налогообложения в России. Налоговое планирование как источник финансирования предпринимательской единицы.	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>8/8</b>

	<b>Практическое занятие 7–8.</b> Расчет размеров выплат по процентным ставкам кредитования, лизинговым операциям, договорам франчайзинга.	4/4
	<b>Практическое занятие 9–10.</b> Выбор системы налогообложения для ведения бизнеса.	4/4
<b>Тема 3.6.</b> <b>Анализ и оценка рисков</b>	<b>Содержание</b>	<b>12/2</b>
	<b>1.</b> Виды предпринимательских рисков. Экспертный анализ рисков. Количественный анализ риска. Методика оценки предпринимательских рисков.	8
	<b>2.</b> Модель Остервальдера и Пинье.	
	<b>3.</b> Страхование рисков и иные способы минимизации рисков.	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>2/2</b>
	<b>Практическое занятие 11.</b> Применение Pest – анализа с целью определения предпринимательских рисков. Выбор форм страхования предпринимательских рисков.	2/2
<b>Тема 3.7.</b> <b>Технология разработки разделов бизнес-плана предпринимательской единицы</b>	<b>Содержание</b>	<b>26/12</b>
	<b>1.</b> Общая характеристика бизнеса, описание предпринимательской единицы. Описание модели Остервальдера для разработки бизнес-моделей.	14
	<b>2.</b> Краткая характеристика проекта. Описание бизнес-идеи. Матрица Ансоффа и стратегии роста бизнеса.	
	<b>3.</b> Факторы инвестиционной привлекательности бизнес-проекта.	
	<b>4.</b> План маркетинга. Применение метода 5W Шеррингтона для сегментации рынка. Сегменты рынка B2B, B2C, B2G, C2C, их характеристика и отличия. Характеристика рынков сбыта.	
	<b>5.</b> Производственный и организационный план.	
	<b>6.</b> Финансовый план.	
	<b>7.</b> Резюме бизнес-плана.	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>12/12</b>
	<b>Практическое занятие 12.</b> Описание предпринимательской единицы/компании/бизнеса.	2/2
	<b>Практическое занятие 13.</b> Разработка логотипа фирмы и составление слогана с применением специализированных цифровых инструментов.	2/2
	<b>Практическое занятие 14.</b> Оценка целевого рынка. Применение метода 5W Шеррингтона для определения целевой аудитории.	2/2
	<b>Практическое занятие 15.</b> Составление анкеты для опроса потенциальных клиентов, проведение опроса в сети Интернет, социальных мессенджерах и иных цифровых аналогах.	2/2
	<b>Практическое занятие 16.</b> Планирование рабочего процесса. Определение бизнес-процессов и составление схемы ведения предпринимательской деятельности.	2/2
	<b>Практическое занятие 17.</b> Разработка организационной структуры управления компании. Структурные подразделения компании, их описание и функциональное назначение.	2/2
<b>Тема 3.8.</b> <b>Финансовое моделирование деятельности предпринимательской единицы</b>	<b>Содержание</b>	<b>10/4</b>
	<b>1.</b> Финансовое планирование как раздел бизнес-плана. Основные этапы составления финансового плана компании. Методика расчета финансовых показателей.	6
	<b>2.</b> Расчет точки безубыточности.	

	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>4/4</b>
	<b>Практическое занятие 18.</b> Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов. Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования. Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода. Определение рыночной цены товара. Расчет себестоимости товара, определение розничной цены.	2/2
	<b>Практическое занятие 19.</b> Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении. Составление плана переменных расходов. Расчет точки безубыточности по данным реального бизнес-плана	2/2
<b>Тема 3.9. Методы оценки эффективности инвестиционного проекта</b>	<b>Содержание</b>	<b>10/2</b>
	<b>1.</b> Основные показатели оценки экономической эффективности инвестиционного проекта. Методы оценки инвестиционных проектов.	8
	<b>2.</b> Выбор ставки дисконтирования. Обоснование выбора ставки дисконтирования. Расчет простого периода окупаемости проекта (PaybackPeriod)	
	<b>3.</b> Основные показатели оценки социальной эффективности инвестиционного проекта	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>2/2</b>
	<b>Практическое занятие 20.</b> Расчет экономической окупаемости инвестиционного проекта с учетом различных сценариев. Расчет основных показателей оценки экономической эффективности инвестиционного проекта: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Расчет дисконтированного периода окупаемости проекта (DiscountedPaybackPeriod)</li> <li>- Расчет чистой текущей стоимости проекта (NetPresentValue)</li> <li>- Расчет внутренней нормы доходности проекта (InternalRateofReturn)</li> <li>- Расчет индекса прибыльности проекта (IndexofProfitability)</li> <li>- Расчеты других значимых показателей (ARR, MIRR, ROE, ROI, EBIT, EBITDA)</li> </ul> Разработка бизнес-плана с применением специализированных программных продуктов (по выбору образовательной организации) Оформление и презентация бизнес-плана / инвестиционного проекта	2/2
<b>Тема 3.10. Современные программные продукты, используемые для разработки и презентации бизнес-плана/инвестиционного проекта</b>	<b>Содержание</b>	<b>26</b>
	<b>1.</b> Специализированные программные продукты, используемые для составления бизнес-плана, разработки финансовой модели бизнеса и презентации инвестиционного проекта.	26
	<b>2.</b> Основные правила оформления презентаций инвестиционного проекта	
<b>Промежуточная аттестация</b>		<b>18</b>
<b>Всего</b>		<b>562</b>

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

#### **3.1. Материально-техническое обеспечение реализации программы**

Для реализации программы профессионального модуля предусмотрены следующие специальные помещения:

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

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

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

#### **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

Для реализации программы библиотечный фонд колледжа имеет печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендованные для использования в образовательном процессе.

##### **3.2.1. Основные печатные и электронные издания**

1. Волков, А. С. Бизнес-планирование: учебное пособие / А.С. Волков, А.А. Марченко. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2024. — 81 с. — (Среднее профессиональное образование). — DOI: <https://doi.org/10.12737/1764-7>. - ISBN 978-5-369-01764-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2107320>
2. Ценообразование: учебник / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева, Е.С. Глазова [и др.]; под ред. В.А. Слепова. — 3-е изд. — Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2023. — 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1840489>.

1.

##### **3.2.2. Дополнительные источники**

3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ (в действующей редакции)
4. "Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 05.08.2000 N 117-ФЗ (в действующей редакции)
5. Федеральный закон от 18.07.2011 N 223-ФЗ (в действующей редакции) "О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц"
6. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ (в действующей редакции) "О защите конкуренции"
7. Федеральный закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ (в действующей редакции) "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации"
8. "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)
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://www.smbn.ru/>
12. Фонд поддержки малого предпринимательства: <https://biznesprost.com/interesno/fond-podderzhki-malogo-predprinimatelstva.html>
13. 10 лучших бизнес-инкубаторов России: <https://viafuture.ru/privlechenie-investitsij/biznes-inkubatory-v-rossii>

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код и наименование общих и профессиональных компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Формы и методы оценки
ПК 2.1	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Составляет план проведения маркетингового исследования</li> <li>– Устанавливает сроки и требования к проведению маркетингового исследования</li> <li>– Определяет маркетинговые инструменты, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования</li> <li>– Осуществляет поиск первичной и вторичной маркетинговой информации</li> </ul>	<p>Устный/письменный опрос.</p> <p>Тестирование.</p> <p>Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.</p> <p>Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.</p>
ПК 2.2	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Устанавливает конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках</li> <li>– Рассчитывает показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов</li> <li>– Разрабатывает предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации</li> <li>– Использует программные продукты в системе продвижения товаров (услуг) организации</li> </ul>	<p>Экспертная оценка контрольных / проверочных работ.</p> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.</p>
ПК 2.3	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Проводит сбор, мониторинг и систематизирует ценовые показатели товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий</li> </ul>	<p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p>
ПК 2.4	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Обосновывает конкурентные преимущества товара на внешнем и внутренних рынках</li> </ul>	<p>Экспертная оценка создания и представления презентаций.</p>
ПК 2.5	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Соблюдает правила и принципы разработки бизнес-плана (полнота и точность составления разделов бизнес-плана)</li> <li>– Использует информационные технологии в процессе составления бизнес-плана</li> <li>– Использует информацию специализированных сайтов для организации работы по составлению</li> </ul>	<p>Экспертная оценка создания и представления презентаций.</p>

	бизнес-плана.	Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.
ПК 2.6	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Рассчитывает и обосновывает результаты анализа финансовых результатов деятельности организации</li> <li>– Применяет различные платформы в системе продвижения товаров (услуг) организации</li> </ul>	Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.
ПК 2.7	– Обосновывает разработанные мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности	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.
ПК 2.8	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Составляет план сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы</li> <li>– Выявляет проблемы и риски предпринимательской деятельности</li> </ul>	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: <ul style="list-style-type: none"> <li>– на практических занятиях;</li> <li>– при выполнении работ на различных этапах учебной практики;</li> <li>– при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества.</li> </ul>
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;</li> <li>– Выделяет составные части и определяет этапы решения задачи;</li> <li>– Выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы;</li> <li>– Составляет план действия и определяет необходимые ресурсы;</li> <li>– Демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;</li> </ul> <p>Реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).</p>	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: <ul style="list-style-type: none"> <li>– на практических занятиях;</li> <li>– при выполнении работ на различных этапах учебной практики;</li> <li>– при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества.</li> </ul>
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> <li>– определяет задачи для поиска информации и их необходимые источники и планирует процесс поиска;</li> <li>– структурирует и выделяет наиболее значимое в полученной информации;</li> <li>– оценивает практическую значимость результатов поиска и оформляет его результаты;</li> </ul> <p>применяет средства информационных технологий, использует современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</p>	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: <ul style="list-style-type: none"> <li>– на практических занятиях;</li> <li>– при выполнении работ на различных этапах учебной практики;</li> <li>– при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества.</li> </ul>

ОК 03	<ul style="list-style-type: none"> <li>– определяет актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;</li> <li>– применяет современную научную профессиональную терминологию;</li> </ul> <p>определяет и выстраивает траектории профессионального развития и самообразования</p>	
ОК 04	<p>эффективно взаимодействует с преподавателями, обучающимися в ходе профессиональной деятельности.</p>	
ОК 05	<p>грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявляя толерантность в рабочем коллективе</p>	
ОК 07	<p>выполняет работы с соблюдением принципов бережливого производства и ресурсосбережения</p>	
ОК 09	<ul style="list-style-type: none"> <li>– понимает общий смысл четко произнесенных высказываний и текстов на профессиональные темы;</li> <li>– участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;</li> <li>– строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;</li> </ul> <p>пишет простые связные сообщения на интересующие профессиональные темы.</p>	

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**ПМ.03 «ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА  
(ПО ВЫБОРУ)»**

**2024 год**

## ***СОДЕРЖАНИЕ***

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО  
МОДУЛЯ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО  
МОДУЛЯ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 «ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА (ПО ВЫБОРУ)»

Программа профессионального модуля является обязательной частью основной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденным приказом 38.02.08 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства Просвещения Российской Федерации от 19.07.2023 № 548.

## 1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

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

### 1.1.1. 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

### 1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 3 н.4.	Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору)
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

<b>ПК 3.4</b>	Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество;
<b>ПК 3.5</b>	Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика
<b>ПК 3.6</b>	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"> <li>– проведения технического анализа аудируемого веб-сайта;</li> <li>– проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта;</li> <li>– проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта;</li> <li>– анализа поисковой выдачи;</li> <li>– анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи;</li> <li>– анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";</li> <li>– определения стратегии поискового продвижения;</li> <li>– проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении;</li> <li>– анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем;</li> <li>– определения стратегии продвижения в социальных сетях;</li> <li>– размещения текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>– размещения медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>– разработки лендинга;</li> <li>– анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы;</li> <li>– анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании;</li> <li>– составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.</li> </ul>
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>– выявлять технические ошибки в работе веб-сайта;</li> <li>– документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта;</li> <li>– формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);</li> <li>– выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов;</li> <li>– выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины;</li> <li>– использовать инструменты для проведения технического аудита;</li> <li>– определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче;</li> <li>– составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;</li> <li>– актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";</li> <li>– анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины;</li> <li>– составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;</li> <li>– анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и</li> </ul>

	<p>словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию;</li> <li>– определять маркетинговые стратегии;</li> <li>– составлять smm-стратегии;</li> <li>– составлять контент-планы;</li> <li>– создавать стратегии продвижения;</li> <li>– сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;</li> <li>– разрабатывать уникальные торговые предложения;</li> <li>– разрабатывать рекламные модули;</li> <li>– создавать стратегии продвижения;</li> <li>– сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;</li> <li>– обосновывать выбор целевой аудитории;</li> <li>– создавать тексты и рекламные слоганы;</li> <li>– создавать тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций;</li> <li>– различать виды текстов;</li> <li>– рассчитывать бюджет на создание лендинга;</li> <li>– писать техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций;</li> <li>– определять СТА для лендингов;</li> <li>– работать с бесплатными сервисами создания лендингов;</li> <li>– создавать уникальное торговое предложение для определенных задач, работать с сервисами рассылок;</li> <li>– составлять информационно-аналитические справки;</li> <li>– оформлять отчетные документы.</li> </ul>
Знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>– основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;</li> <li>– основы веб-технологии;</li> <li>– основы веб-дизайна;</li> <li>– основы компьютерной грамотности;</li> <li>– методы обработки текстовой информации;</li> <li>– правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;</li> <li>– основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита;</li> <li>– правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации;</li> <li>– основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;</li> <li>– способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта;</li> <li>– особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;</li> <li>– особенности функционирования современных поисковых машин;</li> <li>– правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;</li> <li>– внутренние ошибки веб-сайта, влияющие на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок;</li> <li>– особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;</li> <li>– правила составления и критерии качества списка ключевых слов и словосочетаний;</li> <li>– стандарты делового общения в письменной и устной форме;</li> <li>– особенности функционирования современных поисковых машин;</li> <li>– правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы);</li> <li>– методы обработки текстовой и графической информации;</li> <li>– основы копирайтинга и веб-райтинга;</li> <li>– основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна;</li> <li>– правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;</li> <li>– перечень (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «интернет»;</li> <li>– особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа;</li> <li>– основы разработки и поддержки сайтов/лендингов;</li> <li>– основы гипертекстовой разметки;</li> <li>– стандарты верстки веб-сайтов;</li> <li>– принципиальные отличия лендингов от сайтов;</li> <li>– сервисы для автоматизации рассылок;</li> <li>– методы обработки текстовой информации и графической информации.</li> </ul>
--	---

## **1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля**

Всего часов 412 часов,

в том числе в форме практической подготовки 240 часов

Из них на освоение МДК 214 часов,

Практики, в том числе

учебная практика-108часов

производственная 72 часа.

Промежуточная аттестация -.18 часов

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 «ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА (ПО ВЫБОРУ)»

### 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. Технология интернет-маркетинга	<b>214</b>	<b>60</b>	214	60	-	-	18	-	-
	Учебная практика	<b>108</b>	<b>108</b>						<b>108</b>	
	Производственная практика	<b>72</b>	<b>72</b>							<b>72</b>
	Промежуточная аттестация	<b>18</b>								
	<b>Всего:</b>	<b>412</b>	<b>240</b>	<b>214</b>	<b>60</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>18</b>	<b>108</b>	<b>72</b>

**2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ) ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору)**

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, ак. ч / в том числе в форме практической подготовки, ак. ч
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
<b>Раздел 1. Технология интернет-маркетинга</b>		<b>214/60</b>
<b>МДК.03.01 Технология интернет-маркетинга</b>		<b>214/60</b>
<b>Тема 1.1. Основы маркетинга</b>	<p><b>Содержание</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Процесс управления маркетингом, основные этапы, проблемы реализации.</li> <li>2. Сегментирование рынка и позиционирование товара на рынке.</li> <li>3. Организация службы маркетинга на предприятии.</li> <li>4. Маркетинговая среда предприятия в рыночной экономике.</li> <li>5. Основные факторы микросреды функционирования фирмы.</li> <li>6. Основные факторы макросреды функционирования фирмы.</li> <li>7. Жизненный цикл товаров: основные стадии.</li> <li>8. Продвижение товаров и услуг.</li> </ol> <p><b>В том числе практических занятий</b></p> <p><b>Практическое занятие 1.</b> Разработка схемы жизненного цикла товаров</p>	<p><b>14/2</b></p> <p>12</p> <p><b>2/2</b></p> <p><b>2/2</b></p>
<b>Тема 1.2. Определение и характеристики интернет-маркетинга</b>	<p><b>Содержание</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Цели и задачи интернет-маркетинга. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу.</li> <li>2. Основные клиенты интернет-маркетинга.</li> <li>3. Преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей</li> <li>4. Маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы и информационные системы</li> </ol>	<p><b>10</b></p> <p>10</p>
<b>Тема 1.3. Инновации в маркетинге</b>	<p><b>Содержание</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Сервисные программы для оценки потребительской ценности. Программы лояльности</li> <li>2. Новые решения для рекламы: Digital Signage, Indoor TV.</li> </ol>	<p><b>20/4</b></p> <p>16</p>

	<b>3. Информационные системы управления опытом потребителей</b>	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>4/4</b>
	<b>Практическое занятие 2.</b> Разработка форм опроса для сайта произвольной компании с целью определения отношения клиентов к ее товарам (услугам) с использованием цифровых технологий и электронной почты клиента	2/2
	<b>Практическое занятие 3.</b> 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.	2/2
<b>Тема 1.4</b>	<b>Содержание</b>	<b>20/6</b>
<b>Целевая аудитория проекта в интернет-маркетинге</b>	<b>1.</b> Понятие «целевая аудитория», виды целевой аудитории и способы ее анализа.	14
	<b>2.</b> Определение, сегментация и составление портрета целевой аудитории проекта.	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>6/6</b>
	<b>Практическое занятие 4.</b> Анализ внешней среды предприятия	2/2
	<b>Практическое занятие 5.</b> Анализ внутренней среды предприятия	2/2
	<b>Практическое занятие 6.</b> 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	2/2
<b>Тема 1.5.</b>	<b>Содержание</b>	<b>26/10</b>
<b>Анализ готовности веб-сайта к продвижению</b>	<b>1.</b> Исследование основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, веб-технологии, веб-дизайна, компьютерной грамотности	16
	<b>2.</b> Методы обработки текстовой информации, правила реферирования, аннотирования и цитирования текстов,	
	<b>3.</b> Основы письменной деловой коммуникации использования инструментов для проведения технического аудита	
	<b>4.</b> Правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации.	
	<b>5.</b> Основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин. Способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>10/10</b>
	<b>Практическое занятие 7.</b> Выявление технических ошибок в работе веб-сайта и их документирование	2/2
	<b>Практическое занятие 8.</b> Разработка предложений по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити)	2/2
	<b>Практическое занятие 9.</b> Выявление и анализ технических преимуществ веб-сайтов	2/2

	конкурентов	
	<b>Практическое занятие 10.</b> Исследование особенностей эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющих на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины	2/2
	<b>Практическое занятие 11.</b> Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита	2/2
<b>Тема 1.6.</b> <b>Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</b>	<b>Содержание</b>	<b>42/18</b>
	<b>1.</b> Анализ внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок, особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов.	<b>24</b>
	<b>2.</b> Организация правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний, стандартов делового общения в письменной и устной форме, особенностей функционирования современных поисковых машин.	
	<b>3.</b> Анализ правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта.	
	<b>4.</b> Правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы).	
	<b>5.</b> Методы обработки текстовой и графической информации основ копирайтинга и веб-рейтинга.	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>18/18</b>
	<b>Практическое занятие 12.</b> Анализ практических ситуаций на определение факторов, влияющих на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче. Составление списка ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи.	2/2
	<b>Практическое занятие 13.</b> 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.	2/2
	<b>Практическое занятие 14.</b> Анализ практических ситуаций по составлению списка ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин	2/2
	<b>Практическое занятие 15.</b> Анализ релевантности составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта, анализ списка ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию	2/2
	<b>Практическое занятие 16.</b> Создание информационных материалов методического характера	2/2
	<b>Практическое занятие 17.</b> Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем	2/2
<b>Практическое занятие 18.</b> Анализ конкурентов. Анализ результатов поиска не менее 5	2/2	

	аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, и составление аналитической справки, в которой проведен анализ проектов (конкурентов) не менее чем по 5 критериям.	
	<b>Практическое занятие 19.</b> Составление таблицы сравнительного анализа аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, проведение анализа проектов.	2/2
	<b>Практическое занятие 20.</b> Выявление страниц и (или) аккаунтов проектов (конкурентов) с проведением сравнительного анализа	2/2
<b>Тема 1.7.</b> <b>Разработка стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализация в сети «Интернет»</b>	<b>Содержание</b>	<b>18/6</b>
	<b>1.</b> Понятие «стратегия продвижения». Виды и закономерности стратегии продвижения. Концепция продвижения, цели и задачи продвижения.	12
	<b>2.</b> Целевая аудитория, модели поведения аудитории и методы влияния на нее	
	<b>3.</b> Понятие «социальная сеть», общие принципы работы виртуальных социальных сетей.	
	<b>4.</b> SMM-стратегия, методы измерения эффективности, методы создания контента.	
	<b>5.</b> Стратегия продаж через «блогосферу»	
	<b>6.</b> Понятие и значение контент-плана в интернет-маркетинге. Виды контент-планов.	
	<b>7.</b> Содержание контент-плана	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>6/6</b>
	<b>Практическое занятие 21.</b> Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях Составление рубрикатора с предоставлением не менее трех тем для каждой рубрики, определение форматов постов и описания требований к ним	2/2
<b>Практическое занятие 22.</b> Разработка примеров для ведения аккаунтов / сообществ в социальных сетях, в том числе стиль текста, дизайн и оформление Разработка и анализ контент-плана для коммерческого предприятия	2/2	
<b>Практическое занятие 23.</b> Разработка и анализ контент-плана для производственного предприятия Разработка и анализ контент-плана для образовательного учреждения	2/2	
<b>Тема 1.8</b> <b>Организация и проведение рекламных кампаний в социальных медиа, для привлечения пользователей в интернет-сообщество</b>	<b>Содержание</b>	<b>14/2</b>
	<b>1.</b> Изучение перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «Интернет»	12
	<b>2.</b> Особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа	
	<b>3.</b> Характеристика социальных медиа	
	<b>4.</b> Анализ рекламных модулей.	
	<b>5.</b> Анализ уникальных торговых предложений и рекламных рассылок	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>2/2</b>
<b>Практическое занятие 24.</b> Разработка уникальных торговых предложений. Разработка рекламных модулей. Разработка стратегии продвижения товара. Создание рекламных текстов и	2/2	

	слоганов для продвижения товара	
<b>Тема 1.9. Создание лендинга</b>	<b>Содержание</b>	<b>16/8</b>
	<b>1.</b> Понятие «landing page», классификация, этапы проектирования, структура.	8
	<b>2.</b> Конструкторы для создания «landing page».	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>8/8</b>
	<b>Практическое занятие 25.</b> Разработка лендинга для коммерческого предприятия	2/2
	<b>Практическое занятие 26.</b> Разработка лендинга для производственного предприятия	2/2
	<b>Практическое занятие 27.</b> Разработка лендинга для образовательного учреждения	2/2
	<b>Практическое занятие 28.</b> Тестирование, внедрение и защита лендинга в сети «Интернет»	2/2
<b>Тема 1.10. Анализ эффективности в интернет-маркетинге</b>	<b>Содержание</b>	<b>14/4</b>
	<b>1.</b> Концепции эффективности в интернет-маркетинге.	10
	<b>2.</b> Методы измерения в интернете.	
	<b>3.</b> Методы идентификации посетителей.	
	<b>4.</b> Измерение эффективности интернет-маркетинга.	
	<b>5.</b> Анализ рекламной компании по стоимости клиентов и конверсии.	
	<b>В том числе практических занятий</b>	<b>4/4</b>
	<b>Практическое занятие 29.</b> Анализ технологии меток. Анализ результатов маркетинговой активности	2/2
	<b>Практическое занятие 30.</b> Анализ производных данных о пользователе. Расчет стоимости рекламной кампании. Анализ принципов медиа планирования в интернете	2/2
<b>Курсовой проект (работа)</b> <b>Тематика курсовых проектов (работ) раздела 2</b> 1. Инфляция: понятие, виды, методы измерения и анализа и ее влияние на цену 2. Отраслевые особенности ценообразования 3. Прибыль предприятия как составная часть цены 4. Ценообразующие факторы, понятие и влияние на цену 5. Понятие ценовой политики. Принципы ценообразования 6. Понятие ценовой стратегии и ее виды 7. Акциз как составляющая цены. Порядок исчисления 8. Конкуренция и ее влияние на цену 9. Ценообразование в торговле 10. Себестоимость продукции как составная часть цены. Ее виды и статьи затрат.		

<p>11. Прямые и косвенные методы государственного регулирования цен.</p> <p>12. Ценообразование на рынке строительных услуг.</p> <p>13. Мировая цена, ее определение и виды. Цены международных контрактов.</p> <p>14. Ценообразование в общественном питании.</p> <p>15. Затратные и эконометрические методы ценообразования.</p> <p>16. Закон спроса и предложения и его влияние на цену.</p> <p>17. Налог на добавленную стоимость как составляющая часть цены.</p> <p>18. Порядок формирования цен на импортные товары.</p> <p>19. Особенности формирования цен на автотранспортные услуги.</p> <p>20. Таможенные пошлины. Виды, порядок исчисления и взимания.</p> <p>21. Таможенная стоимость и ее исчисление в практике ценообразования.</p> <p>22. Методы ценового стимулирования продаж</p> <p>23. Трансфертное ценообразование и контролируемые сделки</p> <p>24. Ценообразование по внешнеторговым сделкам</p> <p>Имидж торгового предприятия и репутация торгового персонала, их влияние на политику и стратегии ценообразования</p>	
<p><b>Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту (работе)</b></p> <p>1. Выбор темы курсовой работы, формулировка актуальности исследования, определение цели, постановка задач.</p> <p>2. Подбор источников и литературы, проверка актуальности, предлагаемой в них информации, составление библиографического списка и плана курсовой работы.</p> <p>3. Теоретический анализ источников и литературы, определение понятийного аппарата. Систематизация собранного фактического и цифрового материала путем сведения его в таблицы, диаграммы, графики и схемы.</p> <p>4. Написание введения курсовой работы. Формулировка актуальности, цели, задач, объекта, предмета, методов предстоящего исследования</p> <p>5. Обобщение теоретических аспектов по проблеме исследования в главе первой курсовой работы</p> <p>6. Оформление результатов практических исследований в главе второй курсовой работы</p> <p>7. Подбор и оформление приложений по теме курсовой работы.</p> <p>8. Составление заключения курсовой работы, содержащее выводы и предложения по результатам проведенных исследований</p> <p>9. Требования к содержанию и подготовка презентации курсовой работы</p> <p>Защита курсовой работы</p>	<p><b>20</b></p>
<p><b>Учебная практика</b></p> <p><b>Виды работ</b></p> <p>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.</p> <p>2. Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита.</p> <p>3. Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном</p>	<p><b>108</b></p>

<p>пространстве на основе данных из поисковых систем.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях.</li> <li>5. Разработка и анализ контент-плана для разных типов предприятий.</li> <li>6. Разработка уникальных торговых предложений.</li> <li>7. Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара.</li> <li>8. Анализ результатов маркетинговой активности.</li> <li>9. Расчет стоимости рекламной кампании.</li> </ol>	
<p><b>Производственная практика</b>  <b>Виды работ</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта.</li> <li>2. Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта.</li> <li>3. Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.</li> <li>4. Анализ поисковой выдачи.</li> <li>5. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи.</li> <li>6. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</li> <li>7. Определение стратегии поискового продвижения.</li> <li>8. Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении.</li> <li>9. Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.</li> <li>10. Определение стратегии продвижения в социальных сетях.</li> <li>11. Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</li> <li>12. Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</li> <li>13. Разработка лендинга.</li> <li>14. Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы.</li> <li>15. Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании.</li> </ol> <p>Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории.</p>	<p><b>72</b></p>
<p><b>Промежуточная аттестация</b></p>	<p><b>18</b></p>
<p><b>Всего</b></p>	<p><b>412</b></p>

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

#### **3.1. Материально-техническое обеспечение реализации программы**

Для реализации программы профессионального модуля предусмотрены следующие специальные помещения:

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

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

#### **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

Для реализации программы библиотечный фонд колледжа имеет печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендованные для использования в образовательном процессе.

##### **3.2.1. Основные печатные и электронные издания**

1. Герасимов, Б. И. Маркетинг: учебное пособие / Б.И. Герасимов, В.В. Жариков, М.В. Жарикова. — 2-е изд. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2024. — 320 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-018783-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2056806>

2. Лукина, А. В. Маркетинг: учебное пособие / А.В. Лукина. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2024. — 238 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-694-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2110941>

**4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

Код и наименование общих и профессиональных компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Формы и методы оценки
ПК 3.1	<ul style="list-style-type: none"> <li>– выявляет технические ошибки в работе веб-сайта;</li> <li>– документирует выявленные ошибки в работе веб-сайта;</li> <li>– формулирует предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);</li> <li>– выявляет технические преимущества веб-сайтов конкурентов;</li> <li>– выявляет особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины;</li> <li>– использует инструменты для проведения технического аудита</li> </ul>	<p>Устный/письменный опрос.</p> <p>Тестирование.</p> <p>Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.</p> <p>Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.</p>
ПК 3.2	<ul style="list-style-type: none"> <li>– определяет факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче;</li> <li>– составляет список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;</li> <li>– актуализирует информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</li> <li>– анализирует собранную информацию и принимает решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины;</li> <li>– составляет список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;</li> <li>– анализирует релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта;</li> <li>– анализирует список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию</li> </ul>	<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> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных</p>
ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> <li>– определяет маркетинговые стратегии;</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– составляет SMM-стратегии;</li> <li>– составляет контент-планы;</li> <li>– создает стратегии продвижения;</li> <li>– проводит сегментацию целевой аудитории для разных задач и продуктов</li> </ul>	<p>олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p> <p>Экспертная оценка создания и представления презентаций.</p>
ПК 3.4	<ul style="list-style-type: none"> <li>– разрабатывает уникальные торговые предложения;</li> <li>– разрабатывает рекламные модули;</li> <li>– создает стратегии продвижения;</li> <li>– сегментирует целевую аудиторию для разных задач и продуктов;</li> <li>– обосновывает выбор целевой аудитории;</li> <li>– создает тексты и рекламные слоганы</li> </ul>	<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"> <li>– создает тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций;</li> <li>– различает виды текстов;</li> <li>– рассчитывает бюджет на создание лендинга;</li> <li>– составляет техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций;</li> <li>– определяет СТА для лендингов;</li> <li>– работает с бесплатными сервисами создания лендингов;</li> <li>– создает уникальное торговое предложение для определенных задач;</li> <li>– работает с сервисами рассылок.</li> </ul>	<p>Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.</p>
ПК 3.6	<ul style="list-style-type: none"> <li>– составляет информационно-аналитические справки;</li> <li>– оформляет отчетные документы.</li> </ul>	<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 01	<ul style="list-style-type: none"> <li>– распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;</li> <li>– выделяет составные части и определяет этапы решения задачи;</li> <li>– выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы;</li> <li>– составляет план действия и определяет необходимые ресурсы;</li> <li>– демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;</li> <li>– реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</li> </ul>	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p>
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> <li>– определяет задачи для поиска информации, необходимые источники и планирует процесс поиска;</li> <li>– структурирует получаемую</li> </ul>	<p>– на практических занятиях</p>

	<p>информацию, выделяет наиболее значимое в перечне информации и оценивает практическую значимость результатов поиска;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– оформляет результаты поиска, применяя средства информационных технологий для решения профессиональных задач; используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</li> </ul>	<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"> <li>– демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды;</li> <li>– в ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ</li> </ul>	
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> <li>– грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствии с установленными правилами,</li> <li>– демонстрирует толерантность в рабочем коллективе</li> </ul>	
ОК 08	<ul style="list-style-type: none"> <li>– применяет рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности;</li> <li>– пользуется средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной профессии (специальности)</li> </ul>	

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**  
**ПМ.04 «ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ПРОФЕССИИ «АГЕНТ КОММЕРЧЕСКИЙ»**

2024 г.

## ***СОДЕРЖАНИЕ***

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО  
МОДУЛЯ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

Программа профессионального модуля является обязательной частью основной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденным приказом 38.02.08 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства Просвещения Российской Федерации от 19.07.2023 № 548.

### 1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля ПМ.04 Выполнение работ по профессии «Агент коммерческий» обучающихся должен освоить основной вид деятельности «Выполнение работ по профессии «агент коммерческий»» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

#### 1.1.1. Перечень общих компетенций

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

#### 1.1.2. 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

<b>ПК 1.2.</b>	Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта
<b>ПК 1.3.</b>	Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий
<b>ПК 1.4.</b>	Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение
<b>ПК 1.5.</b>	Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту
<b>ПК 1.6.</b>	Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий

### 1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыкам и	<ul style="list-style-type: none"> <li>– поиска и систематизации открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции;</li> <li>– проведения анализа и оценки объема спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках;</li> <li>– обработки, формирования и хранения данных, информации, документов, в том числе полученных от поставщиков (подрядчиков, исполнителей);</li> <li>– составления перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации;</li> <li>– подготовки рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка;</li> <li>– проведения анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков, мониторинга внутренних и внешних рынков;</li> <li>– подготовки аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках;</li> <li>– оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;</li> <li>– мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок;</li> <li>– установления контактов с деловыми партнерами, заключения договоров, предъявления претензий;</li> <li>– составления деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров, проведения безналичных расчетов;</li> <li>– формирования начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта;</li> <li>– 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;</li> <li>– осуществления подготовки протоколов заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок;</li> <li>– публичного размещения полученных результатов; осуществления проверки необходимой документации для заключения контрактов и процедуры подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями);</li> <li>– публичного размещения отчетов, информации о неисполнении контракта, о</li> </ul>
-------------------	---

	<p>санкциях, об изменении или о расторжении контракта, за исключением сведений, составляющих государственную тайну;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– 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;</li> <li>– направления запросов, приглашений и информации потенциальным участникам внешнеторгового контракта;</li> <li>– проведения предварительного анализа поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках;</li> <li>– составления списка отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий);</li> <li>– документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта;</li> <li>– подготовки сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внешних рынках;</li> <li>– формирования списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта;</li> <li>– обработки, формирования, хранения информации и данных об участниках внешнеторгового контракта;</li> <li>– формирования проекта внешнеторгового контракта;</li> <li>– осуществления проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта;</li> <li>– подготовки процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом;</li> <li>– подготовки документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта;</li> <li>– сбора информации, документов по вопросам исполнения обязательств по внешнеторговому контракту;</li> <li>– разработки плана-графика контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту;</li> <li>– мониторинга отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту;</li> <li>– документального оформления отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту и организация претензионной работы;</li> <li>– подготовки предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств по внешнеторговому контракту;</li> <li>– выполнения торгово-технологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых помощников, чат-ботов для обработки запросов покупателей с максимальной скоростью;</li> <li>– организации торговли, в том числе с использованием камер и алгоритмов распознавания лиц для осуществления расчетов с покупателями без применения контрольно-кассовой техники;</li> <li>– приемки товаров по количеству и качеству;</li> <li>– соблюдения правил охраны труда.</li> </ul>
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;
- проводить анализ перемещения покупателей по торговому залу по данным камер видео наблюдений с целью оптимизации торгового пространства;
- осуществлять контроль за количеством и сроками хранения продовольственных товаров с применением датчиков контроля (интернет-вещей);
- использовать технологии дополненной реальности для повышения объема продаж;
- применять цифровые вывески с использованием компьютерного зрения;
- применять технологии интернет-вещей в организации работы торговых площадок;
- управлять полочным пространством магазина в облачной ABM SHELF;
- оформлять факт продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС;
- применять электронный документооборот;
- осуществлять торгово-технологические процессы, в том числе, с использованием техники эффективных коммуникаций.
- применять основные ИИ-решения - системы распознавания

	<p>естественного языка, интеллектуальные системы поддержки принятия решений, распознавания и синтез речи, интеллектуальный анализ текстовых документов, роботы, видео аналитика, чат-боты;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ;</li> <li>- осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота;</li> <li>- пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внутренних внешних рынках.</li> </ul>
Знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>- методы и инструменты работы с базами данных внутренних и внешних рынков;</li> <li>- требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота;</li> <li>- стандарты и требования внешних рынков к товарной продукции;</li> <li>- правовые нормы оформления и заключения договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;</li> <li>- структуру и содержание договора поставки, спецификации и сопроводительного письма критерии поиска и методы отбора поставщиков;</li> <li>- методы и инструменты работы с базами больших данных;</li> <li>- требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота;</li> <li>- законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров;</li> <li>- особенности составления закупочной документации;</li> <li>- методы определения и обоснования начальных максимальных цен контракта;</li> <li>- основные технические характеристики, преимущества и особенности продукции организации, поставляемой на внешние рынки;</li> <li>- нормативные правовые акты, регламентирующие внешнеэкономическую деятельность;</li> <li>- международные правила толкования наиболее широко используемых торговых терминов в области внешней торговли;</li> <li>- международные договоры в сфере стандартов и требований к продукции;</li> <li>- стандарты и требования внешних рынков к товарной продукции;</li> <li>- методы и инструменты работы с базами данных и источниками маркетинговой информации о внешних рынках внешних рынков;</li> <li>- методы разработки рекламной информации для внешних рынков и инструменты продвижения товаров и услуг на внешних рынках;</li> <li>- основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- документооборот внешнеторговых сделок;</li> <li>- условия внешнеторгового контракта;</li> <li>- нормы этики и делового общения с иностранными партнерами;</li> <li>- правила оформления документации по внешнеторговому контракту;</li> <li>- порядок документооборота в организации;</li> <li>- основы риск-менеджмента во внешнеэкономической деятельности;</li> <li>- виды торговых структур;</li> <li>- формы и виды торговли, составные элементы торговой деятельности;</li> </ul>



## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.04 «ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ПРОФЕССИИ «АГЕНТ КОММЕРЧЕСКИЙ»

### 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
1	2	3	4	5	6	7	8	9		
ПК 1.1-1.6 ОК 01-09	Раздел 1. Выполнение работ по профессии "Агент коммерческий" с использованием программы 1С Предприятие 8.3	<b>36</b>	-	36	-	-	-	12	-	-
	Учебная практика	-	-						-	
	Производственная практика	<b>108</b>	<b>108</b>							108
	Промежуточная аттестация	<b>12</b>								
	<b>Всего:</b>	<b>156</b>	<b>108</b>	<b>36</b>	-	-	-	<sup>12</sup>	-	<b>108</b>

## 2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля ПМ.04 Выполнение работ по профессии «агент коммерческий»

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся	Объем, ак. ч / в том числе в форме практической подготовки, ак. ч
<b>Раздел 1. Выполнение работ по профессии "Агент коммерческий" с использованием программы 1С Предприятие 8.3</b>		<b>36</b>
<b>МДК.04.01</b>	<b>Выполнение работ по профессии "Агент коммерческий" с использованием программы 1С Предприятие 8.3</b>	<b>36</b>
<b>Тема 1.</b>	<b>Содержание</b>	<b>12</b>
<b>Сущность продаж и типы технологий их организации</b>	<p>1. Сущность и виды продаж            Сущность и виды продаж в коммерческой организации. Профессия Агент коммерческий. Введение (Сущность и роль в осуществлении продаж Агента коммерческого)            Понятие продаж и их значимость в экономике. Виды продаж            Процесс продаж в коммерческой организации            Продажи считаются неразрывно связанными с маркетингом, служат логическим продолжением, практическим результатом и подтверждением правильности ведущейся маркетинговой работы компании.            Маркетинговый комплекс продвижения товара.            Процесс продаж в коммерческой организации и его основные этапы.</p>	2
	<p>2. Современные виды маркетинга            Нейромаркетинг и контент-маркетинг: влияние на рост продаж.            Нейромаркетинг – новая психология продаж. Пути распространения информационного контента: сайты, блоги, социальные сети, традиционные средства массовой информации, книги, журналы, печатные или интернет новостные издания, подписки на рассылки, подкасты, семинары, вебинары, конференции, круглые столы, видео порталы и т. д. Влияние на рост продаж, прибыли и лояльности клиентов.</p>	2
	<p>3. Основные типы технологий организации продаж            Основные технологии продаж. Краткая характеристика четырех основных технологий продаж.            Техника продаж для коммерческого агента</p>	2
	<p>4. Установление контакта. Этап открытия. Выяснение потребностей. Современная специфика этапа презентации с учетом роста числа конкурентов.            Техника презентации. Техника этапа Завершение сделки            Общие принципы установления и поддержания контакта коммерческого агента с клиентом            Приемы, способствующие установлению и поддержанию контакта. Знания и навыки, которые дают возможность произвести впечатление на собеседника.            Методика установления контакта            Признаки, показатели и результаты установления контакта.</p>	2

	Сущность и роль методики установления контакта. Открытые вопросы: преимущества и недостатки. Рекомендации по этапам установления контакта.	
	5.Выявление и классификация потребностей клиента Пирамида Маслоу и классификация потребностей. Классификация потребностей клиента для специалистов по продажам	2
	6.Работа с возражениями Технология преодоления возражений и эффективного завершения сделки. Разновидности требований клиента «Прием Сократа» в продажах. Порядок работы с возражениями Видеотренинг по работе с возражениями Роль мета-вопросов в работе с возражениями. Методика работы с возражениями «ИСИДА». Эра образованных покупателей - 90 % решений о покупке потенциальный покупатель принимает за монитором, на информационном сайте. Специфика действий продавца.	2
<b>Тема 2.</b> <b>Сущность и значение мерчендайзинга.</b> <b>Методы продажи товаров на основе принципов мерчендайзинга</b>	<b>Содержание</b> Мерчендайзинг: понятие, сущность, роль, цели и задачи в условиях рыночной экономики. Методы мерчендайзинга, взаимосвязь с психологией. Объекты мерчендайзинга: товары, торгово-технологическое оборудование, потребности, технологии продаж, методы обслуживания покупателей, торговые помещения и здания, типы торговых предприятий, инфраструктура торговой сети. Участники мерчендайзинга. Требования к профессиональной компетенции мерчендайзера.	<b>8</b>  8
<b>Тема 3.</b> <b>Управление поведением потребителей</b>	<b>Содержание</b> Рефлексы: понятие, виды, группы. Теория рефлексов. Внимание: понятие, направленность, сосредоточенность, объем, устойчивость, переключаемость, распределение внимания. Ощущение: понятие, влияние ощущений на сенсорную способность потребителей. Восприятие: понятие, элементы. Избирательное восприятие и искажение. Имидж. Свойства восприятия. Иллюзии восприятия: понятие, зрительные иллюзии, иллюзии движения и времени. Поведение потребителя в процессе принятия решения о покупке. Типы процессов принятия решения о покупке. Влияние уровня вовлеченности в покупку на оценку вариантов и покупку. Модель мотивированных действий «Фишбейна и Айзена» и модель повторной покупки «Эренберга и Гудхарта». Влияние мерчендайзинга на формирование поведения посетителя торгового предприятия на отдельных этапах принятия решения о покупке.	<b>8</b>  8
<b>Тема 4.</b> <b>Атмосфера магазина</b>	<b>Содержание</b> Атмосфера магазина: понятие, факторы, влияющие на нее. Составляющие атмосферы. Влияние факторов на	<b>8</b> 8

	посетителей магазина. Устранение дискомфорта восприятия.	
<b>Производственная практика МДК.04.01 Выполнение работ по профессии "Агент коммерческий" с использованием программы 1С Предприятие 8.3</b> <b>Виды работ</b>		
1. Ознакомление с инструктажем на рабочем месте 2. Ознакомление с деятельностью предприятия. 3. Анализ факторов внешней среды. 4. Установлении контактов с деловыми партнерами (покупателями, заказчиками, поставщиками). 5. Приемка товаров по количеству и качеству. 6. Организация рабочее место агента коммерческого. 7. Разработка программы совершенствования коммерческой деятельности торговой организации. 8. Оформление сопроводительных документов. 9. Изучение спроса покупателей. 10. Проведение маркетинговых исследований рынка. 11. Реализация сбытовой политики организации в пределах своих должностных обязанностей. 12. Анализ финансово-хозяйственной деятельности торговой организации.		<b>108</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>		<b>12</b>
<b>Всего</b>		<b>156</b>

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

#### **3.1. Материально-техническое обеспечение реализации программы**

Для реализации программы профессионального модуля предусмотрены следующие специальные помещения:

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

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

#### **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

Для реализации программы библиотечный фонд колледжа имеет печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендованные для использования в образовательном процессе.

##### **3.2.1. Основные печатные и электронные издания**

1. Памбухчиянц, О. В. Организация коммерческой деятельности: учебник / О. В. Памбухчиянц. - 7е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024. - 266 с. - ISBN 978-5-394-05272-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2083266>

2. Памбухчиянц, О. В. Организация торговли: учебник / О. В. Памбухчиянц. - 5-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024. - 294 с. - ISBN 978-5-394-05435-8. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2083272>

##### **3.2.2. Основные электронные издания (электронные ресурсы, интернет-ресурсы)**

1. <http://www.gost.ru/wps/portal/>

2. <http://www.rosstandart.ru/tag/gosstandar>.

##### **3.2.3. Дополнительные источники**

1. ФЗ «О защите прав потребителей» от 07.02.92 № 2300/1 (с измен, и дополн.).

2. ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов», ФЗ-29 от 02.01.2000.

1. Журнал «Коммерсант».

2. Журнал «Современная торговля».

3. Журнал «Российская торговля».

4. Журнал «Потребитель».

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код и наименование общих и профессиональных компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Формы и методы оценки
ПК 1.1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществляет поиск и систематизацию открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции, в том числе с использованием цифровых технологий;</li> <li>- оценивает объем спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках;</li> <li>- составляет перечень требований внешних рынков к товарной продукции организации;</li> <li>- разрабатывает рекомендации по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка;</li> <li>- проводит анализ конъюнктуры, емкости товарных рынков;</li> <li>- осуществляет подготовку аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках</li> </ul>	<p>Устный/письменный опрос.</p> <p>Тестирование.</p> <p>Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.</p> <p>Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий по установленным критериям.</p> <p>Экспертная оценка контрольных / проверочных работ по установленным критериям.</p> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.</p> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p>
ПК 1.2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выполняет операции по установлению хозяйственных связей с поставщиками и потребителями в установленной последовательности с соблюдением требований к их содержанию</li> </ul>	<p>Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации, в т.ч. иностранных языках.</p>
ПК 1.3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- определяет начальную цену закупки с учетом требований федерального законодательства и проводит описание объекта закупки;</li> <li>- составляет и оформляет закупочную документацию в соответствии с требованиями и осуществляет ее проверку для проведения закупочной</li> </ul>	<p>Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на</p>

	<p>процедуры;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оформляет протоколы заседаний закупочных комиссий;</li> <li>- выполняет проверку комплекта закупочной документации для обеспечения государственных, муниципальных и корпоративных нужд.</li> </ul>	<p>практических занятиях, при выполнении работ по учебной, производственной 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> <ul style="list-style-type: none"> <li>- на практических занятиях;</li> <li>- при выполнении и защите курсовой работы (проекта);</li> <li>- при выполнении работ на различных этапах учебной, производственной практики;</li> <li>- при проведении защиты отчетов по учебной, производственной практик;</li> <li>- при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена / профессионального экзамена по оценочным средствам организаций партнеров и/или профессионального сообщества.</li> </ul>
ПК 1.4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- проводит анализ поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках и составляет список отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий);</li> <li>- осуществляет документальное оформление результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта;</li> <li>- составляет сводные отчеты и предложения о потенциальных партнерах на внешних рынках;</li> <li>- составляет список потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта;</li> <li>- формирует проект внешнеторгового контракта и выполняет проверку необходимой документации для его заключения;</li> <li>- осуществляет подготовку процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом.</li> </ul>	
ПК 1.5	<ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществляет подготовку документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта;</li> <li>- 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;</li> <li>- проводит мониторинг и документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту;</li> </ul>	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществляет подготовку предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств и выполняет претензионную работу.</li> </ul>	
ПК 1.6	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выполняет торговые технологические операции в соответствии с установленным алгоритмом, в том числе с использованием искусственного интеллекта;</li> <li>- осуществляет приемку товаров по количеству и качеству в полном соответствии с договором поставки;</li> <li>- оформляет документы по приемке товаров в соответствии с установленными требованиями;</li> <li>- соблюдает правила охраны труда при выполнении торговых технологических операций</li> </ul>	
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> <li>- распознает, анализирует и выделяет составные части задачи и/или проблемы в профессиональном контексте;</li> <li>- определяет этапы решения задачи;</li> <li>- эффективно осуществляет поиск необходимой для решения проблемы информации, составляет план действия и определяет необходимые ресурсы;</li> <li>- демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;</li> <li>- реализовывает составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</li> </ul>	
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> <li>- определяет задачи для поиска информации и их необходимые источники и планирует процесс поиска;</li> <li>- структурирует и выделяет наиболее значимое в полученной информации;</li> <li>- оценивает практическую значимость результатов поиска и оформляет его результаты;</li> <li>- применяет средства информационных технологий, использует современное</li> </ul>	

	программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.	
ОК 03	<ul style="list-style-type: none"> <li>- определяет актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;</li> <li>- применяет современную научную профессиональную терминологию;</li> <li>- определяет и выстраивает траектории профессионального развития и самообразования.</li> </ul>	
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> <li>- эффективно взаимодействует с преподавателями, обучающимися в ходе профессиональной деятельности.</li> </ul>	
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> <li>- грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявляя толерантность в рабочем коллективе</li> </ul>	
ОК 06	<ul style="list-style-type: none"> <li>- применяет стандарты антикоррупционного поведения</li> </ul>	
ОК 07	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выполняет работы с соблюдением принципов бережливого производства и ресурсосбережения.</li> </ul>	
ОК 09.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- понимает общий смысл четко произнесенных высказываний и текстов на профессиональные темы;</li> <li>- участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;</li> <li>- строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;</li> <li>- пишет простые связные сообщения на интересующие профессиональные темы.</li> </ul>	