

Министерство образования и науки Пермского края
Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
«Пермский колледж предпринимательства и сервиса»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

**ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ**
для образовательной программы среднего профессионального образования –
программы подготовки специалистов среднего звена
38.02.08 Торговое дело

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело (утвержденный приказом Министерства просвещения РФ от 19 июля 2023 г. № 548)

Разработчик программы:

Перевозчиков Д.В., преподаватель высшей квалификационной категории

Рассмотрена на заседании ЦМК

«16» ноября 2023 г. Протокол № 4

Утверждена «16» ноября 2023 г.

Заместитель директора



Г.В. Айзенштат

СОГЛАСОВАНО:

Бизнес-партнер по персоналу
макрорегиона Пермь ООО «Агроторг»



Е.С. Вайберт

«16» ноября 2023 г.

г. Пермь, 2023

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	3
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	23
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	25

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли

1.1. Место дисциплины в структуре образовательной программы среднего профессионального образования:

Профессиональный модуль ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ принадлежит к профессиональному циклу (ПМ.00).

1.2. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля:

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

общие:

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 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.

профессиональные:

ПК 2.1. Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.

ПК 2.2. Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации.

ПК 2.3. Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий.

ПК 2.4. Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках.

ПК 2.5. Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов.

ПК 2.6. Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов.

ПК 2.7. Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности.

ПК 2.8. Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы.

1.3. Требования к результатам освоения профессионального модуля:

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен владеть навыками:

- выявления проблем и формулирования целей исследования;
- планирования проведения маркетингового исследования;
- определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования;
- подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования;

- поиска первичной и вторичной маркетинговой информации;
- подготовки процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования;
- проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга;
- разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации;
- применения программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации;
- применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации;
- проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий;
- проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий;
- установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках;
- применения норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;
- использования информации специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана;
- разработки бизнес-плана и финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов;
- расчёта показателей эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов;
- определения мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности;
- сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен уметь:

- применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования;
- определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования;
- составлять комплексный план проведения маркетингового исследования;
- анализировать текущую рыночную конъюнктуру;
- составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования;
- проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;
- обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
- использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков;
- обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных;
- анализировать текущую рыночную конъюнктуру;
- применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;
- развивать идеи до бизнес-предложений;
- оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке;
- оценивать риски, связанные с бизнесом;
- анализировать бизнес-концепции;
- предлагать идеи для дальнейшего развития;
- применять методы принятия оптимальных решений;
- находить аргументы в пользу идей;

- принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели;
- обосновывать и оценивать цели и ценности;
- представлять идеи, дизайн, видения и решения;
- применять при разработке бизнес-плана специализированные программные продукты;
- использовать для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии;
- создавать деловые электронные презентации
- собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации;
- использовать методы экономического анализа;
- анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов;
- оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами;
- разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда;
- оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации;
- предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации;
- собирать информацию о бизнес-проблемах;
- анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен знать:

- составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
- методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
- порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;
- этапы маркетинговых исследований, их результат;
- методы проведения маркетингового исследования;
- психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях;
- средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики;
- порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;
- виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;
- методы оценки конкурентной среды;
- нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;
- роль и значение бизнес-плана;
- основные функции бизнес-плана;
- классификацию основных типов бизнес-планов;
- методологию и процессы развития бизнес-идеи;
- порядок разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью;
- принципы и методы управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий;
- методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений;
- методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов;
- методы, способы и приемы для решения задач по анализу;
- типы факторных моделей;

- схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа;
- методику анализа эффективности использования производственных ресурсов
- методические материалы по планированию, учету и анализу деятельности организации;
- спектр специализированных программных продуктов;
- интерфейс автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации;
- инновационные средства и устройства информатизации, программное обеспечение в предпринимательской деятельности и порядок их применения;
- риски: понятия и видов;
- методы оценки риска, связанных с бизнесом;
- меры снижения риска, связанных с бизнесом;
- методы оценки выполнимости бизнес-идеи;
- основные способы анализа и оценки рисков;
- состав моделей оценки риска;
- способы оценки риска ликвидности.

1.4. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов – 486

Из них: на освоение МДК – 292

самостоятельная работа – 26

учебная практика – 36

производственная практика – 108

промежуточная аттестация – 24

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	Самост. работа	Обучение по МДК			
				Всего	В том числе		
					практичес. занятия	Курсовые работы (проектов)	Промежуточная аттестация
ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09	МДК.02.01 Технология проведения маркетинговых исследований	116	8	102	40		6
ПК 2.3, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09	МДК.02.02 Ценообразование в торговой деятельности	96	10	80	30		6
ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09	МДК.02.03 Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы.	124	8	110	56		6
	Учебная практика, часов	36					
	Производственная практика	108					
	Промежуточная аттестация	6					
	Всего:	486					

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

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практически занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения	Код ПК, ОК
1	2	3	4	5
МДК.02.01 Технология проведения маркетинговых исследований		116		
Тема 1.1. Понятия и сущность маркетинговых исследований	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Цели, задачи и функции маркетинговых исследований. Предмет, объект и основные направления маркетинговых исследований. Понятие и роль маркетинговых исследований в системе маркетинга.</p> <p>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>Основные понятия, цели и задачи проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга. Принципы маркетинговых исследований.</p> <p>Практическое занятие №1 Построение дерева целей маркетинговых исследований.</p> <p>Практическое занятие №2 Постановка цели и определение задач маркетинговых исследований на предприятиях торговли. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач.</p>	6/6	1,2	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
Тема 1.2. Сущность и содержание маркетинговой информационной системы	<p>Содержание учебного материала</p> <p>Основные понятия и принципы маркетинговой информационной системы.</p> <p>Структура и основные этапы проведения маркетингового исследования.</p> <p>Практическое занятие №3 Выявление проблемы и определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли (предприятие определяется по выбору студентов).</p>	6/16	1,2	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04,

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практически занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения	Код ПК, ОК
				ОК 05, ОК 09
Тема 1.3. Типы маркетинговых исследований	Содержание учебного материала			
	Поисковые, описательные и пояснительные исследования. Качественные и количественные маркетинговые исследования. Постоянные и разовые исследования.	6/24	2	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	Практическое занятие №4 Определение типа маркетингового исследования по выявленным проблемам деятельности торговой организации.	2/26	2	
	Практическое занятие №5 Сравнительная характеристика типов маркетингового исследования. Их преимущества и недостатки, области применения.	2/28	2	
	Практическое занятие №6 Разработайте сценарий проведения маркетингового исследования методом фокус-групп. Раскройте достоинства и недостатки метода фокус-группы.	2/30	2	
Тема 1.4. Технология проведения маркетинговых исследований внешней и внутренней среды	Содержание учебного материала			ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	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. Методы оценки конкурентной среды и конкурентоспособности товара.	6/36	1,2	
	Практическое занятие №7 Определение емкости целевого рынка предприятия торговли (предприятие определяется по выбору обучающихся).	4/40	2	
Практическое занятие №8 Определение конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках (товар определяется по выбору обучающихся).	4/44	2		

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения	Код ПК, ОК
Тема 1.5. Основные понятия и методы кабинетных маркетинговых исследований	Содержание учебного материала Сущность кабинетных маркетинговых исследований и их характеристика. Методы кабинетных маркетинговых исследований: традиционный (классический) анализ; контент-анализ документов; информативно-целевой анализ.	6/50	1,2	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5,
	Практическое занятие №9 Определение рыночной доли присутствия торгового предприятия традиционным методом исследования (предприятие определяется по выбору обучающихся).	4/54	2	ОК 01, ОК 02, ОК 04,
	Практическое занятие №10 Оценка финансовых показателей деятельности торговой организации по данным финансовой отчетности, как источник информации для оценки внутренней среды торгового предприятия.	4/58	2	ОК 05, ОК 09
Тема 1.6. Основные понятия и методы полевых маркетинговых исследований	Содержание учебного материала Наблюдение как важнейший метод сбора маркетинговой информации. Методы сбора первичной информации (анкетирование, экспертные оценки, телефонное интервью, групповое интервью (фокус-групп)). Панельные исследования. Экспериментальные (опытные) исследования. Проективные методы исследований. Проведение исследований методом Eye tracking (Ай Трекинг).	6/64	1,2	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04,
	Практическое занятие №11 Проведите сбор первичной информации для проведения маркетингового исследования с помощью интернет-ресурсов.	4/68	2	ОК 05, ОК 09
Тема 1.7. Система выборочных маркетинговых исследований	Содержание учебного материала Основные понятия, используемых при проведении выборочных исследований. Виды выборки. Основные этапы проектирования и определения объема выборки.	8/76	1,2	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4,
	Практическое занятие №12 Построение программы выборочного маркетингового исследования. Сбор информации и обобщение результатов выборочного исследования.	4/80	2	ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практически занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения	Код ПК, ОК
Тема 1.8. Обработка результатов маркетинговых исследований	Содержание учебного материала			ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	Методы обработки данных маркетинговых исследований. Программные продукты, используемые при обработке данных результатов маркетинговых исследований.	8/88	1,2	
Тема 1.9. Оформление отчета маркетинговых исследований	Содержание учебного материала			ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	Содержание и структура отчета маркетинговых исследований. Оформление и методы презентации отчета с помощью цифровых технологий.	8/96	1,2	
	Практическое занятие №13 Презентация отчета результатов маркетингового исследования.	4/100	2	
Самостоятельная работа		8		
Консультация		2		
Промежуточная аттестация	Экзамен по МДК.02.01	6		
Всего по МДК.02.01		116		
МДК.02.02. Ценообразование в торговой деятельности		96		
Тема 2.1. Цена как маркетинговый инструмент хозяйствования.	Содержание учебного материала			ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02,
	Цели ценообразования: цели в отношении прибыли; выживание предприятия как цель ценообразования. Цели ценообразования в условиях конкуренции. Поддержание высокого имидж предприятия как цель ценообразования. Ценовая эластичность. Ценовая конкуренция.	6/6	1	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практически занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения	Код ПК, ОК
	Практическое занятие №1 Ценовая тактика или корректировка цен для достижения генеральных целей бизнеса.	2/8	2	ОК 04, ОК 05, ОК 09
Тема 2.2. Антимонопольная политика и государственное регулирование цен на товары	Содержание учебного материала			
	Цели и объекты государственного регулирования торговых операций. Установление твердых фиксированных цен. Установление предельного уровня торговых надбавок к отпускным ценам производителя для оптовой и розничной торговли. Взаимосвязь ценообразования и системы налогообложения. Формирование цен на товары, приобретаемые через систему Госзаказа.	6/14	1,2	ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	Практическое занятие №2 Расчёт фактической цены товара и ее влияние на заготовительный оборот изменений фактического объёма закупок и среднего уровня закупочных цен.	2/16	2	
Тема 2.3. Ценовая политика торговой организации	Практическое занятие №3 Определение максимальных закупочных цен в системе госзакупок.	2/18	2	
	Содержание учебного материала Цели ценовой политики. Принципы ценовой политики. Факторы, определяющие ценовую политику. Формы реализации ценовой политики. Методы реализации ценовой политики. Основные направления ценообразования и ценовой политики организаций торговли. Формирование ценовой политики: определение спроса; оценка издержек производства. Принципы рыночного ценообразования. Влияние инфляции на уровень цен.	6/24	1	ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
Тема 2.4.	Практическое занятие №4. Кейс 1. Построение алгоритма разработки ценовой политики торговой организации в зависимости от генеральных целей бизнеса. Кейс 2. Анализ цен и товаров конкурентов. Кейс 3. Сравнительный анализ ценовой политики по различным предприятиям региона и страны.	2/26	2	
Тема 2.4.	Содержание учебного материала			

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практически занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения	Код ПК, ОК
Основные методы ценообразования в торговой организации	<p>Анализ ценообразующих факторов и их влияние на выбор метода ценообразования. Торговая наценка как основной инструмент формирования цен. Наценки оптовой, розничной и электронной торговли.</p> <p>На основе издержек производства: методы полных и предельных затрат. Себестоимость как основа формирования цен на товары: состав издержек, процедура калькуляции цены. Ценообразование на основе безубыточности. Ценообразование и издержки (управленческий учет и методы затратного ценообразования).</p> <p>Конкурентный метод. Метод ценообразования по доходу на капитал. Метод определения цен с ориентацией на спрос. Метод установления цены на уровне текущих цен. Инновационные методы ценообразования. Ценообразование в сети Интернет. Формирование цен на товары в интернет-магазине.</p> <p>Система скидок к цене как метод ценообразования. Его роль и современные подходы к разработке программ лояльности торговой организации.</p>	6/32	1	ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	<p>Практическое занятие №5</p> <p>Практика использования метода полных затрат, практика использования предельных затрат.</p>	2/34	2	
	<p>Практическое занятие №6</p> <p>Кейс 1. Расчет цен на товары в оптовой, закупочной, розничной, электронной торговле.</p> <p>Кейс 2 Заполните недостающие элементы в структурно-логической схеме розничной цены товара, поясните на примере конкретного товара классификацию цен в зависимости от стадии товародвижения.</p> <p>Кейс 3. Предложения скидок при разработке программы лояльности для постоянных покупателей.</p>	4/38	2	
	<p>Практическое занятие №7</p> <p>Практика поправок на базисные условия поставок, на комиссионное вознаграждение посредника, на платеж наличными, на количество, на инфляцию,</p>	2/40	2	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практически занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения	Код ПК, ОК
	на уторговывание, на технико-экономические параметры. Учет в конкурентной цене коммерческих поправок и введение поправки на комплектацию.			
Тема 2.5. Формирование цен в розничной и электронной торговле	Содержание учебного материала			ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	Формы интеграции в торговле. Методы и формы поддержания розничных цен. Особенности ценообразования при ведении электронной торговли.	6/46	1	
	Практическое занятие №8 Анализ и оценка индивидуальных и коллективных соглашений о поддержании розничных цен.	2/48	2	
Тема 2.6. Стратегии ценообразования	Содержание учебного материала			ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	Ценовая стратегия торгового предприятия. Факторы, влияющие на решения о выборе стратегии ценообразования. Тактика реализации ценовой стратегии. Взаимодействие предприятий-изготовителей при выпуске товара на рынок и торгового предприятия при различных ценовых стратегиях. Стратегии ценообразования для новых товаров. Стратегия «снятие сливок». Стратегия проникновения на рынок. Выяснение потребностей клиентов. Важность задавания вопросов. Семь препятствий для того, чтобы задавать вопросы. Виды вопросов. Цель задавания того или иного вопроса. Использование «перифраз».	6/56	1	
Тема 2.7. Ценообразование во внешней торговле	Содержание учебного материала			ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02,
	Тип внешнеэкономической торговой политики. Цены мирового рынка: понятие, критерии определения. Влияние мировых цен на внутренний рынок и уровень цен отечественных производителей. Понятие контрактной цены, методы ее определения и способы фиксации.	6/64	1	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практически занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения	Код ПК, ОК
	Практическое занятие №11 Методика и практика применения расчета цен внешнеторговых контрактов.	4/68	2	ОК 04, ОК 05, ОК 09
Тема 2.8. Таможенные пошлины и их роль в ценообразовании	Содержание учебного материала Роль торговых пошлин во внешнеторговом ценообразовании. Определение таможенной стоимости ввозимых товаров. Определение таможенной стоимости вывозимых товаров. Формирование цен на экспортируемую и импортируемую продукцию. Таможенные платежи. Таможенная процедура. Таможенная оценка. Виды таможенных пошлин. Антидемпинговые пошлины. Компенсационные пошлины	6/74	1	ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	Практическое занятие №12 Практика определения размера таможенных пошлин на экспортируемую и импортируемую продукцию, на импортные товары в розничной сети и в сети Интернет.	4/78	2	
Самостоятельная работа		10		
Консультация		2		
Промежуточная аттестация	Экзамен по МДК.02.02	6		
Всего по МДК.02.02		96		
МДК.02.03 Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы		124		
Тема 3.1. Технология, основные принципы и структура управления бизнесом	Содержание учебного материала Технология управления бизнесом. Основные понятия, категории и объекты управления бизнесом. Принципы управления. Система управления: субъект, объект, прямые и обратные связи. Факторы, определяющие выбор типа организационных структур управления. Информационные и технические средства управления бизнесом. Показатели оценки эффективности управления бизнесом.	4/4	1	ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения	Код ПК, ОК
Тема 3.2. Бизнес-план и его роль в современном предпринимательстве	Содержание учебного материала			ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	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. Инвестиционный план как разновидность бизнес-плана. Характеристика, назначение, перспективы и область применения. Основные цели составления	6/10	1	
	Практическое занятие №1 Составление визитки команды. Влияние визитки команды, имиджа и деловой репутации разработчиков бизнес-плана на принятие решения инвестора.	2/12	2	
	Практическое занятие №2 Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы	2/14	2	
Тема 3.3. Структура и функции бизнес-плана	Содержание учебного материала			ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	Основные функции бизнес-плана. Основные правила и схема построения процесса разработки бизнес-плана. Технология разработки и структура бизнес-плана. Предпринимательская идея и её выбор. Источники формирования предпринимательских идей. Методы выработки предпринимательских идей.	6/20	1	
	Практическое занятие №3 Формирование и описание бизнес-идеи	2/22	2	
	Практическое занятие №4 Первоначальная подготовка резюме бизнес-плана. Инвестиционное предложение.	2/24	2	
Тема 3.4. Основные источники финансирования предпринимательской единицы	Содержание учебного материала			ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04,
	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.	6/30	1,2	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практически занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения	Код ПК, ОК
	Система налогов и сборов Российской Федерации. Виды систем налогообложения в России. Налоговое планирование как источник финансирования предпринимательской единицы.			ОК 05, ОК 09
	Практическое занятие №5 Расчет размеров выплат по процентным ставкам кредитования, лизинговым операциям, договорам франчайзинга.	2/32	2	
	Практическое занятие №6 Выбор системы налогообложения для ведения бизнеса.	2/34	2	
Тема 3.5. Анализ и оценка рисков	Содержание учебного материала			ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	Виды предпринимательских рисков и методика их оценки. Экспертный анализ рисков. Количественный анализ риска. Методика оценки рисков. Модель Остервальдера и Пинье. Страхование рисков и иные способы минимизации рисков.	6/40	1,2	
	Практическое занятие №7 Возможные риски и формы страхования. Применение Pest – анализа с целью определения предпринимательских рисков.	2/42	2	
Тема 3.6 Технология разработки разделов бизнес-плана предпринимательской единицы	Содержание учебного материала			ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	Общая характеристика бизнеса, описание предпринимательской единицы. Описание модели Остервальдера для разработки бизнес-моделей. Краткая характеристика проекта. Описание бизнес-идеи. Матрица Ансоффа и стратегии роста бизнеса. Факторы инвестиционной привлекательности бизнес-проекта. План маркетинга. Применение метода 5W Шеррингтона для сегментации рынка. Сегменты рынка B2B, B2C, B2G, C2C, их характеристика и отличия. Характеристика рынков сбыта. Производственный и организационный план. Финансовый план. Резюме бизнес-плана.	6/48	1,2	
	Практическое занятие №8 Описание компании. Разработка логотипа фирмы и составление слогана.	2/50	1	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практически занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения	Код ПК, ОК
	Практическое занятие №9 Оценка целевого рынка. Применение метода 5W Шеррингтона для определения целевой аудитории. Разработка анкеты для опроса потенциальных клиентов и распространение ее в сети Интернет, социальных мессенджерах и иных цифровых аналогах.	4/54	2	
	Практическое занятие №10 Планирование рабочего процесса. Определение бизнес-процессов и составление схемы ведения предпринимательской деятельности.	4/58	2	
	Практическое занятие №11 Разработка организационной структуры управления компании. Структурные подразделения компании, их описание и функциональное назначение.	4/62	2	
Тема 3.7. Финансовое моделирование деятельности предпринимательской единицы	Содержание учебного материала			ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	Финансовое планирование как раздел бизнес-плана. Основные этапы составления финансового плана компании. Методика расчета финансовых показателей.	6/68	1	
	Практическое занятие №12 Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов. Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования.	4/72	2	
	Практическое занятие №13 Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода. Расчеты цен и себестоимости.	4/76	2	
	Практическое занятие №14 Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении. Составление плана переменных расходов.	4/80	2	
	Практическое занятие №15 Расчет точки безубыточности.	4/84	2	
Тема 3.8. Методы оценки эффективности инвестиционного проекта	Содержание учебного материала			ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02,
	Основные показатели оценки экономической эффективности инвестиционного проекта. Методы оценки инвестиционных проектов. Выбор ставки дисконтирования. Обоснование выбора ставки дисконтирования. Расчет простого периода окупаемости проекта (PaybackPeriod)	6/90	1	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практически занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения	Код ПК, ОК
	Основные показатели оценки социальной эффективности инвестиционного проекта.			ОК 04, ОК 05, ОК 09
	Практическое занятие №16 Расчет экономической окупаемости инвестиционного проекта с учетом различных сценариев	4/94	2	
	Практическое занятие №17 Расчет основных показателей оценки экономической эффективности инвестиционного проекта: <ul style="list-style-type: none"> - Расчет дисконтированного периода окупаемости проекта (DiscountedPaybackPeriod) - Расчет чистой текущей стоимости проекта (NetPresentValue) - Расчет внутренней нормы доходности проекта (InternalRateofReturn) - Расчет индекса прибыльности проекта (IndexofProfitability) - Расчеты других значимых показателей (ARR, MIRR, ROE, ROI, EBIT, EBITDA) 	4/98	2	
Тема 3.9. Современные программные продукты, используемые для презентации инвестиционного проекта	Содержание учебного материала Специализированные программные продукты, используемые для составления бизнес-плана, разработки финансовой модели бизнеса и презентации инвестиционного проекта. Основные правила оформления презентаций инвестиционного проекта.	6/104	1	ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02,
	Практическое занятие №18 Оформление и презентация бизнес-плана / инвестиционного проекта.	4/108	2	ОК 04, ОК 05, ОК 09
Самостоятельная работа		8		
Консультация		2		
Промежуточная аттестация	Экзамен по МДК.02.03	6		
Всего по МДК.02.03		124		

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практически занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения	Код ПК, ОК
<p>Учебная практика</p> <p>Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирования целей маркетингового исследования. 2. Построение дерева целей маркетингового исследования по данным предприятия торговли. 3. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач. 4. Определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли. 5. Разработка плана проведения маркетингового исследования и согласование с руководителем учебной практики. 6. Определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования. Их описание и назначение в ходе проведения маркетингового исследования. 7. Определение емкости целевого рынка предприятия торговли, по данным которого проводится маркетинговое исследование. 8. Выявление конкурентов исследуемого торгового предприятия. Определение конкурентных преимуществ исследуемого торгового предприятия на внутреннем и внешних рынках. 9. Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации. 10. Проведения маркетингового исследования в установленные сроки с использованием инструментов комплекса маркетинга и сквозных цифровых технологий. 11. Подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров, повышения объемов продаж торговой организации. 12. Оформление результатов маркетингового исследования. 13. Подготовка презентации по результатам проведенного маркетингового исследования. 14. Представление и защита результатов проведенного маркетингового исследования. 15. Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой организации, по данным которой проводится маркетинговое исследование. 16. Применение сквозных цифровых технологий при проведении работ по анализу ценовых показателей товаров (перечень товаров подбирает обучающийся по согласованию с руководителем учебной 		34		

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем практики).	Содержание учебного материала, практически занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения	Код ПК, ОК
<p>17. Анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации.</p> <p>18. Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках.</p> <p>19. Выявление причин снижения спроса на отдельные виды товаров.</p> <p>20. Подготовка предложений по программе лояльности торговой организации с целью повышения объемов продаж торговой организации.</p> <p>21. Оформление результатов анализа ценовой политики и ценовой стратегии торгового предприятия.</p> <p>22. Представление презентации по итогам анализа ценообразования торгового предприятия.</p>				
Промежуточная аттестация УП.02.01 Учебная практика: дифференцированный зачет		2		
<p>Производственная практика</p> <p>Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сбор информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы. 2. Проведение Pest анализа, применение метода Ансоффа-Пинье для описания бизнес-модели предпринимательской единицы. <p><i>Выполнение отдельных этапов разработки бизнес-плана:</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Составление визитки команды. 4. Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы. 5. Определение целевой аудиторией по методу Шеррингтона. 6. Построение модели Остервальдера. 7. Определение бизнес-процессов и составление схемы оказания услуг. <p><i>Разработка и заполнение финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением специализированных программных продуктов</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 8. Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов. 9. Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования . 10. Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода. 11. Расчеты цен и себестоимости. 12. Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении. 13. Составление плана переменных расходов. 14. Расчет точки безубыточности. 		106		

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практически занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа	Объем часов	Уровень освоения	Код ПК, ОК
15. Составление бюджета доходов и расходов. 16. Составление бюджета движения денежных средств. 17. Составление прогнозного баланса. 18. Определение и обоснование источников финансирования. 19. Расчеты процентов за пользование заемными средствами и составление графика возврата заемных средств. 20. Расчет дисконтированного периода окупаемости проекта (DiscountedPaybackPeriod). 21. Расчет чистой текущей стоимости проекта (NetPresentValue). 22. 3. Расчет внутренней нормы доходности проекта (InternalRateofReturn). 23. 4. Расчет индекса прибыльности проекта (IndexofProfitability). 24. Расчеты других значимых показателей (ARR, MIRR, ROE, ROI, EBIT, EBITDA). 25. Разработка мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности.				
Промежуточная аттестация ПП.02.01 Производственная практика: дифференцированный зачет		2		
Экзамен (квалификационный) по ПМ.02		6		
Всего по ПМ.02		486		

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены:

- 1) Лаборатория:
предпринимательства и интернет – маркетинга
- 2) технические средства обучения:
 - проектор;
 - экран;
 - компьютеры;
- 3) программные средства:
 - MS Word;
 - MS Excel;
 - MS Power Point.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Основная литература

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

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

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

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

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

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

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

9. Маховикова, Г. А. Цены и ценообразование в коммерции: учебник для среднего профессионального образования / Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская. — Москва:

Издательство Юрайт, 2021. — 231 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03696-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477854>

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

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

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

13. Цены и ценообразование: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под редакцией Т. Г. Касьяненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 437 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04773-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490187>

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

Дополнительные источники

1. Справочно-правовая система «Консультант+» - URL: <http://www.consultant.ru/>
2. Справочно-правовая система «Гарант» - URL <https://www.garant.ru/>
3. Новая Цифровая платформа поддержки бизнеса: <https://www.smbn.ru/>
4. Фонд поддержки малого предпринимательства: <https://biznesprost.com/interesno/fond-podderzhki-malogo-predprinimatelstva.html>
5. 10 лучших бизнес-инкубаторов России: <https://viafuture.ru/privlechenie-investitsij/biznes-inkubatory-v-rossii>

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ

Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля осуществляется преподавателем в процессе проведения учебных занятий и проверки самостоятельной работы.

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 2.1. Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	<ul style="list-style-type: none"> – Составляет план проведения маркетингового исследования – Устанавливает сроки и требования к проведению маркетингового исследования – Определяет маркетинговые инструменты, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования – Осуществляет поиск первичной и вторичной маркетинговой информации 	<p>Устный/письменный опрос.</p> <p>Тестирование.</p> <p>Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.</p> <p>Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.</p>
ПК. 2.2. Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	<ul style="list-style-type: none"> – Устанавливает конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках – Рассчитывает показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов – Разрабатывает предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации – Использует программные продукты в системе продвижения товаров (услуг) организации 	<p>Экспертная оценка 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. Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий	<ul style="list-style-type: none"> – Проводит сбор, мониторинг и систематизирует ценовые показатели товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий 	<p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p>

ПК. 2.4. Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках	– Обосновывает конкурентные преимущества товара на внешнем и внутренних рынках	Экспертная оценка создания и представления презентаций.
ПК 2.5. Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов	– Соблюдает правила и принципы разработки бизнес-плана (полнота и точность составления разделов бизнес-плана) – Использует информационные технологии в процессе составления бизнес-плана – Использует информацию специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана.	Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках. Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.
ПК 2.6. Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов	– Рассчитывает и обосновывает результаты анализа финансовых результатов деятельности организации – Применяет различные платформы в системе продвижения товаров (услуг) организации	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. 2.7. Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности	– Обосновывает разработанные мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: – на практических занятиях; – при выполнении работ на различных этапах учебной практики;
ПК. 2.8. Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы	– Составляет план сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы – Выявляет проблемы и риски предпринимательской деятельности	– при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества.
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	– Распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; – Выделяет составные части и определяет этапы решения задачи; – Выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы; – Составляет план действия и определяет необходимые ресурсы;	

	<p>– Демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;</p> <p>Реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).</p>	
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	<p>– определяет задачи для поиска информации и их необходимые источники и планирует процесс поиска;</p> <p>– структурирует и выделяет наиболее значимое в полученной информации;</p> <p>– оценивает практическую значимость результатов поиска и оформляет его результаты;</p> <p>применяет средства информационных технологий, использует современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</p>	
ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	<p>– определяет актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;</p> <p>– применяет современную научную профессиональную терминологию;</p> <p>определяет и выстраивает траектории профессионального развития и самообразования</p>	
ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	<p>эффективно взаимодействует с преподавателями, обучающимися в ходе профессиональной деятельности.</p>	
ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей	<p>грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявляя толерантность в рабочем коллективе</p>	

социального и культурного контекста		
ОК 07 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	выполняет работы с соблюдением принципов бережливого производства и ресурсосбережения	
ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	<ul style="list-style-type: none"> – понимает общий смысл четко произнесенных высказываний и текстов на профессиональные темы; – участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; – строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; пишет простые связные сообщения на интересующие профессиональные темы. 	