

**Автономная некоммерческая организация профессионального образования
«Колледж мировой экономики и передовых технологий»**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности
в сфере торговли**

МДК.02.01 Технология проведения маркетинговых исследований

МДК.02.02 Ценообразование в торговой деятельности

МДК 02.03 Бизнес-планирование и финансовое моделирование
предпринимательской единицы

МДК 02.04 Управление ассортиментом товаров

по специальности

38.02.08 Торговое дело

форма обучения: очная, заочная
квалификация – специалист торгового дела

Москва – 2024

ОДОБРЕНА

Предметной (цикловой) комиссией
экономических дисциплин

Протокол от 19 апреля 2024 г. № 8

Председатель ПЦК

 /Буркина Л.В.

Разработана на основе Федерального
государственного образовательного
стандарта по специальности
среднего профессионального
образования 38.02.08 Торговое дело

Заместитель директора по методической
работе

 / Ю.И. Богомолова/
Подпись ФИО

РАССМОТРЕНА

на заседании Педагогического совета

Протокол от 26 апреля 2024 г. № 5

Разработчик:

Гусейнова Э.И., преподаватель АНО ПО "Колледж мировой экономики и передовых технологий"

СОДЕРЖАНИЕ

1.ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2.РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3.СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	19
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	29

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы по специальности 38.02.08 Торговое дело в части освоения вида деятельности (ВД): Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли и соответствующих профессиональных компетенций:

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.

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

С целью овладения указанным видом деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля 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.

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.

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.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля

Максимальная учебная нагрузка обучающегося – 494 часа, включая: обязательную аудиторную учебную нагрузку – 344 часов; в т. ч. теоретической – 181 час; практической – 134 часа; самостоятельную работу обучающегося – 14 часов; учебной практики 72 часа, производственная практика- 36 часов.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом деятельности (ВД) **Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.
ОК 1.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 2.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 3.	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 4.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 5.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 7.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
ОК 9.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Объем профессионального модуля и виды учебной работы

по очной форме

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля ¹	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, час	в т.ч., курсовой проект, часов	Всего, часов	в т.ч., курсовой проект, часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ОК 1 – 5; ОК 7, ОК 9; ПК 2.1 - 2.8.	МДК 02.01. Технология проведения маркетинговых исследований	68	68	22	-	-	-	-	-
	МДК 02.02. Ценообразование в торговой деятельности	140	126	32	20	14	20	-	-
	МДК 02.03. Бизнес-планирование и финансовое моделирование	120	120	60	-	-	-	-	-
	МДК 02.04. Управление ассортиментом товаров	46	46	20	-	-	-	-	-
	Учебная практика	72	-	-	-	-	-	72	-
	Производственная практика	36	-	-	-	-	-	-	36
	Экзамен по модулю	12	-	-	-	-	-	-	-
	Всего:	494	360	134	20	14	20	72	36

¹ Раздел профессионального модуля – часть программы профессионального модуля, которая характеризуется логической завершенностью и направлена на освоение одной или нескольких профессиональных компетенций. Раздел профессионального модуля может состоять из междисциплинарного курса или его части и соответствующих частей учебной и производственной практик. Наименование раздела профессионального модуля должно начинаться с отглагольного существительного и отражать совокупность осваиваемых компетенций, умений и знаний.

по заочной форме

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля ²	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, час	в т.ч., курсовой проект, часов	Всего, часов	в т.ч., курсовой проект, часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ОК 1 – 5; ОК 7, ОК 9; ПК 2.1 - 2.8.	МДК 02.01. Технология проведения маркетинговых исследований	68	56	30	-	12	-	-	-
	МДК 02.02. Ценообразование в торговой деятельности	140	56	10	20	84	20	-	-
	МДК 02.03. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы	120	14	8	-	106	-	-	-
	МДК 02.04. Управление ассортиментом товаров	46	18	10	-	28	-	-	-
	Учебная практика	72	-	-	-	-	-	72	-
	Производственная практика	36	-	-	-	-	-	-	36
	Экзамен по модулю	12	-	-	-	-	-	-	-
	Всего:	494	144	58	20	230	20	72	36

² Раздел профессионального модуля – часть программы профессионального модуля, которая характеризуется логической завершенностью и направлена на освоение одной или нескольких профессиональных компетенций. Раздел профессионального модуля может состоять из междисциплинарного курса или его части и соответствующих частей учебной и производственной практик. Наименование раздела профессионального модуля должно начинаться с отглагольного существительного и отражать совокупность осваиваемых компетенций, умений и знаний.

3.3. Тематический план профессионального модуля (очная форма обучения)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся.	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч
1	2	3
Раздел 1. Технология проведения маркетинговых исследований		
МДК 02.01 Технология проведения маркетинговых исследований		
Тема 1.1. Понятия и сущность маркетинговых исследований	<p>Содержание</p> <p>1. Цели, задачи и функции маркетинговых исследований. Предмет, объект и основные направления маркетинговых исследований. Понятие и роль маркетинговых исследований в системе маркетинга.</p> <p>2. Основные этапы становления и развития маркетинговых исследований. Разработка исследований, сбор данных, анализ данных, формирование основных выводов и интерпретация результатов. Специализированные программные продукты, применяемые в маркетинге.</p> <p>3. Основные понятия, цели и задачи проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга. Принципы маркетинговых исследований.</p> <p>В том числе практических занятий и лабораторных работ</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> <p>Практическое занятие 3. Решение ситуационных задач</p>	<p>6</p> <p>6</p> <p>3</p> <p><i>1</i></p> <p><i>1</i></p> <p><i>1</i></p>
Тема 1.2. Сущность и содержание маркетинговой информационной системы	<p>Содержание</p> <p>1. Основные понятия и принципы маркетинговой информационной системы.</p> <p>2. Структура и основные этапы проведения маркетингового исследования.</p> <p>В том числе практических занятий и лабораторных работ</p> <p>Практическое занятие 4. Выявление проблемы и определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли (предприятие определяется по выбору студентов).</p>	<p>4</p> <p><i>4</i></p> <p>1</p> <p><i>1</i></p>
Тема 1.3. Типы маркетинговых	Содержание	4

исследований	1. Поисковые, описательные и пояснительные исследования. Качественные и количественные маркетинговые исследования. Постоянные и разовые исследования	4
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4
	Практическое занятие 5. Определение типа маркетингового исследования по выявленным проблемам деятельности торговой организации.	1
	Практическое занятие 6. Сравнительная характеристика типов маркетингового исследования. Их преимущества и недостатки, области применения.	1
	Практическое занятие 7. Решение ситуационных задач. Сбор вторичной информации.	1
	Практическое занятие 8. Разработайте сценарий проведения маркетингового исследования методом фокус-групп. Раскройте достоинства и недостатки метода фокус-группы.	1
Тема 1.4. Технология проведения маркетинговых исследований внешней и внутренней среды	Содержание	4
	1. Методы маркетинговых исследований определения емкости целевого рынка: источники получения маркетинговой информации и способы анализа спроса, в том числе в Яндекс.Вордстат и Google Trends. Методы маркетинговых исследований определения рисков бизнеса, оценки внешней среды компании: PEST-анализ. SWOT – анализ – метод маркетингового исследования внешней и внутренней среды компании.	4
	2. Методы оценки конкурентной среды и конкурентоспособности товара	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4
	Практическое занятие 9. Определение емкости целевого рынка предприятия торговли с использованием программных продуктов (предприятие определяется по выбору обучающихся).	1
	Практическое занятие 10. Решение ситуационных задач методом PEST-анализа	1
	Практическое занятие 11. Определение конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках (товар определяется по выбору обучающихся).	1
	Практическое занятие 12. Решение ситуационных задач методом SWOT-анализа	1
Тема 1.5. Основные понятия и методы кабинетных маркетинговых исследований	Содержание	2
	1. Сущность кабинетных маркетинговых исследований и их характеристика.	
	2. Методы кабинетных маркетинговых исследований: традиционный (классический) анализ; контент-анализ документов; информативно-целевой анализ	2
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	3
	Практическое занятие 13. Определение рыночной доли присутствия торгового предприятия традиционным методом исследования (предприятие определяется по выбору обучающихся).	1
	Практическое занятие 14. Решение ситуационной задачи. Проведение кабинетных маркетингового исследования с помощью интернет-ресурсов	1
	Практическое занятие 15. Оценка финансовых показателей деятельности торговой	1

	организации по данным финансовой отчетности, как источник информации для оценки внутренней среды торгового предприятия.	
Тема 1.6. Основные понятия и методы полевых маркетинговых исследований	Содержание	4
	1. Наблюдение как важнейший метод сбора маркетинговой информации. Методы сбора первичной информации (анкетирование, экспертные оценки, телефонное интервью, групповое интервью (фокус-групп)).	4
	2. Панельные исследования. Экспериментальные (опытные) исследования. Проективные методы исследований. Проведение исследований методом Eye tracking (Ай Трекинг).	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2
	Практическое занятие 16. Определение круга вопросов. Выбор типа анкет. Составление анкет с целью проведения маркетингового исследования	1
	Практическое занятие 17. Сбор первичной информации для проведения маркетингового исследования с использованием программных продуктов	1
Тема 1.7. Система выборочных маркетинговых исследований	Содержание	2
	1. Основные понятия, используемых при проведении выборочных исследований. Виды выборки	2
	2. Основные этапы проектирования и определения объема выборки.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2
	Практическое занятие 18. Построение программы выборочного маркетингового исследования. Сбор информации для проведения выборочного исследования.	2
Тема 1.8. Обработка результатов маркетинговых исследований	Содержание	4
	1. Методы обработки данных маркетинговых исследований	
	2. Программные продукты, используемые при обработке данных результатов маркетинговых исследований	4
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	1
	Практическое занятие 19. Обработка результатов маркетинговых исследований с применением программных продуктов	1
Тема 1.9. Оформление отчета маркетинговых исследований	Содержание	4
	1. Содержание и структура отчета маркетинговых исследований.	
	2. Оформление и методы презентации отчета с помощью цифровых технологий.	4
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2
	Практическое занятие 20. Подготовка отчета по результатам маркетингового исследования.	2
Самостоятельная работа МДК 02.01		-
Раздел 2. Ценообразование в торговой деятельности		
МДК 03.02. Ценообразование в торговой деятельности		

Тема 2.1. Цена как экономическая категория	Содержание	7
	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.	
В том числе практических занятий и лабораторных работ	1	
Практическое занятие № 1 Решение задач на определение цены с учетом ее структуры	1	
Тема 2.2. Методы ценообразования	Содержание	13
	1. Товарная и ценовая политика предприятия	6
	2. Механизм установления цены	
	3. Затратные методы ценообразования	
	4. Определение цены с ориентацией на спрос	
	5. Определение цены с ориентацией на конкуренцию	
	6. Особенности ценообразования на новые товары и научно-техническую продукцию	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	7
	Практическое занятие № 2 Решение задач на расчет цены изготовителя методом полных затрат	2
	Практическое занятие № 3 Решение задач на расчет цены изготовителя методом стандартных полных затрат	2
Практическое занятие № 4 Решение задач на расчет цены методом удельной цены	1	
Практическое занятие № 5 Решение задач на расчет цены агрегатным методом и методом регрессии	2	
Тема 2.3 Основные ценообразующие факторы, учитываемые при формировании цен торговых предприятий	Содержание	7
	1. Структура рынка	4
	2. Конкурентная среда	
	3. Тип товара и эластичность спроса.	
	4. Ценность товара и прочие факторы, влияющие на ценообразование	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	3
Практическое занятие № 6 Решение задач на определение коэффициента эластичности спроса от цены. Расчет цены методом максимизации продаж с учетом эластичности спроса	2	

	Практическое занятие № 7 Решение задач на определение максимально допустимой цены на единицу продукции	1
Тема 2.4 Особенности ценообразования в сфере торговли, в том числе в электронной торговле	Содержание	6
	1. Экономическое содержание торговой услуги	4
	2. Особенности ценообразования в сфере услуг	
	3. Классификация торговых услуг	
	4. Цены на отдельные виды услуг	
В том числе практических занятий и лабораторных работ	2	
	Практическое занятие № 8 Решение задач на определение цены на отдельные виды торговых услуг: Расчет цен на товары в оптовой, закупочной, розничной, электронной торговле.	2
Тема 2.5. Торговая надбавка и методы ее определения	Содержание	10
	1. Понятие, структура и регулирование торговой надбавки (структура торговых надбавок, издержки обращения)	6
	2. Затратное ценообразование	
	3. Рыночные методы ценообразования. Методы ценообразования с ориентацией на покупателя. Ценообразование с учетом конкуренции.	
	4. Прочие методы ценообразования	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4
	Практическое занятие № 9 Решение задач на расчет цены балловым методом	1
	Практическое занятие № 10 Решение задач на расчет цены методом вмененной потребительской оценки	2
Практическое занятие № 11 Решение задач на расчет торговых надбавок	1	
Тема 2.6. Политика цен и стратегия ценообразования	Содержание	11
	1. Понятие политики цен.	10
	2. Принципы и методы формирования ценовой политики на предприятиях торговли	
	3. Психологические аспекты ценообразования и основы принятия ценовых решений	
	4. Основные ценовые стратегии предприятий торговли	
	5. Прочие элементы комплекса маркетинга и их влияние на цену	
	6. Оценка качества сервиса как основа формирования ценовой политики и стратегии торговых предприятий	

	7. Имидж торгового предприятия и репутация торгового персонала, их влияние на политику и стратегии ценообразования	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	1
	Практическое занятие № 12–13. Решение задач на определение ценовой стратегии.	1
Тема 2.7 Методы ценового стимулирования продаж	Содержание	14
	1. Понятие и цели ценового стимулирования продаж	10
	2. Методы стимулирования продаж	
	3. Скидки и надбавки к цене	
	4. Причины и условия изменения текущих цен	
	5. Оценка ценовых решений в торговле	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4
	Практическое занятие № 14 Решение задач на оценку целесообразности и эффективности ценовых мероприятий по стимулированию продаж	2
Практическое занятие № 15 Решение задач на определение скидок от цены продаж и покупок. Предложения скидок при разработке программы лояльности для постоянных покупателей	2	
Тема 2.8 Ценообразование во внешнеэкономической деятельности	Содержание	7
	1. Внешнеторговые операции и ценообразование	4
	2. Экспортно-импортные цены	
	3. Таможенные пошлины и тарифы	
	4. Порядок исчисления таможенных пошлин	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	3
	Практическое занятие № 16 Решение задач на определение базисной экспортной цены. Расчет импортных внешнеторговых цен	2
Практическое занятие № 17 Расчет эффективности сделки на основе экспортно-импортных цен	1	
Тема 2.9. Налоги и ценообразование	Содержание	9
	1. Налоги в составе цены	4
	2. Акцизы	
	3. Налог на добавленную стоимость	
	4. Налоговый контроль за ценообразованием.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	5
Практическое занятие № 18 Расчет суммы акциза.	1	

	Практическое занятие № 19 Расчет на определение ставки и суммы налога на добавленную стоимость. Расчет цены с НДС по разным ставкам.	2
	Практическое занятие № 20. Расчет суммы НДС к возмещению/вычету из цены поставки товара.	2
Тема 2.10 Государственная политика и ценообразование	Содержание	8
	1. Государственная ценовая политика и регулирование цен	6
	2. Государственный контроль ценообразования и применения цен	
	3. Единая тарифная политика базовых отраслей Российской Федерации	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2
Практическое занятие № 21 Решение задач на определение уровня регулирования оптовой и розничной цены	2	
Самостоятельная работа МДК 02.02		14
Курсовой проект (работа)		
Тематика курсовых проектов (работ) раздела 2		
<ol style="list-style-type: none"> 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. 11. Прямые и косвенные методы государственного регулирования цен. 12. Ценообразование на рынке строительных услуг. 13. Мировая цена, ее определение и виды. Цены международных контрактов. 14. Ценообразование в общественном питании. 15. Затратные и эконометрические методы ценообразования. 16. Закон спроса и предложения и его влияние на цену. 17. Налог на добавленную стоимость как составляющая часть цены. 18. Порядок формирования цен на импортные товары. 19. Особенности формирования цен на автотранспортные услуги. 20. Таможенные пошлины. Виды, порядок исчисления и взимания. 21. Таможенная стоимость и ее исчисление в практике ценообразования. 22. Методы ценового стимулирования продаж 		

23. Трансфертное ценообразование и контролируемые сделки		
24. Ценообразование по внешнеторговым сделкам		
25. Имидж торгового предприятия и репутация торгового персонала, их влияние на политику и стратегии ценообразования		
Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту (работе)		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Выбор темы курсовой работы, формулировка актуальности исследования, определение цели, постановка задач. 2. Подбор источников и литературы, проверка актуальности предлагаемой в них информации, составление библиографического списка и плана курсовой работы. 3. Теоретический анализ источников и литературы, определение понятийного аппарата. Систематизация собранного фактического и цифрового материала путем сведения его в таблицы, диаграммы, графики и схемы. 4. Написание введения курсовой работы. Формулировка актуальности, цели, задач, объекта, предмета, методов предстоящего исследования 5. Обобщение теоретических аспектов по проблеме исследования в главе первой курсовой работы 6. Оформление результатов практических исследований в главе второй курсовой работы 7. Подбор и оформление приложений по теме курсовой работы. 8. Составление заключения курсовой работы, содержащее выводы и предложения по результатам проведенных исследований 9. Требования к содержанию и подготовка презентации курсовой работы 10. Защита курсовой работы 		20
Раздел 3. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы		
МДК 02.03. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы		
Тема 3.1. Предпринимательская идея и ее выбор	Содержание	10
	1. Понятие и содержание предпринимательства. Деловые интересы в предпринимательстве. Предпринимательская идея и ее выбор Источники формирования предпринимательских идей. Методы выработки предпринимательских идей.	10
	2. Процесс генерации предпринимательской идеи. Общая схема предпринимательских действий. Основные типы ключевых факторов успеха.	
	3. Основные стадии жизненного цикла товара: генерирование деловой идеи, экспертная оценка идей, сбор и анализ рыночной информации, экспертная оценка информации, полученной в процессе осмысления идеи, принятие предпринимательского решения	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4
	Практическое занятие 1: Разработка товарной модификации, ввод товара.	4
Тема 3.2. Технология, основные принципы и структура управления бизнесом	Содержание	8
	1. Технология управления бизнесом. Основные понятия, категории и объекты управления бизнесом. Принципы управления. Система управления: субъект, объект, прямые и обратные связи. Понятие предпринимательской единицы.	8
	2. Понятие организационной структуры управления предпринимательской единицей. Факторы, определяющие выбор типа организационных структур управления.	

	3. Информационные и технические средства управления бизнесом. Показатели оценки эффективности управления бизнесом.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2
	Практическое занятие 2: Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы	2
Тема 3.3. Бизнес-план и его роль в современном предпринимательстве	Содержание	8
	1. Бизнес-планирование как элемент экономической политики организации. Основные цели составления бизнес-плана. Финансовые цели бизнес-планирования. Классификация основных типов бизнес-планов. Основные цели составления внутренних бизнес-планов.	8
	2. Инвестиционный план как разновидность бизнес-плана. Характеристика, назначение, перспективы и область применения. Основные цели составления инвестиционных бизнес-планов.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4
	Практическое занятие 3. Составление визитки команды. Влияние визитки команды, имиджа и деловой репутации разработчиков бизнес-плана на принятие решения инвестора.	4
	Практическое занятие 4. Определение миссии, цели, задачи бизнеса. Определение формы ведения предпринимательской деятельности.	
Тема 3.4. Структура и функции бизнес-плана	Содержание	4
	1. Основные функции бизнес-плана. Основные правила и схема построения процесса разработки бизнес-плана.	4
	2. Технология разработки и структура бизнес-плана	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4
	Практическое занятие 5- 6. Первоначальная подготовка резюме бизнес-плана. Инвестиционное предложение.	4
Тема 3.5. Основные источники финансирования предпринимательской единицы.	Содержание	8
	1. 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.	8
	2. Система налогов и сборов Российской Федерации. Виды систем налогообложения в России. Налоговое планирование как источник финансирования предпринимательской единицы.	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4
	Практическое занятие 7–8. Расчет размеров выплат по процентным ставкам кредитования, лизинговым операциям, договорам франчайзинга.	4
	Практическое занятие 9. Выбор системы налогообложения для ведения бизнеса.	
Тема 3.6.	Содержание	4

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

	Практическое занятие 17. Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов. Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования.	
	Практическое занятие 18. Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода. Определение рыночной цены товара. Расчет себестоимости товара, определение розничной цены.	8
	Практическое занятие 19. Расчет точки безубыточности по данным реального бизнес-плана	
Тема 3.9. Методы оценки эффективности инвестиционного проекта	Содержание	6
	1. Основные показатели оценки экономической эффективности инвестиционного проекта. Методы оценки инвестиционных проектов.	
	2. Выбор ставки дисконтирования. Обоснование выбора ставки дисконтирования. Расчет простого периода окупаемости проекта (PaybackPeriod)	6
	3. Основные показатели оценки социальной эффективности инвестиционного проекта	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	10
	Практическое занятие 20. Расчет экономической окупаемости инвестиционного проекта с учетом различных сценариев	4
	Практическое занятие 21–22. 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) 	6
Тема 3.10. Современные программные продукты, используемые для разработки и презентации бизнес-плана/инвестиционного проекта	Содержание	4
	1. Специализированные программные продукты, используемые для составления бизнес-плана, разработки финансовой модели бизнеса и презентации инвестиционного проекта.	4
	2. Основные правила оформления презентаций инвестиционного проекта	
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	8
	Практическое занятие 23. Разработка бизнес-плана с применением специализированных программных продуктов (по выбору образовательной организации)	8
	Практическое занятие 24. Оформление и презентация бизнес-плана / инвестиционного проекта	
Самостоятельная работа МДК 02.03		-
Раздел 4. Управление ассортиментом товаров		
МДК 02.04 Управление ассортиментом товаров		
Тема 4.1	Содержание	6

Основные понятия в области управления ассортиментом товаров	1. Теоретические основы управления ассортиментом: понятие ассортимента, классификация, свойства и показатели ассортимента, основные направления совершенствования ассортимента, факторы, влияющие на ассортимент потребительских товаров	6
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2
	Практическое занятие 1 Расчет показателей ассортимента.	2
Тема 4.2. Стратегия и ассортиментная политика розничного торгового предприятия	Содержание	6
	1. Стратегии и тактика управления ассортиментом: основные виды конкурентных стратегий, позиционирование магазинов, сегментирование покупателей, выявление потребностей в товаре	2
	2. Ассортиментная политика розничного магазина: основные понятия, факторы, влияющие на формирование и разработку ассортиментной политики, анализ и улучшение ассортиментной политики	4
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	-
Тема 4.3. Методы и инструменты управления товарным ассортиментом	Содержание	8
	1. ABC-анализ: виды, суть метода, порядок проведения, преимущества и недостатки метода, методика стратификации множества элементов	4
	2. XYZ-анализ: суть метода, порядок проведения, преимущества и недостатки метода. Совмещенный ABC- и XYZ-анализ	4
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	12
	Практическое занятие 2. Расчет основных показателей ассортимента розничного магазина	2
	Практическое занятие 3. ABC-анализ ассортимента розничного магазина	2
	Практическое занятие 4. XYZ-анализ, совмещенный ABC- и XYZ-анализ ассортимента розничного магазина	4
	Практическое занятие 5. Оценка ассортиментной политики розничного торгового предприятия	4
Тема 4.4. Основы категорийного менеджмента	Содержание	6
	1. Введение в категорийный менеджмент и его философия. Концепция управления категориями товаров (СМ – Category Management). Особенности внедрения и процесс категорийного менеджмента, его основные преимущества и недостатки. Основные этапы перехода на категорийный менеджмент. Специфика процесса управления в категорийном менеджменте. Организационная концепция категорийного менеджмента	6
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	2
	Практическое занятие 6. Выполнение расчетов для внедрения принципов категорийного менеджмента с применением специализированных программных продуктов	2
Тема 4.5. Методология ассортимента категорийного	Содержание	6
	1. Структурирование и выделение категорий в товарном ассортименте. Формирование категорий в ассортименте. Балансировка ассортимента по широте и глубине. Распределение	2

	торговых площадей между категориями	
	2. Ассортиментная матрица магазина: суть, принципы, правила и этапы формирования	4
	В том числе практических занятий и лабораторных работ	4
	Практическое занятие 7. Составление карточки-кейса и перевод его на язык «категорийного менеджмента».	2
	Практическое занятие 8. Составление портрета категории, выбор конкурентов и алгоритмов решения задачи по кейсу	2
Самостоятельная работа МДК 02.04		-
Учебная практика		72
Виды работ		
<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 3. <i>Выполнение отдельных этапов разработки бизнес-плана:</i> 4. Составление визитки команды. 5. Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы. 6. Определение целевой аудитории по методу Шеррингтона. 7. Построение модели Остервальдера. 8. Определение бизнес-процессов и составление схемы оказания услуг. 9. <i>Разработка и заполнение финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением специализированных программных продуктов</i> 10. Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов. 11. Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования . 12. Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода. 13. Расчеты цен и себестоимости. 14. Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении 15. Составление плана переменных расходов 16. Расчет точки безубыточности 17. Составление бюджета доходов и расходов 18. Составление бюджета движения денежных средств 19. Составление прогнозного баланса 20. Определение и обоснование источников финансирования 21. Расчеты процентов за пользование заемными средствами и составление графика возврата заемных средств 22. Расчет дисконтированного периода окупаемости проекта (DiscountedPaybackPeriod) 23. Расчет чистой текущей стоимости проекта (NetPresentValue) 24. Расчет внутренней нормы доходности проекта (InternalRateofReturn) 25. Расчет индекса прибыльности проекта (IndexofProfitability) 26. Расчеты других значимых показателей (ARR, MIRR, ROE, ROI, EBIT, EBITDA) 27. Разработка мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности. 		

Производственная практика

Виды работ

1. Изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирования целей маркетингового исследования
2. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач.
3. Определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли.
4. Разработка плана проведения маркетингового исследования 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. Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации.
7. 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.
8. Выявление конкурентов исследуемого торгового предприятия. Определение конкурентных преимуществ исследуемого торгового предприятия на внутреннем и внешних рынках
9. Подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров, повышения объемов продаж торговой организации.
10. Оформление результатов маркетингового исследования.
11. Исследование рынка, проведение статистических исследований по ценовым показателям
12. Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой организации, по данным которой проводится маркетинговое исследование.
13. Применение сквозных цифровых технологий при проведении работ по анализу ценовых показателей товаров (перечень товаров подбирает обучающийся по согласованию с руководителем учебной практики).
14. Анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации.
15. Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках.
16. Оформление результатов анализа ценовой политики и ценовой стратегии торгового предприятия.
17. Представление презентации по итогам анализа ценообразования торгового предприятия.
18. Проверка обоснованности заявленных цен на товары, работы, услуги
19. Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации

36

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Учебный кабинет междисциплинарных курсов и модулей

Оборудование учебного кабинета:

1. комплекты специализированной учебной мебели;
2. рабочее место преподавателя;
3. доска классная;

Технические средства обучения:

1. компьютер с установленным лицензионным программным обеспечением: ОС Windows, MS Office, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду.
2. проектор;
3. экран.

4.2. Информационное обеспечение обучения.

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература

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

2. 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>

3. 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>

4. 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>

5. 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>

Дополнительная 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>

2. 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>

3. 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).

4. 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--. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1832175>

5. 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>

6. 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>

7. 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>

8. Кисова, А. Е. Основы предпринимательской деятельности : учебное пособие для СПО / А. Е. Кисова, К. В. Барсукова. — 2-е изд. — Липецк, Саратов

: Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2022. — 104 с. — ISBN 978-5-00175-120-5, 978-5-4488-1519-5. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/121370.html>

4.3. Особенности организации образовательной деятельности для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Информация о специальных условиях, созданных для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, размещена на сайте университета (<https://kmept.ru/>).

Для обучения инвалидов и лиц с ОВЗ, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата обеспечиваются условия беспрепятственного доступа в учебные помещения, столовую, туалетные, другие помещения (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и др.).

Для адаптации к восприятию обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушенным слухом справочного, учебного материала имеются следующие условия:

- для лучшей ориентации в аудитории, применяются сигналы, оповещающие о начале и конце занятия (слово «звонок» пишется на доске);
- внимание слабослышащего обучающегося привлекается педагогом жестом (на плечо кладется рука, осуществляется нерезкое похлопывание);
- разговаривая с обучающимся, педагог смотрит на него, говорит ясно, короткими предложениями, обеспечивая возможность чтения по губам.

Компенсация затруднений речевого и интеллектуального развития слабослышащих инвалидов и лиц с ОВЗ проводится за счет:

- использования схем, диаграмм, рисунков, компьютерных презентаций с гиперссылками, комментирующими отдельные компоненты изображения;
- регулярного применения упражнений на графическое выделение существенных признаков предметов и явлений;
- обеспечения возможности для обучающегося получить адресную консультацию по электронной почте по мере необходимости.

Для адаптации к восприятию инвалидами и лицами с ОВЗ с нарушениями зрения справочного, учебного, просветительского материала, предусмотренного образовательной программой, обеспечиваются следующие условия:

ведется адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению, обеспечивается наличие крупношрифтовой справочной информации о расписании учебных занятий;

- в начале учебного года обучающиеся несколько раз проводятся по зданию КМЭПТ для запоминания месторасположения кабинетов, помещений, которыми они будут пользоваться; педагог, его собеседники, присутствующие представляются обучающимся, каждый раз называется тот, к кому педагог обращается;

- действия, жесты, перемещения педагога коротко и ясно комментируются; печатная информация предоставляется крупным шрифтом (от 18 пунктов),

тотально озвучивается; обеспечивается необходимый уровень освещенности помещений;

- предоставляется возможность использовать компьютеры во время занятий и право записи объяснения на диктофон (по желанию обучающегося).

При необходимости предоставляются бесплатно специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература. Имеется возможность предоставления услуг ассистента, оказывающего обучающимся с ОВЗ необходимую техническую помощь, в том числе услуг сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для обучающихся с ОВЗ определяется преподавателем в соответствии с учебным планом. При необходимости обучающемуся с ОВЗ с учетом его индивидуальных психофизических особенностей дается возможность пройти промежуточную аттестацию устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п., либо предоставляется дополнительное время для подготовки ответа.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ УСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результаты (освоенные ПК)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 2.1	<ul style="list-style-type: none"> - Составляет план проведения маркетингового исследования - Устанавливает сроки и требования к проведению маркетингового исследования - Определяет маркетинговые инструменты, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования Осуществляет поиск первичной и вторичной маркетинговой информации 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - на практических занятиях (при решении ситуационных задач, подготовке докладов, рефератов и т.д.); - при выполнении работ на различных этапах производственной практики; - при проведении

ПК 2.2	<ul style="list-style-type: none"> – Устанавливает конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках – Рассчитывает показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов – Разрабатывает предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации <p>Использует программные продукты в системе продвижения товаров (услуг) организации</p>	тестирования, зачета по МДК, экзамена по модулю
ПК 2.3	Проводит сбор, мониторинг и систематизирует ценовые показатели товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий	
ПК 2.4	Обосновывает конкурентные преимущества товара на внешнем и внутренних рынках	
ПК 2.5	<ul style="list-style-type: none"> – Соблюдает правила и принципы разработки бизнес-плана (полнота и точность составления разделов бизнес-плана) – Использует информационные технологии в процессе составления бизнес-плана <p>Использует информацию специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана.</p>	
ПК 2.6	<ul style="list-style-type: none"> – Рассчитывает и обосновывает результаты анализа финансовых результатов деятельности организации – Применяет различные платформы в системе 	

	продвижения товаров (услуг) организации	
ПК 2.7	– Обосновывает разработанные мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности	
ПК 2.8	– Составляет план сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы – Выявляет проблемы и риски предпринимательской деятельности	
Результаты (освоенные ОК)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 01	– Распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; – Выделяет составные части и определяет этапы решения задачи; – Выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы; – Составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; – Демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; Реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).	Наблюдение, личностно-развивающие тренинги.
ОК 02	– определяет задачи для поиска информации и их необходимые источники и планирует процесс поиска; – структурирует и выделяет наиболее значимое в полученной информации; – оценивает практическую значимость результатов поиска и оформляет его результаты; применяет средства информационных технологий, использует современное программное	Ролевые игры, компьютерные симуляции, выполнение самостоятельных работ

	обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.	
ОК 3. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	-определяет актуальность нормативно-правовой документации профессиональной деятельности; -применяет современную научную профессиональную терминологию; определяет и выстраивает траектории профессионального развития и самообразовани	Ролевые игры, выполнение самостоятельных работ, устный опрос
ОК 4. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- эффективно взаимодействует с преподавателями, обучающимися в ходе профессиональной деятельности.	Тестирование, выполнение самостоятельных работ
ОК 5. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;	- грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявляя толерантность в рабочем коллективе	Наблюдение, выполнение самостоятельных работ, личностно-развивающие тренинги.
ОК 7. 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	Выполнение творческих работ, образовательные тренинги.