


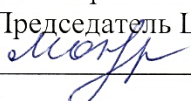
Центросоюз Российской Федерации
Нижегородский областной союз потребительских обществ
Нижегородский экономико-технологический колледж


РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ 01 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ
ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
Специальность 38.02.08 Торговое дело

Арзамас

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе
Федерального государственного образовательного стандарта по специальности
38.02.08 Торговое дело

Утверждаю
Директор колледжа 
Смирнова ЕВ
«19» апреля 2024 г

Рассмотрено на заседании ЦК
коммерческо-технологических
дисциплин
«19» апреля 2024 года
Председатель ЦК

Матвеева МН

Одобрено НМС НЭТК
«19» апреля 2024 года
Председатель НМС

Щепетинщикова НН

Разработчик:

Грачёва О.В. преподаватель НЭТК

Рецензент:

Мельникова Е.В. преподаватель НЭТК

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

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности Торговое дело в части освоения вида профессиональной деятельности (ВПД) - Организация и осуществление торговой деятельности и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 1.1. Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий

ПК 1.2. Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта

ПК 1.3. Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий

ПК 1.4. Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение

ПК 1.5. Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту

ПК 1.6. Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий

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

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

иметь практический опыт:

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

(подрядчиками, исполнителями);

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

уметь:

- пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внешних и внутренних рынках;
- проводить исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров;
- обобщать и систематизировать коммерческую информацию, формировать базы данных с информацией о ценах на товары, работы, услуги, требованиях внешних и внутренних рынков

к товарной продукции, статистически ее обрабатывать в формате электронных таблиц и формулировать аналитические выводы;

- анализировать внешнюю конкурентную среду для выявления аналогичных или взаимозаменяемых товаров;

- создавать и вести информационную базу данных поставщиков и покупателей;

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

- обобщать полученную информацию, обрабатывать ее с применением программных продуктов;

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

- применять нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений;

- осуществлять выбор поставщиков;

- оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ;

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

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

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

- работать в единой информационной системе;

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

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

- обосновывать начальную (максимальную) цену закупки;

- описывать объект закупки;

- разрабатывать закупочную документацию;

- работать в единой информационной системе;

- взаимодействовать с закупочными комиссиями и технически обеспечивать деятельность закупочных комиссий;

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

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

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

- классифицировать товары на внутренних и внешних рынках;

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

- осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта;

- осуществлять взаимодействие с участниками внешнеторгового контракта;

- подготавливать коммерческие предложения, запросы;

- оформлять документацию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и международных актов;

- составлять и оформлять отчет, содержащий информацию о ходе исполнения контракта, о соблюдении промежуточных и окончательных сроков исполнения контракта, о ненадлежащем исполнении контракта (с указанием допущенных нарушений) или о неисполнении контракта и о санкциях, которые применены в связи с нарушением условий контракта или его

неисполнением, об изменении или о расторжении контракта в ходе его исполнения, об изменении контракта или о расторжении контракта;

- осуществлять организацию оплаты/возврата денежных средств, организовывать уплату денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях;

- обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов;

- осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота;

- осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ;

- осуществлять процесс управления доставкой товаров покупателю используя возможности интернет-вещей;

- проводить анализ перемещения покупателей по торговому залу по данным камер видео наблюдений с целью оптимизации торгового пространства;

- осуществлять контроль за количеством и сроками хранения продовольственных товаров с применением датчиков контроля (интернет-вещей);

- использовать технологии дополненной реальности для повышения объема продаж;

- применять цифровые вывески с использованием компьютерного зрения;

- применять технологии интернет-вещей в организации работы торговых площадок;

- управлять полочным пространством магазина в облачной АВМ SHELF;

- оформлять факт продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС;

- применять электронный документооборот;

- осуществлять торгово-технологические процессы, в том числе, с использованием техники эффективных коммуникаций.

- применять основные ИИ-решения - системы распознавания естественного языка, интеллектуальные системы поддержки принятия решений, распознавания и синтез речи, интеллектуальный анализ текстовых документов, роботы, видео аналитика, чат-боты;

- оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ;

- осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота;

- пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внутренних внешних рынках.

знать:

- методы и инструменты работы с базами данных внутренних и внешних рынков;

- требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота;

- стандарты и требования внешних рынков к товарной продукции;

- правовые нормы оформления и заключения договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;

- структуру и содержание договора поставки, спецификации и сопроводительного письма критерии поиска и методы отбора поставщиков;

- методы и инструменты работы с базами больших данных;

- требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации,

- схем электронного документооборота;

- законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров;

- особенности составления закупочной документации;

- методы определения и обоснования начальных максимальных цен контракта;

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

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля

Объем образовательной программы - 362 часа,

в том числе:

- во взаимодействии с преподавателем - 328 часов;
- самостоятельной работы обучающегося - 22 часов.
- практической подготовки, всего: 144 часов,

их них:

- учебной практики - 72 часов
- производственной практики –72 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности организация и осуществление торговой деятельности, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 1.1.	Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий
ПК 1.2.	Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в

	том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта
ПК 1.3.	Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий
ПК 1.4.	Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение
ПК 1.5.	Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту
ПК 1.6.	Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

1. 3.1.1. Тематический план профессионального модуля при очной форме обучения

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение МДК						Консультация по экз., часов		Промежуточная аттестация, часов		Практическая подготовка	
			во взаимодействии с преподавателем			Самостоятельная работа			МДК	ПМ	По МДК	По ПМ	Учебная практика, часов	Производственная практика (по профилю специальности), часов
			Всего часов	в т.ч. практически занятия, часов	в т.ч., курсовая работа, часов	Всего часов	в т.ч., на подготовку к экзамену, часов							
							МДК	ПМ						
ПК 1.1, 1.2, 1.4, 1.5, 1.6	Раздел 1. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках	84	80	32		4	--	-	-	-				
ПК 1.1, 1.2, 1.6	Раздел 2. Организация и осуществление продаж	86	76	20	20	8	-	2	-	2				
ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3,	Раздел 3. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	40	28	18		10	-	2	-	2				
	Учебная практика	72											72	
	Производственная практика (по профилю специальности), практическая подготовка, часов	72												72
	Экзамен по модулю	8										8		
	Всего:	362	184	70	20	22		4		4		8	72	72

3.1.2. Тематический план профессионального модуля при заочной форме обучения

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)				Промежуточная аттестация, часов		Практическая подготовка	
			во взаимодействии с преподавателем			Самостоятельная работа обучающегося, часов	МДК	ПМ	Учебная практика, часов	Производственная практика (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа, часов					
ПК 1.1, 1.2, 1.4, 1.5, 1.6,	Раздел 1. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках	84	16	4		68				
ПК 1.1, 1.2, 1.6,	Раздел 2. Организация и осуществление продаж	86	26	4	10	60				
ПК 1.1, 1.2, 1.3,	Раздел 3. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	40	8	2		32				
	Учебная практика	72							72	
	Производственная практика (по профилю специальности), практическая подготовка, часов	72								72
	Экзамен по модулю	8						8		
	Всего:	362	50	10	10	160		8	72	72

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Уч.нагрузка (очная), час	Уч.нагрузка (заочная), час
1	2	3	
Раздел 1. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках		80/32	16/4
МДК. 01.01. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынке		80/32	16/4
Тема 1.1. Информационное обеспечение торгово-сбытовой деятельности	Содержание	30/10	8/2
	1. Понятие, значение, классификация, источники информации и комплексный подход к формированию коммерческой информации о внутреннем и внешнем рынках. Понятие товарного рынка и этапы торгово-сбытовой деятельности на конкретном товарном рынке		
	2. Информационные ресурсы		
	3 – 4. Рекламная деятельность в торговле.		
	5.Информация о покупателях, мотивах покупок, требованиях к товару. Покупатели как субъекты отношений в системе потребительского рынка.	20	6
	6. Требования внешних и внутренних рынков к товарной продукции предприятия		
	7.Информация о спросе, товарном предложении и рыночной конъюнктуре: основные понятия, информация о тенденциях конъюнктуры товарного рынка и соотношении спроса и предложения, использование информации в практической деятельности для анализа и оценки конъюнктуры товарного рынка.		
	8-10 Методы изучения и прогнозирования спроса.		
	В том числе практических занятий	10	2
	Практическое занятие 1–2. Изучение потенциальных возможностей торговой организации и ее конкурентного положения на товарном рынке, формирование базы данных поставщиков на основе анализа информации.	4	
	Практическое занятие 3. Анализ и оценка конкурентной среды для выявления и сравнения аналогичных или взаимозаменяемых товаров, сбор и обобщение коммерческой информации о стратегии и тактики конкурентов на товарных рынках	2	

	Практическое занятие 4-5 Изучение мотивов покупок потребителей и прогнозирование покупательского спроса	4	2
Тема 1.2. Установление хозяйственных связей с поставщиками и потребителями товаров и услуг	Содержание	30/14	6/2
	1. Организация хозяйственных связей в торговле: понятие, функции, отраслевые особенности.	16	4
	2. Изучение и поиск коммерческих партнеров по закупочно-сбытовой деятельности: критерии поиска поставщиков, методы отбора поставщиков.		
	3. Порядок регулирования хозяйственных связей		
	4. Виды договоров, применяемых в торговой деятельности. Требования к структуре и содержанию договора поставки, спецификации, протоколу разногласий.		
	5. Документальное подтверждение исполнения договоров, процедура проведения безналичных расчетов		
	6. Организация претензионной работы.		
	7. Организация закупки товаров: оформление закупочной документации, методы определения цен контракта,		
	8. Ответственность за нарушение договорных обязательств		
	В том числе практических занятий	14	2
	Практическое занятие 6-7 Изучение и анализ предложений поставщиков - производителей и поставщиков - посредников с учетом их географического положения. Управление закупками. Разработка коммерческого предложения.	4	
	Практическое занятие 8-9. Заполнение конкурентного листа и выставление приоритетов по поставщикам для заключения контракта.	4	
Практическое занятие 10-11. Заключение договора поставки по предложенной ситуации	4	2	
Практическое занятие 12. Расчет и оформление заявки на поставку товаров.	2		
Тема 1.3. Заключение внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение	Содержание	12/4	2/0
	1. Условия внешнеторгового контракта. Базисные условия поставки Incoterms-2022 Документооборот внешнеторговых сделок: товаросопроводительные документы, товарораспорядительные документы, счет-фактура.	8	2
	2. Методы разработки рекламной информации для внешних рынков, инструменты продвижения товаров и услуг российских производителей на внешних рынках.		

	В том числе практических занятий	4	
	Практическое занятие 13. Проверка документации для заключения внешнеторгового контракта.	2	
	Практическое занятие 14. Контроль правильности оформления предоставленного внешнеторгового контракта.	2	
Тема 1.4. Осуществление контроля исполнения обязательств по внешнеторговому контракту	Содержание	8/4	
	1. Риски в торговой деятельности: понятие, классификация рисков, причины возникновения, последствия. Методы управления коммерческими рисками в торговой деятельности.	4	
	В том числе практических занятий	4	
	Практическое занятие 15. Определение алгоритма действий покупателя при нарушении поставщиком сроков поставки в модельной ситуации.	2	
	Практическое занятие 16. Составление и оформление отчетности о ходе исполнения контракта.	2	
	Самостоятельная работа Подготовить доклад и презентацию на тему «Рекламно-информационная деятельность торговых сетей в регионе»	4	
Раздел 2. Организация и осуществление продаж		76//20	26/4
МДК 01.02. Организация и осуществление продаж		76//20	26/4
Тема 2.1. Организация и управление торгово-технологическими процессами в оптовой торговле	Содержание	24/8	6/2
	1. Специфические функции и роль торговли как вида экономической деятельности в системе общественного воспроизводства. Технологии в торговле, торгово-технологические процессы и операции. Оптовая торговля: сущность, функции, отраслевые особенности	16	4
	2. Оптовая торговля: сущность, функции, отраслевые особенности. Виды оптовых торговых структур, их назначение и функции.		
	3. Инфраструктура оптовой торговли: товарные биржи, торговые дома, аукционы, оптовые рынки, ярмарки и выставки. Значение дистрибуции в распределении товаров.		
	4. Услуги оптовой торговли: основные и дополнительные.		
	5. Складское хозяйство: классификация складов, требования. Специфика использования складских площадей: требования к планировке, характеристика основных складских зон, проектирование складского помещения		

	6.Эффективное планирование складского пространства и требования к оснащение его специализированным оборудованием и мебелью.		
	7.Технологии складских операций и организация товародвижения в торговле с применением цифровых инструментов модуля «1С:WMSЛогистика. Управление складом».		
	8.Документальное оформление и учет поступления товаров в оптовой торговле		
	В том числе практических занятий	8	2
	Практическое занятие 1. Определение технико-экономических показателей работы склада.	2	
	Практическое занятие 2. Применение методов управления процессами складской грузообработки "1С: WMS Логистика.	2	
	Практическое занятие 3-4. Документальное оформление приемки товаров по количеству.	4	2
Тема 2.2. Организация и управление торгово-технологическими процессами в розничной торговле	Содержание	26/8	8/2
	1. Розничная торговля: понятие, цели, задачи, виды. Классификация торговых организаций. Основные виды и типы предприятий торговли в соответствии со специализацией. Изучение основных положений ГОСТа «Торговля, термины, определения». Специализация и типизация магазинов.		6
	2. Требования законодательства РФ, нормативно-правовые акты, регулирующие торговую деятельность. Охрана труда		
	3. Размещение розничных торговых предприятий: принципы, правила, факторы, влияющие на размещение магазинов в городах и регионах.		
	4. Принципы функционирования розничных торговых сетей и их роль в удовлетворении спроса покупателей. Современные форматы торговых предприятий	18	
	5. Ресурсный потенциал предприятий розничной торговли. Торгово-технологический процесс в организациях розничной торговли: сущность, структура, этапы, содержание операций, их специфика в магазинах разных типов. Классификация услуг розничной торговли: основные и дополнительные услуги.		
	6. Приемка товаров по количеству и качеству в розничном торговом предприятии. Подготовка товаров к продаже. Организация продажи товаров: формы и методы продажи товаров.		
	7. Правила торговли		

	8. Порядок электронного документооборота. Система маркировки товаров Честный ЗНАК.		
	9. Количественные и качественные показатели оценки эффективности торговой деятельности		
	В том числе практических занятий	8	2
	Практическое занятие 5. Ознакомление с ГОСТ Р 51303-2013. Торговля. Термины. Определения. Идентификация видов и типов организаций торговли в соответствии с ГОСТ «Торговля. Термины. Определения»	2	2
	Практическое занятие 6. Управление полочным пространством магазина	2	
	Практическое занятие 7. Исследование системы работы официального сайта государственной системы маркировки и прослеживания Честный ЗНАК и оформление факта продажи.	2	
	Практическое занятие 8. Ознакомление регистрации продаж в системе ЕГАИС., оформление цифровых платежей	2	
Тема 2.3. Организация и управление торгово-технологическими процессами в электронной торговле	Содержание	6/4	2/0
	1. Особенности организации и управления торгово-технологическими процессами в электронной торговле и на маркетплейсах	2	2
	В том числе практических занятий	4	
	Практическое занятие 9. Поиск, заказ и управление доставкой товаров покупателю с применением цифровых платформ и сквозных технологий.	2	
	Практическое занятие 10. Организация работы торговых площадок на основе сквозных технологий	2	
Примерная тематика курсовых работ:			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Анализ и оценка спроса на товарную продукцию торговой организации на внутренних и внешних рынках. 2. Исследование конъюнктуры и емкости товарных рынков. 3. Определение конкурентных преимуществ торговой организации на внутреннем (внешнем) рынке. 4. Процедура подготовки и проведения экспортной (импортной) сделки (по выбору студента). 5. Инкотермс: сфера действия, особенности и сравнительная характеристика базисных условий поставки. 6. Организация работы на маркетплейсах 7. Исследование факторов формирования потребительского спроса в розничной торговле. 8. Коммерческая деятельность по изучению и прогнозированию спроса в сфере торговли 9. Организация торгово-технологического процесса в розничных торговых предприятиях. 			

<ul style="list-style-type: none"> 10. Разработка рекламной информации и инструментов продвижения товаров и услуг на внешний рынок. 11. Анализ и оценка коммерческих рисков в торговой деятельности и пути их снижения 12. Анализ розничной торговли: сущность, функции и тенденции развития в России 13. Отраслевые особенности коммерческой деятельности в сфере оптовой торговли 14. Отраслевые особенности коммерческой деятельности в сфере розничной торговли 15. Взаимоотношения субъектов коммерческой деятельности в сфере потребительского рынка 16. Электронная коммерция как прогрессивная форма развития торговли 17. Формирование экономических ресурсов и их влияние на результаты коммерческой деятельности предприятия 18. Анализ влияния факторов внешней среды предприятия на развитие коммерческой деятельности 19. Анализ влияния факторов внутренней среды предприятия на развитие коммерческой деятельности 20. Анализ и оценка экономических показателей коммерческой деятельности предприятия 21. Анализ и тенденции развития сетевой розничной торговли (на примере розничной торговой сети) 22. Методы стимулирования продаж в розничной торговле как инструмент коммерческой деятельности 23. Организация хозяйственных связей в торговле 24. Поиск поставщиков и договорная работа в коммерческой деятельности 25. Организация хозяйственных связей по закупочно-сбытовой деятельности в предприятиях торговли. 26. Особенности торговой деятельности в сфере малого бизнеса 27. Организация выставочной деятельности как инструмента торговли 28. Инновационные технологии в сфере торговле как фактор повышения конкурентоспособности коммерческой организации 29. Влияние цифровых технологий на результаты торговой деятельности коммерческой организации. 30. Франчайзинг как направление развития торгового бизнеса 31. Влияние конъюнктуры рынка на коммерческую деятельность торгового предприятия. 32. Развитие коммерческого предприятия в эпоху цифровой трансформации 33. Собственная торговая марка как инструмент коммерческой деятельности и конкурентное преимущество торговой сети 34. Коммерческая деятельность по управлению товарными ресурсами 35. Современные форматы розничных торговых сетей 36. Выбор стратегии коммерческой деятельности торговых организаций на потребительском рынке. 		
<p>Учебные занятия по курсовому работе</p> <ul 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 плана. 	20	

<p>3. Теоретический анализ источников и литературы, определение понятийного аппарата. Систематизация собранного фактического и цифрового материала путем сведения его в таблицы, диаграммы, графики и схемы.</p> <p>4. Написание введения курсовой работы. Формулировка актуальности, цели, задач, объекта, предмета, методов предстоящего исследования</p> <p>5. Обобщение теоретических аспектов по проблеме исследования в главе первой курсовой работы.</p> <p>6. Оформление результатов практических исследований в главе второй курсовой работы.</p> <p>7. Подбор и оформление приложений по теме курсовой работы.</p> <p>8. Составление заключения курсовой работы, содержащее формулировку выводов и предложений по результатам теоретического и практического материала.</p> <p>9. Изучение требований к содержанию презентации курсовой работы и составление презентации курсовой работы.</p> <p>10. Подготовка к защите курсовой работы.</p> <p>11. Защита курсовой работы</p>			10
	<p>Самостоятельная работа, в том числе Подготовить доклады на темы (по выбору): Товарные биржи, Торговые дома, Аукционы, Оптовые рынки, Ярмарки и выставки Составить глоссарий терминов, используя ГОСТ «Торговля, термины, определения» Подготовить презентацию на тему: Как работает маркетплейс Подготовка к экзамену по модулю</p>	<p>8 2 2 2 2</p>	
	Консультация	2	
Раздел 3. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд		28/18	8/2
МДК. 01.03. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд			
<p>Тема 3.1. Федеральная контрактная система Российской Федерации: концепция, понятия и термины, цели и принципы, сфера применения</p>	<p>Содержание 1. Законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд. Состав субъектов закупок и их функции. Полномочия органов исполнительной власти и органов местного самоуправления в ФКС. Требования к участникам закупки. Критерии к участникам закупок. Основы и принципы контрактной системы в сфере закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд. Контрактная служба. Комиссия по осуществлению закупок. Специализированная организация. Эксперты. Экспертные организации.</p>	<p>2/0</p> <p>2</p>	<p>2/0</p> <p>2</p>

Тема 3.2. Прогнозирование и планирование закупок для государственных и муниципальных нужд	Содержание	4/2	2/0
	1. Планирование и нормирование в сфере государственных и муниципальных закупок. Формирование планов-графиков закупок для государственных и муниципальных нужд. Информационное обеспечение контрактной системы в сфере закупок	2	
	В том числе практических занятий	2	
	Практическое занятие 1. Составление планов-графиков закупок для государственных и муниципальных нужд.	2	
Тема 3.3. Процедуры осуществления закупок	Содержание	10/8	4/2
	1. Определение объекта закупки. Правила описания объекта закупки. Обеспечение заявок при проведении конкурсов и аукционов. Критерии к товарам: национальный режим. Квотирование закупок.	2	2
	2. Определение поставщика (подрядчика, исполнителя) путем проведения запроса предложений в электронной форме. Осуществление закупки у единственного поставщика (подрядчика, исполнителя).		
	В том числе практических занятий	8	2
	Практическое занятие 2. Подготовка технического задания на закупку.	2	
	Практическое занятие 3. Определение поставщиков (подрядчиков, исполнителей) путем проведения открытого конкурса в электронной форме, электронного аукциона, проведения запроса котировок.	2	
	Практическое занятие 4. Определение процедуры закупок (открытый конкурс или аукцион) в зависимости от стоимости закупки и источников средств (собственные, заемные).	2	2
	Практическое занятие 5. Расчёт максимального размера обеспечения заявки для аукциона при разных условиях.	2	
Тема 3.4. Государственный и муниципальный контракт	Содержание	6/4	
	1. Подготовка и заключение государственного и муниципального контракта. Общие требования и существенные условия контракта. Осуществления закупок путем проведения открытого конкурса в электронной форме и конкурса с ограниченным участием в электронной форме. Осуществление закупок путем аукциона в электронной форме. Особенности осуществления закупок путем запроса котировок в электронной форме и запроса предложений в электронной форме. Особенности осуществления закупки у единственного поставщика (исполнителя, подрядчика).	2	

	2. Обеспечение исполнения контракта. Условия банковской гарантии. Реестр банковских гарантий. Основания для отказа в принятии банковской гарантии заказчиком. Особенности исполнения, изменения, расторжения контракта.		
	В том числе практических занятий	4/2	
	Практическое занятие 6. Размещение информации о заключении, изменении, расторжении и исполнении контракта в сети Интернет. Реестр контрактов, заключенных заказчиком.	2	
	Практическое занятие 7. Определение минимальной стоимости одного из контрактов, предоставляемых участником закупки для подтверждения добросовестности.	2	
Тема 3.5. Контроль, аудит и ответственность в сфере закупок. Тема 3.6. Организация закупок в коммерческих организациях	Содержание	6/4	
	1. Аудит и контроль в сфере закупок. Способы осуществления контроля. Контрольные органы и их полномочия. Реестр недобросовестных поставщиков.		
	2. Законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок коммерческих организаций. Планирование и обоснование закупок в коммерческих организациях.		
	3. Ответственность за нарушение законодательства о закупках для государственных и муниципальных нужд.		
	4. Осуществление закупок в коммерческих организациях. Контракты по закупкам в коммерческих организациях. Мониторинг, контроль, аудит и защита прав и интересов участников закупок	2	
	В том числе практических занятий	4	
	Практическое занятие 8. Обжалование действий (бездействий) заказчика, уполномоченного органа, специализированной организации, комиссии по осуществлению закупок, должностного лица контрактной службы заказчика.	2	
	Практическое занятие 9. Определение ответственности за нарушение условий поставки по ФЗ-44.	2	
	Самостоятельная работа, в том числе	10	
	1. Самостоятельное изучение законодательных и иных нормативных правовых актов, регулирующих закупочную деятельность в секторе государственного (муниципального) управления. Оформить в виде конспекта.	4	
	2. Проведение самостоятельных расчетов начальной (максимальной) цены контракта. Оформить работу.	4	
	Подготовка к экзамену по модулю	2	

	<p>Консультация</p> <p>Учебная практика Виды работ: Составление перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации. Подготовка сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внутреннем и внешнем рынках. Формирование списка потенциальных партнеров для заключения договоров на поставку. Составление коммерческого запроса, оферты, сопроводительного письма. Формирование проекта договора поставки Подготовка рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка. Формирование начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта. Организация работы торговых площадок на основе сквозных технологий. Подготовка технического задания на закупку для государственных и муниципальных нужд Определение поставщиков (подрядчиков, исполнителей) путем проведения открытого конкурса в электронной форме, электронного аукциона, проведения запроса котировок. Определение процедуры закупок (открытый конкурс или аукцион) в зависимости от стоимости закупки и источников средств (собственные, заемные). Расчёт максимального размера обеспечения заявки для аукциона при разных условиях Формирование списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта. Формирование проекта внешнеторгового контракта. Документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; Проверка документации для заключения внешнеторгового контракта. Контроль правильности оформления предоставленного внешнеторгового контракта. Оформление претензий при нарушении договорных обязательств; Подготовка алгоритма по организации претензионной работы. Составление и оформление отчетности о ходе исполнения контракта. Организация и документальное оформление приемки товаров по количеству и качеству в оптовой и розничной торговле. Подготовка товаров к продаже в оптовой и розничной торговле . Управление полочным пространством магазина Организация продажи товаров в оптовой и розничной торговле Поиск, заказ и управление доставкой товаров покупателю с применением цифровых платформ и сквозных технологий. Оформление продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС.</p>	<p>2</p> <p>72</p>	<p>72</p>
--	---	--------------------	-----------

<p>Производственная практика Виды работ: Организационно-экономическая характеристика организации – базы практики Изучение инструкций по охране труда. Проведение анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков и подготовка аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках. Составление коммерческого запроса, оферты, сопроводительного письма. Формирование проекта договора поставки Подготовка рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка. Составление и оформление закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры. Проведение анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков и подготовка аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках. Осуществление проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта. Подготовка процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом. Приемка товаров по количеству и качеству Подготовка товаров к продаже в оптовой и розничной торговле . Изучение процесса управление полочным пространством магазина Изучение организация продажи товаров в оптовой и розничной торговле Изучение процесса управления доставкой товаров покупателю с применением цифровых платформ и сквозных технологий. Оформление продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС.</p>	72	72
Экзамен по модулю	8	8
Всего	362	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинетов «Автоматизации торгово-технологических процессов», «Междисциплинарных курсов».

Кабинет «Автоматизация торгово-технологических процессов, эксплуатации торгово-технологического оборудования и охрана труда»

- 1 Стол аудиторный
- 2 Стол преподавателя
- 3 Стол компьютерный
- 4 Стул офисный
- 5 Кресло оператора без подлокотников
- 6 Автоматизированное рабочее место преподавателя
- 7 Видеопроектор, ноутбук экран
- 8 Автоматизированное рабочее место обучающегося по количеству учащихся
9. Натуральные образцы торговой мебели, торгового инвентаря
10. Весоизмерительное оборудование (весы рычажные, электронные)
11. Контрольно-кассовые машины (автономные, портативные)

Кабинет «Междисциплинарных курсов»

- Столы, стулья аудиторные
- Стол, стул преподавателя
- Доска классная
- Автоматизированное рабочее место преподавателя
- Проектор настольный, экран переносной.

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную производственную практику, которую рекомендуется проводить концентрированно на базе действующих предприятий.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

1. Иванов, Г. Г., Организация торговли (торговой деятельности) : учебник / Г. Г. Иванов. — Москва : КноРус, 2023. — 222 с. — ISBN 978-5-406-11814-6. — URL: <https://book.ru/book/949672>. — Текст : электронный.

2. Мамедова, Н. А. Управление государственными и муниципальными закупками : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Мамедова, А. Н. Байкова, О. Н. Морозова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 291 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17859-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541978>

3. Заволокина, Л. И. Мировая экономика : учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. И. Заволокина, Н. А. Диесперова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 233 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16861-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/543531>

Дополнительные источники:

1. Кудряшов, Р. Б., Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью : учебное пособие / Р. Б. Кудряшов. — Москва : КноРус, 2024. — 341 с. — ISBN 978-5-406-12005-7. — URL: <https://book.ru/book/950427>. — Текст : электронный.

2. Организация коммерческой деятельности : учебник / С. А. Ганина, О. В. Глинкина, Т. Р. Зеленина [и др.] ; под ред. О. В. Глинкиной, Т. М. Регент. — Москва : КноРус, 2024. — 303 с. — ISBN 978-5-406-12971-5. — URL: <https://book.ru/book/953500>. — Текст : электронный.

3. Рыжиков, С. Н., Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью + Приложение : учебник / С. Н. Рыжиков. — Москва : КноРус, 2023. — 351 с. — ISBN 978-5-406-10605-1. — URL: <https://book.ru/book/948676>. — Текст : электронный.

4. Рыжиков, С. Н., Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда + Приложение : учебник / С. Н. Рыжиков. — Москва : КноРус, 2024. — 322 с. — ISBN 978-5-406-12017-0. — URL: <https://book.ru/book/950245>. — Текст : электронный.

4.4. Условия реализации программы профессионального модуля для обучающихся – инвалидов

Для обучающихся из числа инвалидов учебные занятия проводятся с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья (далее – индивидуальные особенности).

При освоении профессионального модуля обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

- учебные занятия проводятся совместно с обучающимися, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает трудностей для обучающихся;
- присутствие помощника, оказывающего обучающимся инвалидам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с преподавателем);
- обеспечение возможности беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, наличие специальных кресел и других приспособлений).

Все локальные нормативные акты колледжа по вопросам обучения доводятся до сведения обучающихся инвалидов в доступной для них форме.

По письменному заявлению обучающегося инвалида, лица с ОВЗ продолжительность учебного занятия может быть увеличена по отношению к установленной продолжительности.

В зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся инвалидов колледж обеспечивает выполнение следующих:

- для слепых: задания и иные материалы зачитываются ассистентом;
- для слабовидящих: задания оформляются увеличенным шрифтом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; при необходимости допускается использование увеличивающих устройств, имеющихся у обучающихся;
- для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи: обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей): письменные задания надиктовываются помощнику.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 1.1	— осуществляет поиск и систематизацию открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции, в том числе с использованием цифровых технологий;	Устный/письменный опрос. Тестирование. Оценка результатов выполнения

	<ul style="list-style-type: none"> – оценивает объем спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках; – составляет перечень требований внешних рынков к товарной продукции организации; – разрабатывает рекомендации по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка; – проводит анализ конъюнктуры, емкости товарных рынков; – осуществляет подготовку аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках 	<p>практических заданий</p> <p>Оценка проверочных работ</p> <p>Защита и оценка курсовых работ</p> <p>Оценка работ на различных этапах учебной, производственной практики;</p> <p>Защита и оценка отчетов по учебной, производственной практик;</p> <p>Экзаменов по модулю</p> <p>Интерпретация результатов наблюдения за деятельностью обучающихся при изучении профессионального модуля</p>
ПК 1.2	<ul style="list-style-type: none"> – выполняет операции по установлению хозяйственных связей с поставщиками и потребителями в установленной последовательности с соблюдением требований к их содержанию 	
ПК 1.3	<ul style="list-style-type: none"> – определяет начальную цену закупки с учетом требований федерального законодательства и проводит описание объекта закупки; – составляет и оформляет закупочную документацию в соответствии с требованиями и осуществляет ее проверку для проведения закупочной процедуры; – оформляет протоколы заседаний закупочных комиссий; – выполняет проверку комплекта закупочной документации для обеспечения государственных, муниципальных и корпоративных нужд. 	
ПК 1.4	<ul style="list-style-type: none"> – проводит анализ поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках и составляет список отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий); – осуществляет документальное оформление результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта; – составляет сводные отчеты и предложения о потенциальных партнерах на внешних рынках; – составляет список потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта; 	

	<ul style="list-style-type: none"> – формирует проект внешнеторгового контракта и выполняет проверку необходимой документации для его заключения; – осуществляет подготовку процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом. 	
ПК 1.5	<ul style="list-style-type: none"> – осуществляет подготовку документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта; – проводит сбор информации и документов о ходе исполнения обязательств по внешнеторговому контракту и разрабатывает на их основе план-график контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту; – проводит мониторинг и документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; – осуществляет подготовку предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств и выполняет претензионную работу. 	
ПК 1.6	<ul style="list-style-type: none"> – выполняет торгово-технологические операции в соответствии с установленным алгоритмом, в том числе с использованием искусственного интеллекта; – осуществляет приемку товаров по количеству и качеству в полном соответствии с договором поставки; – оформляет документы по приемке товаров в соответствии установленными требованиями; – соблюдает правила охраны труда при выполнении торгово-технологических операций 	
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> – распознает, анализирует и выделяет составные части задачи и/или проблемы в профессиональном контексте; – определяет этапы решения задачи; – эффективно осуществляет поиск необходимой для решения проблемы информации, составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; – демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; 	

	<ul style="list-style-type: none"> – реализовывает составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) 	
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> – определяет задачи для поиска информации и их необходимые источники и планирует процесс поиска; – структурирует и выделяет наиболее значимое в полученной информации; – оценивает практическую значимость результатов поиска и оформляет его результаты; – применяет средства информационных технологий, использует современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач. 	
ОК 03	<ul style="list-style-type: none"> – определяет актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; – применяет современную научную профессиональную терминологию; – определяет и выстраивает траектории профессионального развития и самообразования. 	
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> – эффективно взаимодействует с преподавателями, обучающимися в ходе профессиональной деятельности. 	
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> – грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявляя толерантность в рабочем коллективе 	
ОК 06	<ul style="list-style-type: none"> – применяет стандарты антикоррупционного поведения 	
ОК 07	<ul style="list-style-type: none"> – выполняет работы с соблюдением принципов бережливого производства и ресурсосбережения. 	
ОК 09.	<ul style="list-style-type: none"> – понимает общий смысл четко произнесенных высказываний и текстов на профессиональные темы; – участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; – строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; – пишет простые связные сообщения на интересующие профессиональные темы. 	

Центросоюз Российской Федерации
Нижегородский областной союз потребительских обществ
Нижегородский экономико-технологический колледж

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

Специальность 38.02.08 Торговое дело

Арзамас

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе
Федерального государственного образовательного стандарта по специальности
38.02.08 Торговое дело

Утверждаю

Директор колледжа



Е.В.Смирнова

«19» апреля 2024 г

Рассмотрено на заседании ЦК учетно-
экономических дисциплин

« 19 » апреля 2024 года

Председатель ЦК

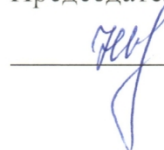


Сокольник И.В.

Одобрено НМС НЭТК

« 19 » апреля 2024 года

Председатель НМС



Щепетинщикова Н.Н.

Разработчик:

Елфимова Т. Е., преподаватель НЭТК

Грачева О. В., преподаватель НЭТК

Мельников В. А., преподаватель НЭТК

Рецензент:

Дудолодова НВ, преподаватель НЭТК

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 программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.08 Торговое дело в части освоения вида профессиональной деятельности (ВПД): организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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 модуля – требования к результатам освоения модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной 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;	

	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. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

объем образовательной программы 304 часа,

в том числе:

- во взаимодействии с преподавателем 250 часов;
- самостоятельной работы обучающегося 26 часов.

практической подготовки, всего: 72 часов,

их них:

- учебной практики - 36 часов
- производственной практики – 36 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде

ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

Код	Наименование 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

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1.1. Тематический план профессионального модуля при очной форме обучения

Коды ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение МДК						Консультация, часов	Промежуточная аттестация, часов		Практическая подготовка	
			во взаимодействии с преподавателем			Самостоятельная работа обучающегося				МДК	ПМ	Учебная практика, часов	Производственная практика (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа, часов	Всего, часов	в т.ч., на подготовку к экзамену часов						
							МДК	ПМ					
ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5	Раздел 1. Технология проведения маркетинговых исследований	98	80	30	-	10	-	-	2	6			
ПК 2.3, ПК 2.5	Раздел 2. Ценообразование в торговой деятельности	60	46	22	-	8	4	-	3	3			
ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8,	Раздел 3. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы	66	52	34	-	8	2	2	3	3			
	Учебная практика (практическая подготовка), часов	36									36		
	Производственная практика (по профилю специальности), практическая подготовка, часов	36										36	
	Экзамен по модулю	8								8			

	Всего:	304	178	86	-	26	6	2	8	12	8	36	36
--	---------------	------------	------------	-----------	----------	-----------	----------	----------	----------	-----------	----------	-----------	-----------

3.1.1. Тематический план профессионального модуля при заочной форме обучения

Коды ПК	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)				Промежуточная аттестация, часов	Практическая подготовка	
			во взаимодействии с преподавателем			Самостоятельная работа обучающегося, часов		Учебная практика, часов	Производственная практика (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа, часов				
ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5	Раздел 1. Технология проведения маркетинговых исследований	98	16	4	-	82			
ПК 2.3, ПК 2.5	Раздел 2. Ценообразование в торговой деятельности	60	16	4	-	44			
ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8,	Раздел 3. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы	66	18	4	-	48			
	Учебная практика (практическая подготовка), часов	36					36		
	Производственная практика (по профилю специальности), практическая подготовка, часов	36						36	
	Экзамен по модулю	8				8			
	Всего:	304	50	12	-	174	8	36	36

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)				
Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрены)	Объем, акад. ч		Уровень освоения
		Очная форма	Заочная форма	
1	2	3	4	5
Раздел 1. Технология проведения маркетинговых исследований		80	16	
МДК 02.01 Технология проведения маркетинговых исследований				
Тема 1.1. Понятия и сущность маркетинговых исследований	Содержание	4/2	2/0	
	1. Цели, задачи и функции маркетинговых исследований. Предмет, объект и основные направления маркетинговых исследований. Понятие и роль маркетинговых исследований в системе маркетинга.	2	2	2
	2. Основные этапы становления и развития маркетинговых исследований. Разработка исследований, сбор данных, анализ данных, формирование основных выводов и интерпретация результатов. Специализированные программные продукты, применяемые в маркетинге.			
	3. Основные понятия, цели и задачи проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга. Принципы маркетинговых исследований.			
	Самостоятельная работа Изучение международного кодекса маркетинговых исследований (устное сообщение на уроке)	2		3
	Практическое занятие 1. Построение дерева целей маркетинговых исследований. Постановка цели и определение задач маркетинговых исследований на предприятиях торговли. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач.	2		3
Тема 1.2.	Содержание	4/2	2/0	
	1. Основные понятия и принципы маркетинговой информационной системы.	2	2	2

Сущность и содержание маркетинговой информационной системы	2. Структура и основные этапы проведения маркетингового исследования.			
	Практическое занятие 2. Выявление проблемы и определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли (предприятие определяется по выбору студентов).	2		3
Тема 1.3. Типы маркетинговых исследований	Содержание	4/2	2/0	
	1. Поисковые, описательные и пояснительные исследования. Качественные и количественные маркетинговые исследования. Постоянные и разовые исследования	2	2	2
	Практическое занятие 3. Определение типа маркетингового исследования по выявленным проблемам деятельности торговой организации. Сбор вторичной информации. . Разработайте сценарий проведения маркетингового исследования методом фокус-групп	2		3
Тема 1.4. Технология проведения маркетинговых исследований внешней и внутренней среды	Содержание	28/10	2/2	
	1. Методы маркетинговых исследований определения емкости целевого рынка: источники получения маркетинговой информации и способы анализа спроса, исследование целевой аудитории. в том числе в Яндекс.Вордстат и Google Trends.	6		2
	Самостоятельная работа Решение задач по прогнозированию рынка и его элементов	2		3
	2. Методы маркетинговых исследований определения рисков бизнеса, оценки внешней среды компании: PEST-анализ. SWOT – анализ – метод маркетингового исследования внешней и внутренней среды компании.	6		2
	3. Методы оценки конкурентной среды и конкурентоспособности товара. Виды конкуренции. Показатели оценки конкурентоспособности	6		
	Самостоятельная работа Решение ситуаций по определению видов конкуренции, оценке конкурентоспособности товара и торгового предприятия.	2		3

	Практическое занятие 4. Определение емкости целевого рынка предприятия торговли с использованием программных продуктов (предприятие определяется по выбору обучающихся).	2		3
	Практическое занятие 5. Определение конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках (товар определяется по выбору обучающихся).	2		3
	Практическое занятие 6. Исследование конкурентных преимуществ торгового предприятия на рынке	2		3
	Практическое занятие 7. Решение ситуационных задач методом PEST-анализа	2		3
	Практическое занятие 8. Решение ситуационных задач методом SWOT-анализа	2	2	3
Тема 1.5. Основные понятия и методы кабинетных маркетинговых исследований. Исследование системы продвижения товаров Исследование товарной политики торгового предприятия	Содержание	20/8	2/2	
	1. Сущность кабинетных маркетинговых исследований и их характеристика.	12		2
	2. Методы кабинетных маркетинговых исследований: традиционный (классический) анализ; контент-анализ документов; информативно-целевой анализ			
	3. Исследование системы продвижения товаров			
	4. Исследование товарной политики торгового предприятия			
	Самостоятельная работа Изучение товарной политики, ассортимента в действующем торговом предприятии (презентация)	2		3
	Практическое занятие 9. Решение ситуационной задачи. Проведение кабинетных маркетингового исследования с помощью интернет-ресурсов	2		3
	Практическое занятие 10. Оценка финансовых показателей деятельности торговой организации по данным финансовой отчетности, как источник информации для оценки внутренней среды торгового предприятия.	2		3
	Практическое занятие 11. Исследование системы продвижения товаров с использованием маркетинговых коммуникаций	2	2	3

	Практическое занятие 12. Исследование товарной политики торгового предприятия	2		3
Тема 1.6. Основные понятия и методы полевых маркетинговых исследований	Содержание	8/2	2/0	
	1. Наблюдение как важнейший метод сбора маркетинговой информации. Методы сбора первичной информации (анкетирование, экспертные оценки, телефонное интервью, групповое интервью (фокус-групп)).	6	2	2
	2. Панельные исследования. Экспериментальные (опытные) исследования. Проективные методы исследований. Проведение исследований методом Eye tracking (Ай Трекинг).			
	3. Маркетинговое исследование поведения потребителей на рынке			
	Практическое занятие 13. Определение круга вопросов. Выбор типа анкет. Составление анкет с целью проведения маркетингового исследования. Сбор первичной информации для проведения маркетингового исследования с использованием программных продуктов	2		3
Тема 1.7. Система выборочных маркетинговых исследований	Содержание	4/2	0/0	
	1. Основные понятия, используемых при проведении выборочных исследований. Виды выборки	2		2
	2. Основные этапы проектирования и определения объема выборки.			
	Практическое занятие 14. Построение программы выборочного маркетингового исследования. Сбор информации для проведения выборочного исследования.	2		3
Тема 1.8. Обработка результатов маркетинговых исследований	Содержание	4/0	1/0	
	1. Методы обработки данных маркетинговых исследований	4	1	2
	2. Программные продукты, используемые при обработке данных результатов маркетинговых исследований			
	Самостоятельная работа Решение задач по теме маркетинговым исследованиям	2		3
Тема 1.9.	Содержание	4/2	1/0	

Оформление отчета маркетинговых исследований	1. Содержание и структура отчета маркетинговых исследований.	2	1	2
	2. Оформление и методы презентации отчета с помощью цифровых технологий.			
	Практическое занятие 15. Подготовка отчета по результатам маркетингового исследования. Презентация отчета результатов маркетингового исследования с использованием программных продуктов	2		3
Консультация по экзамену по МДК		2		
Промежуточная аттестация по МДК (экзамен/дифференцированный зачет)		6	2	
Всего		98		

Раздел 2 МДК 02.02. Ценообразование в торговой деятельности		46	16	
Тема 1. Цена как маркетинговый инструмент хозяйствования.	Содержание	2/0	1/0	
	1. Цели ценообразования: цели в отношении прибыли; выживание предприятия как цель ценообразования. Цели ценообразования в условиях конкуренции. Поддержание высокого имидж предприятия как цель ценообразования. 2. Ценовая эластичность. Ценовая конкуренция.	2	1	2
Тема 2. Антимонопольная политика и государственное регулирование цен на товары	Содержание	6/4	3/2	
	1. 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. 2. Взаимосвязь ценообразования и системы налогообложения. 3. Формирование цен на товары, приобретаемые через систему Госзаказа.	2	1	2
	Практическое занятие 1. Расчёт фактической цены товара и ее влияние на заготовительный оборот изменений фактического объёма закупок и среднего уровня закупочных цен.	2		3

	Практическое занятие 2. Определение максимальных закупочных цен в системе госзакупок.	2	2	3
Тема 3. Ценовая политика торговой организации	Содержание	6/4	2/0	
	1. 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. 2. Принципы рыночного ценообразования. Влияние инфляции на уровень цен.	2	2	2
	Самостоятельная работа Изучение ценовой политики на различных рынках и в различных магазинах города (презентация).	4		
	Практическое занятие 3-4.			
	Кейс 1. Построение алгоритма разработки ценовой политики торговой организации в зависимости от генеральных целей бизнеса.	2		3
	Кейс 2. Анализ цен и товаров конкурентов. Кейс 3. Сравнительный анализ ценовой политики по различным предприятиям региона и страны.	2		3
Тема 4. Основные методы ценообразования в торговой организации	Содержание	12/4	6/2	
	1. Анализ ценообразующих факторов и их влияние на выбор метода ценообразования. Торговая наценка как основной инструмент формирования цен. Наценки оптовой, розничной и электронной торговли.	2	1	2

	2. 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)	2	1	2
	3. 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	2	1	2
	4. Система скидок к цене как метод ценообразования. Его роль и современные подходы к разработке программ лояльности торговой организации	2	1	2
	Практическое занятие 5. Практика использования метода полных затрат, практика использования предельных затрат. Кейс 1. Расчет цен на товары в оптовой, закупочной, розничной, электронной торговле.	2	2	3
	Практическое занятие 6.			3
	Кейс 2 Заполните недостающие элементы в структурно-логической схеме розничной цены товара, поясните на примере конкретного товара классификацию цен в зависимости от стадии товародвижения. Кейс 3. Предложения скидок при разработке программы лояльности для постоянных покупателей.	2		
Тема 5. Формирование цен в розничной и электронной торговле	Содержание	6/4	0/0	
	1. Формы интеграции в торговле. Методы и формы поддержания розничных цен. Особенности ценообразования при ведении электронной торговли.	2		2
	Практическое занятие 7. Анализ и оценка индивидуальных и коллективных соглашений о поддержании розничных цен	2		3

	Практическое занятие 8. Формирование цен с помощью торговые скидок. Практика применения системы скидок на конкретном торговом предприятии. Практический опыт крупнейших электронных торговых площадок.	2		3
Тема 6. Стратегии ценообразования	Содержание	6/2	0/0	
	1. 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.	2		2
	2. Стратегии ценообразования для новых товаров. Стратегия «снятие сливок». Стратегия проникновения на рынок.	2		2
	Практическое занятие 9. Анализ и оценка стратегий ценовой и неценовой конкуренции по материалам реального сектора экономики.	2		3
Тема 7. Ценообразование во внешней торговле	Содержание	4/2	0/0	
	1. Тип внешнеэкономической торговой политики. Цены мирового рынка: понятие, критерии определения. Влияние мировых цен на внутренний рынок и уровень цен отечественных производителей. 2. Понятие контрактной цены, методы ее определения и способы фиксации.	2		2
	Практическое занятие 10. Методика и практика применения расчета цен внешнеторговых контрактов	2		3
Тема 8.	Содержание	4/2	0/0	

Таможенные пошлины и их роль в ценообразовании	1. Роль торговых пошлин во внешнеторговом ценообразовании. Определение таможенной стоимости ввозимых товаров. Определение таможенной стоимости вывозимых товаров. Формирование цен на экспортируемую и импортируемую продукцию. 2. Таможенные платежи. Таможенная процедура. Таможенная оценка 3. Виды таможенных пошлин. Антидемпинговые пошлины. Компенсационные пошлины	2		2
	Практическое занятие 11. Практика определения размера таможенных пошлин на экспортируемую и импортируемую продукцию, на импортные товары в розничной сети и в сети Интернет.	2		3
	Самостоятельная работа по подготовке; к экзамену по МДК	4		
Консультация: - по экзамену по МДК - по экзамену по модулю	2 1			
Промежуточная аттестация по МДК (экзамен/дифференцированный зачет)	3		2	
Всего по МДК		60		

Раздел 3 МДК 02.03. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы		52	18	
Тема 1. Технология, основные принципы и структура управления бизнесом	Содержание	2/0	0/0	
	1. Технология управления бизнесом. Основные понятия, категории и объекты управления бизнесом. Принципы управления. Система управления: субъект, объект, прямые и обратные связи.	2		2

	2. Факторы, определяющие выбор типа организационных структур управления. Информационные и технические средства управления бизнесом. Показатели оценки эффективности управления бизнесом.			
Тема 2. Бизнес-план и его роль в современном предпринимательстве	Содержание	6/4	0/0	
	1. Бизнес-планирование как элемент экономической политики организации. Основные цели составления бизнес-плана. Финансовые цели бизнес-планирования. Классификация основных типов бизнес-планов. Основные цели составления внутренних бизнес-планов. 2. Инвестиционный план как разновидность бизнес-плана. Характеристика, назначение, перспективы и область применения. Основные цели составления инвестиционных бизнес-планов.	2		2
	Практическое занятие № 1 «Составление визитки команды. Влияние визитки команды, имиджа и деловой репутации разработчиков бизнес-плана на принятие решения инвестора.»	2		3
	Практическое занятие № 2 «Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы»	2		3
Тема 3. Структура и функции бизнес-плана	Содержание	6/4	4/2	
	1. Основные функции бизнес-плана. Основные правила и схема построения процесса разработки бизнес-плана. Технология разработки и структура бизнес-плана. 2. Предпринимательская идея и её выбор. Источники формирования предпринимательских идей. Методы выработки предпринимательских идей	2	2	2
	Практическое занятие № 3 «Формирование и описание бизнес-идеи»	2	2	3
	Практическое занятие № 4 «Первоначальная подготовка резюме бизнес-плана. Инвестиционное предложение.»	2		3
Тема 4. Основные источники финансирования предпринимательской единицы.	Содержание	6/4	0/0	
	1. Государственное регулирование инвестиционной деятельности. Источники финансирования и анализ инвестиций в структуре бизнес-плана. Основные источники финансирования предпринимательской единицы: банковские и	2		2

	<p>коммерческие кредиты, лизинг, франчайзинг. Венчурное финансирование. Бизнес-ангелы.</p> <p>2. Система налогов и сборов Российской Федерации. Виды систем налогообложения в России. Налоговое планирование как источник финансирования предпринимательской единицы.</p>			
	Практическое занятие № 5 «Расчет размеров выплат по процентным ставкам кредитования, лизинговым операциям, договорам франчайзинга»	2		3
	Практическое занятие № 6 «Выбор системы налогообложения для ведения бизнеса»	2		3
Тема 5. Анализ и оценка рисков	Содержание	4/2	0/0	
	1. 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.	2		2
	Практическое занятие № 7 «Возможные риски и формы страхования. Применение Pest – анализа с целью определения предпринимательских рисков»	2		3
Тема 6. Технология разработки разделов бизнес-плана предпринимательской единицы	Содержание	10/8	2/0	
	1. Общая характеристика бизнеса, описание предпринимательской единицы. Описание модели Остервальдера для разработки бизнес-моделей. 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.	2	2	2
	Практическое занятие № 8 «Описание компании. Разработка логотипа фирмы и составление слогана»	2		3

	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.»	2		3
	Самостоятельная работа Разработка анкеты по выявлению спроса населения на отдельные виды услуг (по заданию преподавателя). Разработка проекта предпринимательской идеи и его обоснование.	1 1		3
	Практическое занятие № 10 «Планирование рабочего процесса. Определение бизнес-процессов и составление схемы ведения предпринимательской деятельности.»	2		3
	Практическое занятие № 11 «Разработка организационной структуры управления компании. Структурные подразделения компании, их описание и функциональное назначение.»	2		3
Тема 7. Финансовое моделирование деятельности предпринимательской единицы	Содержание	10/8	4/2	
	1. Финансовое планирование как раздел бизнес-плана. Основные этапы составления финансового плана компании. Методика расчета финансовых показателей.	2	2	2
	Практическое занятие № 12 «Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов. Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования.»	2		
	Практическое занятие № 13 «Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода. Расчеты цен и себестоимости.»	2	2	3
	Практическое занятие № 14 «Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении. Составление плана переменных расходов»	2		3
	Практическое занятие № 15 «Расчет точки безубыточности.»	2		3
	Содержание	6/4	2/0	
Тема 8. Методы оценки эффективности инвестиционного проекта	1. Основные показатели оценки экономической эффективности инвестиционного проекта. Методы оценки инвестиционных проектов. Выбор ставки дисконтирования.	2	2	2

	Обоснование выбора ставки дисконтирования. Расчет простого периода окупаемости проекта (PaybackPeriod) 2. Основные показатели оценки социальной эффективности инвестиционного проекта			
	Практическое занятие № 16 «Расчет экономической окупаемости инвестиционного проекта с учетом различных сценариев»	2		3
	Практическое занятие № 17 «Расчет основных показателей оценки экономической эффективности инвестиционного проекта: Расчет дисконтированного периода окупаемости проекта (DiscountedPaybackPeriod) Расчет чистой текущей стоимости проекта (NetPresentValue) Расчет внутренней нормы доходности проекта (InternalRateofReturn) Расчет индекса прибыльности проекта (IndexofProfitability) Расчеты других значимых показателей (ARR, MIRR, ROE, ROI, EBIT, EBITDA)»	2		3
	Самостоятельная работа Разработать аналитическую таблицу для оценки экономической обоснованности разделов бизнес – плана.	1		
Тема 9. Современные программные продукты, используемые для презентации инвестиционного проекта	Содержание	2/0	2/0	
	1. Специализированные программные продукты, используемые для составления бизнес-плана, разработки финансовой модели бизнеса и презентации инвестиционного проекта. 2. Основные правила оформления презентаций инвестиционного проекта	2		2
	Самостоятельная работа Оформление документов для государственной регистрации бизнеса	1		3
	Самостоятельная работа - по подготовке к экзамену по МДК -по подготовке к экзамену по модулю	2 2		
	Консультация по -экзамену по МДК	2		

	-экзамену по модулю	1		
	Промежуточная аттестация по МДК (экзамен/дифференцированный зачет)	3	2	
	Всего	66		
Учебная практика МДК 02.01 Изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирования целей маркетингового исследования Построение дерева целей маркетингового исследования по данным предприятия торговли. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач. Определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли. Разработка плана проведения маркетингового исследования и согласование с руководителем учебной практики. Определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования. Их описание и назначение в ходе проведения маркетингового исследования. Определение емкости целевого рынка предприятия торговли, по данным которого проводится маркетинговое исследование. Выявление конкурентов исследуемого торгового предприятия. Определение конкурентных преимуществ исследуемого торгового предприятия на внутреннем и внешних рынках. Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации. Проведения маркетингового исследования в установленные сроки с использованием инструментов комплекса маркетинга и сквозных цифровых технологий. Подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров, повышения объемов продаж торговой организации. Оформление результатов маркетингового исследования. Подготовка презентации по результатам проведенного маркетингового исследования. Представление и защита результатов проведенного маркетингового исследования.	36		3	
МДК 02.02. Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой организации, по данным которой проводится маркетинговое исследование. Применение сквозных цифровых технологий при проведении работ по анализу ценовых показателей товаров (перечень товаров подбирает обучающийся по согласованию с руководителем учебной практики).				

<p>Анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации. Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках. Выявление причин снижения спроса на отдельные виды товаров. Подготовка предложений по программе лояльности торговой организации с целью повышения объемов продаж торговой организации. Оформление результатов анализа ценовой политики и ценовой стратегии торгового предприятия. Представление презентации по итогам анализа ценообразования торгового предприятия.</p>			
<p>Производственная практика по МДК 02.03 Виды работ 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.Выполнение отдельных этапов разработки бизнес-плана: -Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы. -Определение целевой аудитории по методу Шеррингтона. -Построение модели Остервальдера. -Определение бизнес-процессов и составление схемы оказания услуг. -Разработка и заполнение финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением специализированных программных продуктов -Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов. -Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования . -Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода. -Расчеты цен и себестоимости. -Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении -Составление плана переменных расходов -Расчет точки безубыточности -Составление бюджета доходов и расходов -Составление бюджета движения денежных средств -Составление прогнозного баланса - Определение и обоснование источников финансирования -Расчеты процентов за пользование заемными средствами и составление графика возврата заемных средств -Расчет дисконтированного периода окупаемости проекта (DiscountedPaybackPeriod) -Расчет чистой текущей стоимости проекта (NetPresentValue)</p>	36		3

<p>- Расчет внутренней нормы доходности проекта (InternalRateofReturn) - Расчет индекса прибыльности проекта (IndexofProfitability) - Расчеты других значимых показателей (ARR, MIRR, ROE, ROI, EBIT, EBITDA) 4. Разработка мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности.</p>			
--	--	--	--

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебного кабинета «Междисциплинарные курсы и модули», лаборатории «Предпринимательства и интернет – маркетинга»

Оснащение учебного кабинета «Междисциплинарные курсы и модули»:

- Столы, стулья аудиторные
- Стол, стул преподавателя
- Доска классная
- Автоматизированное рабочее место преподавателя
- Проектор настольный, экран переносной.

Оснащение лаборатория «Предпринимательства и интернет – маркетинга»:

- Столы, стулья компьютерные
- Стол, стул преподавателя
- Доска классная
- Автоматизированное рабочее место преподавателя
- Проектор
- Автоматизированное рабочее место обучающегося
- Подключение к проводному интернету.
- МФУ
- Флипчарт

4.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

1. Серпухова Е. П. Основы предпринимательства и бизнес-планирования : учебник для СПО / Е. П. Серпухова, О. Г. Сайманова. — Саратов : Профобразование, 2022. — 175 с. — ISBN 978-5-4488-1373-3. — Текст : электронный // ЭБС PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/116273>

2. Крестьянинов, А. Н. Основы ценообразования : учебное пособие / А. Н. Крестьянинов, Ю. Н. Жулькова, А. А. Сазонов. — Нижний Новгород : Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2023. — 110 с. — ISBN 978-5-528-00168-5. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/8081>

3. Захарова, И. В., Маркетинг : учебное пособие / И. В. Захарова. — Москва : КноРус, 2023. — 202 с. — ISBN 978-5-406-10761-4. — URL: <https://book.ru/book/947117>. — Текст : электронный.

4. Липсиц, И. В. Цены и ценообразование : учебное пособие для среднего профессионального образования / И. В. Липсиц. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 160 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9794-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535762>

Дополнительные источники:

1. Каратаева О. Г. Бизнес-планирование : учебное пособие для СПО / О. Г. Каратаева, О. В. Чеха. — Саратов : Профобразование, 2020. — 68 с. — ISBN 978-5-4488-0883-8. — URL: <https://profspo.ru/books/98377>

2. Забелина, Е. А. Ценообразование. Практикум : пособие / Е. А. Забелина. — Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2024. — 156 с. — ISBN 978-985-503-585-6. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/67790>

3. Мазилкина, Е. И. Маркетинг : учебное пособие для СПО / Е. И. Мазилкина. — Саратов : Профобразование, 2020. — 232 с. — ISBN 978-5-4488-0726-8. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/88760>. — Режим доступа: для авторизир. пользователей

4.4. Условия реализации программы профессионального модуля для обучающихся – инвалидов

Для обучающихся из числа инвалидов учебные занятия проводятся с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья (далее – индивидуальные особенности).

При освоении профессионального модуля обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

- учебные занятия проводятся совместно с обучающимися, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает трудностей для обучающихся;
- присутствие помощника, оказывающего обучающимся инвалидам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с преподавателем);
- обеспечение возможности беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, наличие специальных кресел и других приспособлений).

Все локальные нормативные акты колледжа по вопросам обучения доводятся до сведения обучающихся инвалидов в доступной для них форме.

По письменному заявлению обучающегося инвалида, лица с ОВЗ продолжительность учебного занятия может быть увеличена по отношению к установленной продолжительности.

В зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся инвалидов колледж обеспечивает выполнение следующих:

- для слепых: задания и иные материалы зачитываются ассистентом;
- для слабовидящих: задания оформляются увеличенным шрифтом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; при необходимости допускается использование увеличивающих устройств, имеющихся у обучающихся;
- для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи: обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей): письменные задания надиктовываются помощнику.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

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

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 2.1. Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	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	Устный/письменный опрос. Тестирование. Оценка результатов выполнения практических заданий.
ПК. 2.2. Разрабатывать предложения по	Устанавливает конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках	

улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	<p>Рассчитывает показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов</p> <p>Разрабатывает предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации</p> <p>Использует программные продукты в системе продвижения товаров (услуг) организации</p>	<p>Оценка проверочных работ.</p> <p>Защита и оценка отчетов по учебной и производственной практике</p> <p>Дифференцированные зачеты</p> <p>Экзамены по МДК</p> <p>Экзамен по модулю</p>
ПК 2.3. Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий	<p>Проводит сбор, мониторинг и систематизирует ценовые показатели товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий</p>	
ПК. 2.4. Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках	<p>Обосновывает конкурентные преимущества товара на внешнем и внутренних рынках</p>	
ПК 2.5. Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов	<p>Соблюдает правила и принципы разработки бизнес-плана (полнота и точность составления разделов бизнес-плана)</p> <p>Использует информационные технологий в процессе составления бизнес-плана</p> <p>Использует информацию специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана.</p>	
ПК 2.6. Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов	<p>Рассчитывает и обосновывает результаты анализа финансовых результатов деятельности организации</p> <p>Применяет различные платформы в системе продвижения товаров (услуг) организации</p>	
ПК. 2.7. Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности	<p>Обосновывает разработанные мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности</p>	
ПК. 2.8. Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски	<p>Составляет план сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы</p> <p>Выявляет проблемы и риски предпринимательской деятельности</p>	

предпринимательской единицы		
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	<p>Распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;</p> <p>Выделяет составные части и определяет этапы решения задачи;</p> <p>Выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы;</p> <p>Составляет план действия и определяет необходимые ресурсы;</p> <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>	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающихся в процессе освоения профессионального модуля
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	эффективно взаимодействует с преподавателями, обучающимися в ходе профессиональной деятельности.	
ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном	грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявляя толерантность в рабочем коллективе	

<p>языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста</p>		
<p>ОК 07 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях</p>	<p>выполняет работы с соблюдением принципов бережливого производства и ресурсосбережения</p>	
<p>ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках</p>	<p>понимает общий смысл четко произнесенных высказываний и текстов на профессиональные темы; участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; пишет простые связные сообщения на интересующие профессиональные темы.</p>	

Центросоюз Российской Федерации
Нижегородский областной союз потребительских обществ
Нижегородский экономико-технологический колледж

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**ПМ 03. Организация и осуществление
интернет-маркетинга**

Специальность 38.02.38 Торговое дело

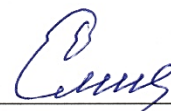
Арзамас, 2024 г

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности 38.02.08

Торговое дело

Утверждаю

Директор колледжа



Смирнова Е.В.

«19» апреля 2024 год

Рассмотрено на заседании ЦК
естественно-научных дисциплин
и информационных технологий

«19» апреля 2024 года

Председатель ЦК

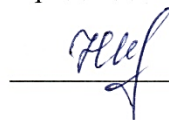


Солдатова С.И.

Одобрено НМС НЭТК

«19» апреля 2024 года

Председатель НМС



Щепетинщикова Н.Н.

Разработчик:

Грачева О.В., преподаватель НЭТК

Солдатова С.И., преподаватель НЭТК

Рецензент:

Раданцева О.В., преподаватель НЭТК

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ03. ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.08 Торговое дело в части освоения вида профессиональной деятельности (ВПД): Организация и осуществление интернет-маркетинга и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 3.1 Определять готовность веб-сайта к продвижению

ПК 3.2 Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»

ПК 3.3 Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки

ПК 3.4 Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество;

ПК 3.5 Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика

ПК 3.6 Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

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

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

иметь практический опыт:

- проведения технического анализа аудируемого веб-сайта;
- проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта;
- проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.
- анализа поисковой выдачи;
- анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи;
- анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";
- определения стратегии поискового продвижения;
- проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении;
- анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.
- определения стратегии продвижения в социальных сетях
- оформления заявочных и платежных документов участников торгово-промышленной выставки;
- размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет»;
- размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет».
- разработки лендинга.
- анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы;
- анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании;
- составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории

уметь:

- выявлять технические ошибки в работе веб-сайта;

- документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта;
- формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);
- выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов;
- выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины;
- использовать инструменты для проведения технического аудита.
- определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче;
- составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;
- актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";
- анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины;
- составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;
- анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта;
- анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию.
- определять маркетинговые стратегии;
- составлять smm-стратегии;
- составлять контент-планы;
- создавать стратегии продвижения;
- сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;
- оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки;
- разрабатывать уникальные торговые предложения;
- разрабатывать рекламные модули;
- создавать стратегии продвижения;
- сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;
- обосновывать выбор целевой аудитории;
- создания текстов для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций;
- различать виды текстов;
- рассчитать бюджет на создание лендинга;
- писать технические задания на создание лендинга для сторонних организаций;
- определять СТА для лендингов;
- работать с бесплатными сервисами создания лендингов;
- создавать уникального торгового предложения для определенных задач;
- работать с сервисами рассылок.
- создавать тексты и рекламные слоганы.
- составлять информационно-аналитические справки;
- оформлять отчетные документы.
- знать:**
- основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;
- основы веб-технологии;
- основы веб-дизайна;
- основы компьютерной грамотности;
- методы обработки текстовой информации;
- правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;

- основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита;
- правил составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации;
- основ оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;
- способов корректировки внутренних ошибок веб-сайта;
- особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;
- особенности функционирования современных поисковых машин;
- правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта.
- внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок;
- особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;
- правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний;
- стандартов делового общения в письменной и устной форме;
- особенностей функционирования современных поисковых машин;
- правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;
- правил формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы);
- методов обработки текстовой и графической информации;
- основ копирайтинга и веб-райтинга.
- основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна;
- правил реферирования, аннотирования и редактирования текстов;
- правила оформления заявочных и платежных документов участников торгово-промышленной выставки.
- перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети Интернет;
- особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа.
- основ разработки и поддержки сайтов/лендингов;
- основ гипертекстовой разметки;
- стандартов верстки веб-сайтов;
- принципиальных отличий лендингов от сайтов;
- сервисов для автоматизации рассылок.
- методов обработки текстовой информации и графической информации

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

- объем образовательной программы 240 часа,
- в том числе:
- во взаимодействии с преподавателем 208 часов;
- самостоятельной работы обучающегося 14 часов;
- консультации – 4;
- практической подготовки, всего: 72 часа,
- их них:
- учебной практики – 36 часов
- производственной практики – 36 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности Организация и осуществление интернет-маркетинга, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

ПК 3.1	Определять готовность веб-сайта к продвижению
ПК 3.2	Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»
ПК 3.3	Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки ПК 3.3. Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети Интернет.
ПК 3.4	Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество
ПК 3.5	Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика
ПК 3.6	Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1.1. Тематический план профессионального модуля при очной форме обучения

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Консультация, часов		Промежуточная аттестация, часов		Практическая подготовка	
			во взаимодействии с преподавателем			Самостоятельная работа обучающегося		МДК	ПМ	МДК	ПМ	Учебная практика, часов	Производственная практика (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа, часов	Всего, часов	в т.ч., на подготовку к экзамену часов						
ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6,	МДК 03.01 Технология интернет-маркетинга	160	136	42	-	14	-	2	2	6			
ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6	Учебная практика	36										36	
ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6	Производственная практика	36											36
ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6	Экзамен по модулю	8									8		
	Всего:	240	136	42	-	14	-	2	2	6	8	36	36

3.1.2. Тематический план профессионального модуля при заочной форме обучения

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Консультация, часов	Промежуточная аттестация, часов		Практическая подготовка	
			во взаимодействии с преподавателем			Самостоятельная работа обучающегося			МДК	ПМ	Учебная практика, часов	Производственная практика (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа, часов	Всего, часов	в т.ч., на подготовку к экзамену часов					
ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6,	МДК 03.01 Технология интернет-маркетинга	160	22	8	-	132	-	-	6	8	36	36
ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6	Учебная практика	36										
ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6	Производственная практика	36										
ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6	Экзамен по модулю	8										
	Всего:	240	22	8	-	132	-	-	6	8	36	36

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрены)	Ауд.уч.нагрузка очн/заоч, час	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК 03.01 Технология интернет-маркетинга		136/22	
Тема 1. Основы маркетинга	Содержание	14/2	
	Процесс управления маркетингом, основные этапы, проблемы реализации. Сегментирование рынка и позиционирование товара на рынке	2/2	2
	Организация службы маркетинга на предприятии.	2	2
	Маркетинговая среда предприятия в рыночной экономике. Основные факторы микросреды и макросреды функционирования фирмы.	4	2
	Жизненный цикл товаров: основные стадии.	2	2
	Продвижение товаров и услуг.	2	2
	Практические занятия	2	2
	Практическая работа 1. Разработка схемы жизненного цикла товаров	2	3
Тема 2. Определение и характеристики интернет-маркетинга	Содержание	6/2	
	Цели и задачи интернет-маркетинга. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу.	2/2	2
	Основные клиенты интернет-маркетинга. Преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей.	2	2
	Маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы и информационные систем	2	2
Тема 3. Инновации в маркетинге	Содержание	10/2	
	Сервисные программы для оценки потребительской ценности. Программы лояльности.	2	2
	Новые решения для рекламы: Digital Signage, Indoor TV. Информационные системы управления опытом потребителей	2	2

	Разработка форм опроса для сайта произвольной компании с целью определения отношения клиентов к ее товарам (услугам) с использованием цифровых технологий и электронной почты клиента.	2/2	2
	Поиск числа посетителей сайта предприятия по месяцам и дням, в том числе из разных поисковых систем	2	2
	Практические занятия	2	
	Практическая работа 2. Разработка форм опроса для сайта произвольной компании. Формирование отчета по поиску числа посетителей сайта в маркетинговой программе SerpParser или аналогичной	2	3
Тема 4 Целевая аудитория проекта в интернет-маркетинге	Содержание	8/4	
	Понятие «целевая аудитория», виды целевой аудитории и способы ее анализа.	2	2
	Определение, сегментация и составление портрета целевой аудитории проекта.	4/2	2
	Практические занятия	2	
	Практическая работа 3. Определение целевой аудитории: выделить сегменты целевой аудитории, составить описание каждого сегмента с учетом следующих характеристик: фото типичного представителя, пол, возраст, география проживания, семейное положение, образование, доход, профессиональная деятельность, интересы, стиль жизни	2/2	3
Тема 5. Анализ готовности веб-сайта к продвижению	Содержание	12/4	
	Исследование основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, веб-технологии, веб-дизайна, компьютерной грамотности	2/2	2
	Методы обработки текстовой информации, правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов, основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита	2	2
	Правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации.	2	2
	Основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин. Способов корректировки внутренних ошибок веб-сайта	2	2
	Практические занятия	4	

	Практическая работа 4. Выявление технических ошибок в работе веб-сайта и их документирование. Разработка предложений по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити)	2	3
	Практическая работа 5. Выявление и анализ технических преимуществ веб-сайтов конкурентов. Исследование особенностей эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющих на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины. Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита	2/2	3
Тема 6.	Содержание	26/2	
Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Анализ внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок, особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов.	2	2
	Организация правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний, стандартов делового общения в письменной и устной форме, особенностей функционирования современных поисковых машин.	2	2
	Анализ правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта.	2	2
	Правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы). Методы обработки текстовой и графической информации основ копирайтинга и веб-райтинга	2/2	2
	Определение факторов, влияющих на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче и на актуализацию информации о поведении пользователей веб-сайтов и заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Составление списка ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи	2	2
	Анализ собранной информации и принятие решения о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины	2	2
	Составлению списка ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин. Анализ релевантности составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике	2	2

оптимизируемого веб-сайта, анализ списка ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию		
Анализ конкурентов. Поиск аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, и составление аналитической справки с анализом проектов (конкурентов) по нескольким критериям	2	2
Составление таблицы сравнительного анализа аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, проведение анализа проектов. Выявление страниц и (или) аккаунтов проектов (конкурентов) с проведением сравнительного анализа	2	2
Практические занятия	8	
Практическая работа 6. Анализ практических ситуаций на определение факторов, влияющих на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче и на актуализацию информации о поведении пользователей веб-сайтов и заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Составление списка ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи. Анализ собранной информации и принятие решения о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины	2	3
Практическая работа 7. Анализ практических ситуаций по составлению списка ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин. Анализ релевантности составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта, анализ списка ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию	2	3
Практическая работа 8. Создание информационных материалов методического характера. Составление аналитической справки с анализом присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем	2	3
Практическая работа 9. Анализ конкурентов. Анализ результатов поиска не менее 5 аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, и составление аналитической справки, в которой проведен анализ проектов (конкурентов) не менее чем по 5 критериям. Составление таблицы сравнительного анализа аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием,	2	3

	проведение анализа проектов. Выявление страниц и (или) аккаунтов проектов (конкурентов) с проведением сравнительного анализа		
Тема 7. Разработка стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализация в сети «Интернет»	Содержание	20/2	
	Понятие «стратегия продвижения». Виды и закономерности стратегии продвижения. Концепция продвижения, цели и задачи продвижения	2/2	2
	Целевая аудитория, модели поведения аудитории и методы влияния на нее	2	2
	Понятие «социальная сеть», общие принципы работы виртуальных социальных сетей	2	2
	SMM-стратегия, методы измерения эффективности, методы создания контента	2	2
	Стратегия продаж через «блогосферу»	2	2
	Понятие и значение контент-плана в интернет-маркетинге. Виды контент-планов. Содержание контент-плана	2	2
	Практические занятия	8	
	Практическая работа 10. Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях	2	3
	Практическая работа 11. Составление рубрикатора с предоставлением не менее трех тем для каждой рубрики, определение форматов постов и описания требований к ним	2	3
Практическая работа 12. Разработка примеров для ведения аккаунтов / сообществ в социальных сетях, в том числе стиль текста, дизайн и оформление	2	3	
Практическая работа 13. Разработка и анализ контент-плана для коммерческого предприятия, для производственного предприятия, для образовательного учреждения	2	3	
Тема 8 Организация и проведение рекламных кампаний в социальных медиа, для привлечения пользователей в интернет-сообщество	Содержание	16/2	
	Изучение перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «Интернет».	2	2
	Особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа	2	2
	Характеристика социальных медиа	2	2
	Анализ рекламных модулей.	2	2
	Анализ уникальных торговых предложений и рекламных рассылок	2	2

	Практические занятия	6	
	Практическая работа 14. Разработка уникальных торговых предложений.	2/2	3
	Практическая работа 15. Разработка рекламных модулей.	2	3
	Практическая работа 16. Разработка стратегии продвижения товара. Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара	2	3
Тема 9. Создание лендинга	Содержание	12/2	
	1. Понятие «landing page», классификация, этапы проектирования, структура	2	2
	2. Конструкторы для создания «landing page»	4	2
	Практические занятия	6	
	Практическая работа 17. Разработка лендинга для коммерческого предприятия. Тестирование, внедрение и защита лендинга в сети «Интернет»	2/2	3
	Практическая работа 18. Разработка лендинга для производственного предприятия. Тестирование, внедрение и защита лендинга в сети «Интернет»	2	3
	Практическая работа 19. Разработка лендинга для образовательного учреждения. Тестирование, внедрение и защита лендинга в сети «Интернет»	2	3
Тема 10. Анализ эффективности в интернет-маркетинге	Содержание	12/0	
	Концепции эффективности в интернет-маркетинге. Методы измерения в интернете	2	2
	Методы идентификации посетителей. Измерение эффективности интернет-маркетинга	2	2
	Анализ рекламной компании по стоимости клиентов и конверсии	2	2
	Расчет стоимости рекламной кампании	2	2
	Практические занятия	4	
	Практическая работа 20. Анализ технологии меток. Анализ результатов маркетинговой активности.	2	3

	Практическая работа 21. Анализ производных данных о пользователе. Анализ принципов медиапланирования в интернете	2	3
Самостоятельная работа (подготовка сообщений на уроке) Использование нейросетей в интернет-маркетинге Мерчендайзинг в электронной торговле: продвижение в интернет-магазинах и на маркетплейсах Ценообразование в интернет-маркетинге: особенности, установление цены в электронной торговле, криптовалюты Инструменты бизнес-аналитики Цифровые продукты: товары и услуги Вирусный маркетинг и его влияние на продвижение бизнеса в сети Удержание пользователя на сайте: методы и приемы улучшения поведенческих факторов Построение эффективной контекстной рекламной кампании в сети Интернет Создание продающего видео-контента и управление официальными видео-каналами на Youtube Сетевой маркетинг в сети Интернет Построение эффективной стратегии продвижения услуг в сети Интернет Спам-продвижение в сети Интернет Системы ERP, CRM, HRM, BI, CMS Сенсорный маркетинг и психология восприятия		14	3
Консультация перед экзаменом по МДК		2	
Консультация перед экзаменом по модулю		2	
Экзамен по МДК		6/6	3
Учебная практика Виды работ 1. Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта 2. Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта. 3. Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта. 4. Анализ поисковой выдачи. 5. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи. 6. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»		36	3

<p>7. Определение целевой аудитории: выделить сегменты целевой аудитории, составить описание каждого сегмента с учетом следующих характеристик: фото типичного представителя, пол, возраст, география проживания, семейное положение, образование, доход, профессиональная деятельность, интересы, стиль жизни.</p> <p>8. Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита.</p> <p>9. Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.</p> <p>10. Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях.</p> <p>11. Разработка и анализ контент-плана для разных типов предприятий.</p> <p>12. Разработка уникальных торговых предложений.</p> <p>13. Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара.</p> <p>14. Анализ результатов маркетинговой активности.</p> <p>15. Расчет стоимости рекламной кампании.</p> <p>16. Составление технического задания на создание лендинга для сторонних организаций;</p>		
<p>Производственная практика</p> <p>Виды работ</p> <p>1. Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта</p> <p>2. Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта</p> <p>3. Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта</p> <p>4. Анализ поисковой выдачи</p> <p>5. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи</p> <p>6. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p> <p>7. Определение стратегии поискового продвижения</p> <p>8. Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении</p> <p>9. Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем</p> <p>10. Определение стратегии продвижения в социальных сетях</p> <p>11. Размещение текстовых рекламных в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p> <p>12. Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>36</p>	<p>3</p>

13. Разработка лендинга		
14. Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы		
15. Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании		
16. Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории		
Экзамен по модулю	8/8	3
Всего	240	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие Лаборатории предпринимательства и интернет-маркетинга.

Оборудование лаборатории:

- Столы, стулья компьютерные;
- Стол, стул преподавателя;
- Доска классная;
- Автоматизированное рабочее место преподавателя;
- Проектор;
- Автоматизированное рабочее место обучающегося;
- Подключение к проводному интернету;
- МФУ.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

1. Рыжиков, С. Н., Продвижение товаров и услуг+ Приложение: учебник / С. Н. Рыжиков. — Москва: КноРус, 2023. — 220 с. — ISBN 978-5-406-09975-9. — URL: <https://book.ru/book/946333> — Текст: электронный.

2. Твердохлебова, М. Д., Интернет-маркетинг: учебник / М. Д. Твердохлебова. — Москва: КноРус, 2023. — 190 с. — ISBN 978-5-406-11098-0. — URL: <https://book.ru/book/947409> — Текст: электронный

3. **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, 2024. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538514>**

Дополнительные источники:

1. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 335 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535942>

4.3. Условия реализации программы профессионального модуля для обучающихся – инвалидов

Для обучающихся из числа инвалидов учебные занятия проводятся с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья (далее – индивидуальные особенности).

При освоении профессионального модуля обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

- учебные занятия проводятся совместно с обучающимися, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает трудностей для обучающихся;
- присутствие помощника, оказывающего обучающимся инвалидам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с преподавателем);
- обеспечение возможности беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, наличие специальных кресел и других приспособлений).

Все локальные нормативные акты колледжа по вопросам обучения доводятся до сведения обучающихся инвалидов в доступной для них форме.

По письменному заявлению обучающегося инвалида, лица с ОВЗ продолжительность учебного занятия может быть увеличена по отношению к установленной продолжительности.

В зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся инвалидов колледж обеспечивает выполнение следующих:

- для слепых: задания и иные материалы зачитываются ассистентом;
- для слабовидящих: задания оформляются увеличенным шрифтом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; при необходимости допускается использование увеличивающих устройств, имеющихся у обучающихся;
- для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи: обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей): письменные задания надиктовываются помощнику.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 3.1	<ul style="list-style-type: none"> – выявляет технические ошибки в работе веб-сайта; – документирует выявленные ошибки в работе веб-сайта; – формулирует предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити); – выявляет технические преимущества веб-сайтов конкурентов; – выявляет особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины; – использует инструменты для проведения технического аудита 	<p>Устный/письменный опрос. Тестирование. Оценка контрольных / проверочных работ Оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – на практических занятиях – при выполнении работ на различных этапах учебной и производственной практики; <p>Защита отчетов по учебной и производственной практике -Экзамен по МДК, -Экзамен по модулю.</p>
ПК 3.2	<ul style="list-style-type: none"> – определяет факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче; – составляет список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи; – актуализирует информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; – анализирует собранную информацию и принимает решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины; 	

	<ul style="list-style-type: none"> – составляет список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; – анализирует релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта; – анализирует список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию 	
ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none"> – определяет маркетинговые стратегии; – составляет SMM-стратегии; – составляет контент-планы; – создает стратегии продвижения; – проводит сегментацию целевой аудитории для разных задач и продуктов 	
ПК 3.4	<ul style="list-style-type: none"> – разрабатывает уникальные торговые предложения; – разрабатывает рекламные модули; – создает стратегии продвижения; – сегментирует целевую аудиторию для разных задач и продуктов; – обосновывает выбор целевой аудитории; создает тексты и рекламные слоганы 	
ПК 3.5	<ul style="list-style-type: none"> – создает тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций; – различает виды текстов; – рассчитывает бюджет на создание лендинга; – составляет техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций; – определяет СТА для лендингов; – работает с бесплатными сервисами создания лендингов; – создает уникальное торговое предложение для определенных задач; работает с сервисами рассылок. 	
ПК 3.6	<ul style="list-style-type: none"> – составляет информационно-аналитические справки; – оформляет отчетные документы. 	

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

Результаты (освоенные ОК)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
---------------------------	---------------------------------------	----------------------------------

ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> – распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; – выделяет составные части и определяет этапы решения задачи; – выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы; – составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; – демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; <p>реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</p>	
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> – определяет задачи для поиска информации, необходимые источники и планирует процесс поиска; – структурирует получаемую информацию, выделяет наиболее значимое в перечне информации и оценивает практическую значимость результатов поиска; <p>оформляет результаты поиска, применяя средства информационных технологий для решения профессиональных задач; используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</p>	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> – демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды; <p>в ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ</p>	
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> – грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствие с установленными правилами, – демонстрирует толерантность в рабочем коллективе 	
ОК 08	<ul style="list-style-type: none"> – применяет рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности; – пользуется средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной профессии (специальности) 	
ОК 09	<ul style="list-style-type: none"> – понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на базовые профессиональные темы; – участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; – строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; – кратко обосновывает и объясняет свои действия; – пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы. 	

Центросоюз Российской Федерации
Нижегородский областной союз потребительских обществ
Нижегородский экономико-технологический колледж

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
МОДУЛЯ**

**ПМ.04. Освоение профессии рабочего,
должности служащего - продавец
продовольственных товаров**

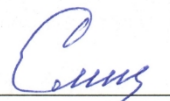
Специальность 38.02.08. Торговое дело

Арзамас

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе
Федерального государственного образовательного стандарта по
специальности 38.02.08 Торговое дело

Утверждаю

Директор колледжа



Е.В.Смирнова

«19» апреля 2024 года

Рассмотрено на заседании ЦК

коммерческо -технологических

дисциплин

« 19 » апреля 2024 года

Председатель ЦК

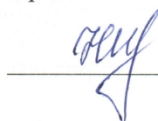


М.Н. Матвеева

Одобрено НМС НЭТК

«19» апреля 2024 года

Председатель НМС



Н.Н.Щепетинщикова

Разработчик:

Грачева О.В. - преподаватель НЭТК

Матвеева М.Н. - преподаватель НЭТК

Смирнова Т.С. – преподаватель НЭТК

Рецензент:

Мельникова Е.В. - преподаватель НЭТК

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ. 04. Освоение профессии рабочего, должности служащего - продавец продовольственных товаров

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.08 Торговое дело в части освоения вида профессиональной деятельности (ВПД): Освоение профессии рабочего, должности служащего - продавец продовольственных товаров и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК.4.1 Осуществлять приемку товаров и контроль за наличием необходимых сопроводительных документов и обеспечивать сохранность товаров

ПК.4.2. Осуществлять подготовку товаров к продаже, размещение и выкладку товаров

ПК.4.3. Обслуживать покупателей, консультировать их о пищевой ценности товаров, вкусовых особенностей и свойствах отдельных продовольственных товаров

ПК. 1.6. Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.

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

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

иметь практический опыт:

- приемки и обеспечения сохранности товаров
- подготовки, размещения и выкладки товаров в торговом зале
- обслуживания покупателей и продажи различных групп продовольственных товаров;
- эксплуатации оборудования в соответствии с назначением и соблюдения правил охраны труда;

уметь:

- консультировать покупателей при продаже различных видов продовольственных товаров (зерновых, плодово-овощных, кондитерских, вкусовых, яичных пищевых жиров, молочных, мясных, рыбных)
- проверять наименование, количество, сортность, цену, состояние упаковки и правильности маркировки
- создавать оптимальные условия хранения пищевых продуктов;
- обеспечивать сохранность товаров в торговом предприятии
- производить подготовку и использовать механическое, контрольно-кассовое, весоизмерительное оборудование;
- выполнять операции по приемке, подготовке товаров к продаже, их выкладке в торговом зале
- обслуживать покупателей при продаже продовольственных товаров;
- выполнять операции по отпуску товаров покупателям

знать:

- классификацию групп, подгрупп, видов продовольственных товаров;
- особенности пищевой ценности продовольственных товаров;
- ассортимент и товароведные характеристики основных групп продовольственных товаров;
- показатели качества различных групп продовольственных товаров;
- дефекты продуктов;
- особенности маркировки, упаковки, хранения отдельных групп продовольственных товаров;
- классификацию, назначение отдельных видов торгового оборудования;
- правила эксплуатации оборудования;
- содержание технологического процесса в розничном торговом предприятии (приемка, хранение, подготовка товаров к продаже, размещение и выкладка товаров в торговом зале, продажа товаров);

- правила продажи отдельных видов товаров
- закон о защите прав потребителей
- психологические основы процесса обслуживания покупателей.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

- объем образовательной программы - 240 часов,
- в том числе:
 - во взаимодействии с преподавателем - 210 часов;
 - самостоятельной работы обучающегося - 20 часов.

практической подготовки, всего: 72 часов,

их них:

- учебной практики – 36 часов
- производственной практики – 36 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности Освоение профессии рабочего, должности служащего - продавец продовольственных товаров, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК.4.1	Осуществлять приемку товаров и контроль за наличием необходимых сопроводительных документов и обеспечивать сохранность товаров
ПК.4.2	Осуществлять подготовку товаров к продаже, размещение и выкладку товаров
ПК.4.3	Обслуживать покупателей, консультировать их о пищевой ценности товаров, вкусовых особенностей и свойствах отдельных продовольственных товаров
ПК.1.6	Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.
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 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1.1. Тематический план профессионального модуля при очной форме обучения

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)						Консультация по экз., часов		Промежуточная аттестация, часов		Практическая подготовка	
			во взаимодействии с преподавателем			Самостоятельная работа обучающегося			МДК	ПМ	По МДК	По ПМ	Учебная практика, часов	Производственная практика (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа, часов	Всего, часов	в т.ч., на подготовку к экзамену (МДК/ПМ) часов							
							МДК	ПМ						
ПК.4.1 ПК4.2, ПК4.3, ПК 1.6	Раздел 1.МДК 04.01 Технология работы магазина	78	68	20		8	--	2	-	2				
ПК4.3	Раздел 2. МДК 04.02Товароведение продовольственных товаров	44	40	16		4	-		-					
ПК 4.3	Раздел 3.МДК 04.03Психология и этика в торговле	38	30	12		8	-	2	-					
	Учебная практика, практическая подготовка, час	36											36	
	Производственная практика(по профилю специальности),практическая подготовка, час	36												36
	Экзамен по модулю, час	8										8		
	Всего	240	138	48		20		4		2		8	36	36

3.1.1. Тематический план профессионального модуля при заочной форме обучения

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)				Промежуточная аттестация, часов		Практическая подготовка	
			во взаимодействии с преподавателем			Самостоятельная работа обучающегося, часов	МДК	ПМ	Учебная практика, часов	Производственная практика (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов					
ПК.4.1 ПК4.2, ПК4.3, ПК 1.6	Раздел 1.МДК 04.01 Технология работы магазина	78	10	4		68				
ПК4.3	Раздел 2. МДК 04.02Товароведение продовольственных товаров	44	10	4		34				
ПК 4.3	Раздел 3.МДК 04.03Психология и этика в торговле	38	8	4		30				
	Учебная практика, практическая подготовка, час	36							36	
	Производственная практика(по профилю специальности),практическая подготовка, час	36								36
	Экзамен по модулю, час	8						8		
	Всего:	240	28	12		132		8	36	36

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ.04 Освоение профессии рабочего, должности служащего - продавец продовольственных товаров)

Наименование разделов ПМ, междисциплинарных курсов (МДК) ПМ, тем, учебная и производственная практика	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрены)	Объем часов (очн/заоч)	Уровень освоения
Раздел 1 МДК 4.1 Технология работы магазина		78	
Тема 1 Введение	<i>Занятие 1</i> .Понятие торговли, роль и задачи торговли в экономике страны; формы и виды торговли, перспективы развития торговли; торговое предприятие – основное звено торговли, признаки и функции торгового предприятия	2/0	1
Тема 2 Приемка товаров в магазине	<i>Занятие 2</i> . Приемка товаров в магазине по количеству и качеству: значение, виды, место, сроки, документальное оформление	2/0	2
	Практические работы №1 Документальное оформление результатов приемки товаров в магазине	2/2	3
	№2 Решение ситуаций по теме «Приемка товаров в магазине по количеству и качеству»	2/0	3
	№3 Ознакомление с процессом приемки товаров в действующем торговом предприятии	2/0	3
Тема 3. Хранение товаров в магазине	<i>Занятие 6</i> . Хранение товаров в магазине, создание и соблюдение оптимального режима хранения, способы и принципы укладки товаров на хранение	2/0	2
	Самостоятельная работа Изучить способы укладки товаров на хранение и составить схемы укладки отдельных видов товаров на хранение. Оформить письменно	1	3
	<i>Занятие 7</i> . Товарные потери, пути их сокращения	2/0	2
Тема 4 Подготовка товаров к продаже	<i>Занятие 8</i> . Подготовка товаров к продаже: значение, основные и специфические операции, особенности подготовки к продаже пищевых продуктов	2/0	2
Тема 5 Мерчендайзинг в торговле	<i>Занятие 9-10</i> . Мерчендайзинг: понятие, правила, размещение и выкладка товаров в торговом зале	4/2	2
	<i>Занятие 11</i> . Особенности размещения и выкладки отдельных видов товаров	2/0	2
	Практическое занятие № 4-5 Анализ размещения и выкладки товаров в действующем торговом предприятии	4/0	3

Тема 6 Продажа товаров	<i>Занятие 14.</i> Формы розничной продажи товаров: через прилавок индивидуального обслуживания, самообслуживание, с открытой выкладкой, по образцам, по предварительным заказам покупателей: их сущность, социально-экономическое значение, общая схема процесса обслуживания покупателя в магазине, характеристика ее элементов обслуживания покупателей, законодательная основа продажи товаров, правила продажи товаров	2/0	2
	<i>Занятие 15.</i> Виды дополнительных услуг	2/0	2
	Самостоятельная работа Определить виды дополнительных услуг для магазина Продукты, Мясо-Рыба, Фрукты-овощи, Супермаркет. Работу оформить письменно	1	3
	<i>Занятие 16.</i> Санитарные правила розничных торговых предприятий .Санитарно-эпидемиологических требований к обороту пищевых продуктов в предприятиях продовольственной торговли	2/0	2
	Практические занятия: № 6 Решение ситуаций по правилам продажи товаров	2/0	3
	<i>Занятие 18.</i> Контрольная работа	2/0	3
Тема 7 Немеханическое оборудование	<i>Занятие 19.</i> Роль и задачи работников торговли по внедрению и освоению новой техники, связь научно-технического прогресса с производительность труда в торговле, роль технического оснащения в улучшении культуры обслуживания, классификация торгового оборудования.	2/0	2
	<i>Занятие 20.</i> Торговая мебель: значение, назначение, классификация.	2/0	2
	<i>Занятие 21.</i> Оборудование торговых залов и складских помещений: виды характеристика; правила техники безопасности при использовании торговой мебели	2/0	2
	<i>Занятие 22.</i> Торговый инвентарь: понятие, роль в торгово-технологическом процесса, классификация видов, их характеристика, правила пользования различными видами инвентаря, правила техники безопасности при его эксплуатации. Определение видов торгового оборудования и инвентаря для различных типов магазинов	2/0	2
	Самостоятельная работа Составить кроссворд по теме «Торговый инвентарь»	1	3
Тема 8 Всесоизмерительное оборудование	<i>Занятие 23.</i> Значение измерительного оборудования для торговли, классификация видов и индексация весов,	2/0	2
	<i>Занятие 24.</i> Требования, предъявляемые к весам, паспортизация весов	2/0	2

	<i>Занятие 25.</i> Меры веса, длины, объема: виды, их назначение, эксплуатация, уход за ними	2/0	2
	Практические занятия № 7 Установка весов на рабочем месте	2/0	3
	№ 8 Упражнения по взвешиванию на весах различных типов	2/2	3
	Самостоятельная работа Изучить правила установки и взвешивания на передвижных электронных весах, работу оформить письменно	1	3
	Оценить степень соблюдения правил взвешивания в магазине ООО Юность, подготовить устное сообщение на уроке	1	3
Тема 9 Оборудование для расчетов с покупателями	<i>Занятие 28.</i> Законодательная основа применения контрольно-кассовой техники при осуществлении денежных расчетов с населением, роль и значение применения контрольно-кассовых машин в организации учета и контроля за денежными средствами в розничных торговых предприятиях	2/0	2
	<i>Занятие 29.</i> Устройство контрольно-кассовых машин и требования, предъявляемые к ним	2/2	2
	<i>Занятие 30.</i> Правила эксплуатации контрольно-кассовых машин: подготовка машины к работе и порядок работы на ней, простейшие неисправности и способы их устранения, заключительный этап работы на контрольно-кассовой машине, оформление кассовой документации, правила техники безопасности	2/0	2
	Практические занятия №9 Освоение последовательности выполнения и содержания подготовительных операций и основных функций работы на контрольно-кассовой машине	2/0	3
	№10 Освоение последовательности выполнения и содержания заключительных операций на контрольно-кассовой машине	2/0	3
	Самостоятельная работа Оценить степень соблюдения правил расчетных операций с покупателями в магазине ООО Юность, подготовить устное сообщение на уроке	1	3
Тема 10 Холодильное оборудование	Занятие 33. Классификация, индексация и холодильного оборудования, правила эксплуатации и техники безопасности	2/0	2
	Комплексный дифференцированный зачет	2/2	3
	Самостоятельная работа по подготовке к экзамену по модулю	2/0	3
Раздел 2 МДК 04.02		44	

Товароведение продовольственных товаров			
Тема 1. Качество продовольственных товаров	<i>Занятие 1.</i> Введение. Классификация продовольственных товаров.	2/0	1
	<i>Занятие 2.</i> Качество продовольственных товаров. Химический состав и пищевая ценность продовольственных товаров	2/2	2
Тема 2 Фрутоовощная продукция и грибы	<i>Занятие 3.</i> Пищевая ценность и вкусовые свойства свежих овощей, плодов и грибов	2/2	2
	Практическое занятие № 1. Изучение ассортимента свежих плодов и овощей	2/0	3
Тема 3. Зерномучные товары. Сахар. Кондитерские товары	<i>Занятие 5.</i> Пищевая ценность и вкусовые свойства зерномучных товаров.	2/0	2
	<i>Занятие 6.</i> Пищевая ценность и вкусовые свойства кондитерских товаров, сахара.	2/0	2
	Практическая работа №2. Изучение ассортимента муки, крупы, макаронных изделий и оценка их качества.	2/2	3
	Практическая работа № 3. Ознакомление с ассортиментом сахара, меда, крахмала, кондитерских изделий, оценка качества.	2/0	3
Тема 4. Вкусовые товары	<i>Занятие 9.</i> Пищевая ценность вкусовых товаров. Классификация.	2/0	2
	<i>Занятие 10.</i> Чай и кофе	2/0	2
	Практическое занятие № 4 Изучение ассортимента чая и кофе	2/2	3
	Самостоятельная работа Подготовка рефератов, докладов по темам: «Виноградные вина», «Коньяк», «Минеральные воды».	1	3
Тема 5. Молоко и молочные товары. Яичные товары и пищевые жиры	<i>Занятие 12.</i> Пищевая ценность и вкусовые свойства молочных товаров.	2/0	2
	Практическое занятие. №5 Изучение ассортимента молока и молочных товаров, оценка качества.	2/0	3
	<i>Занятие 14.</i> Пищевая ценность и вкусовые свойства яичных товаров и пищевых жиров.	2/0	2
	Практическое занятие № 6 Изучение ассортимента пищевых жиров, оценка качества.	2/0	3
Тема 6 Мясо и мясные товары	<i>Занятие 16.</i> Пищевая ценность и вкусовые свойства мясных товаров.	2/0	2
	Практическая работа 7. Ознакомление с ассортиментом колбасных изделий и мясных копченостей, оценка качества.	2/0	3
	Самостоятельная работа	1	

	Изучить ассортимент мяса домашней птиц, вареных колбас и мясных консервов в ООО «Юность»		
Тема 7 Рыбы и рыбные товары	<i>Занятие 18.</i> Пищевая ценность и вкусовые свойства рыбных товаров.	2/0	2
	Практическая работа № 8 Ознакомление с ассортиментом рыбных товаров	2/0	3
	Дифференцированный зачет	2/2	3
	Самостоятельная работа по подготовке к экзамену по модулю	2/0	3
РАЗДЕЛ 3. Психология и этика в торговле МДК 04.03 Психология и этика в торговле		38	
Тема 1. Понятие психологии как науки.	<i>Занятие 1:</i> Основные понятия, с помощью которых описываются психологические явления, состояния. Задачи психологии. методы психологии и возможности их использования в профессиональной деятельности продавца на современном этапе.	2	2
Тема 2. Психические свойства личности и их учет в профессиональной деятельности продавца	<i>Занятие 2:</i> Психология личности. Понятия: человек, индивид, личность, индивидуальность и самоактуализация человека. Структура и направленность личности. Биологическое и социальное в личности. Система психических свойств личности: характер, темперамент, ценностная система. Исследование основных отклонений в развитии личности. Деятельность и поведение личности.	2	2
	Практическое занятие 1. Темперамент и характер. Особенности взаимодействия	2	2
Тема 3. Профессиональная деятельность как предмет психологии	<i>Занятие 4:</i> Понятие профессиональной деятельности. Цель профессиональной деятельности. Задачи профессиональной деятельности. Классификация трудовой деятельности. Психологическая готовность к профессиональной деятельности. Профессиональная мотивация. Профессионально важные качества (ПВК) субъекта труда. Психологическая готовность к профессиональной деятельности	2/2	1
	Практическое занятие 2: Профессиограмма и психограмма в подборе и отборе кадров продавца	2/2	2
Тема 4. Психологические особенности субъектов взаимодействия в профессиональной деятельности	<i>Занятие 6.</i> Понятие и сущность профессионального общения. Виды. Деловое общение. Взаимоотношения и взаимодействие в профессиональном общении с коллегами и покупателями. Стили профессионального общения	2	1

Тема 5. Особенности профессионального общения продавца и покупателя в розничном торговом предприятии	<i>Занятие 7:</i> Коммуникативная сторона профессионального общения. Вербальное (речевое) общение. Процесс восприятия людьми друг друга. Невербальное общение.. Зрительный контакт.	2/2	1
	Практическое занятие 3. Структура профессионального общения.	2/2	2
Тема 6. Психологическое содержание конфликтов продавца -и покупателя	<i>Занятие 9:</i> Типология конфликтов. Причины возникновения конфликтов. Социально-психологические причины конфликтов. Личностные причины конфликтов. Конфликтоустойчивость.	2	1
	Практическое занятие 4. Тактики и стратегии разрешения конфликтов во взаимодействии с покупателями	2	2
Тема 7. Социально-психологические аспекты профессиональной деятельности в современной торговой организации	<i>Занятие 11.:</i> Социально-психологический климат в организации. Стрессы и стрессоустойчивость в деятельности продавца	2	1
	Практическое занятие 5. Индивидуальная стратегия и тактика стрессоустойчивого поведения в профессиональной деятельности продавца	2	2
Тема 8. Деловой этикет специалиста торгового дела и его роль в профессиональной деятельности	<i>Занятие 13:</i> Профессиональная этика продавца Корпоративная этика. Формирование и поддержание позитивного имиджа компании. Корпоративный стиль и символика. Корпоративная культура	2	1
	Практическое занятие 6. Этический кодекс -продавца	2	2
Самостоятельная работа Изучение и конспектирование дополнительной литературы в соответствии с программой дисциплины: - Психологические аспекты общения покупателя и продавца		6	3
Самостоятельная работа на подготовку к экзамену по модулю		2	

<p>Дифференцированный зачет</p>	<p>2</p>	
<p>Учебная практика (практическая подготовка) Виды работ Изучение должностных характеристик продавца, кассира торгового предприятия. Санитарно-эпидемиологических требований к организациям и обороту в них продовольственного сырья и пищевых продуктов Консультирование покупателей при продаже различных видов продовольственных товаров (зерновых, плодово-овощных, кондитерских, вкусовых, яичных пищевых жиров, молочных, мясных, рыбных) Изучение содержания сопроводительных документов на товары. проверка наименований, количества, сортности, цены, состояния упаковки и правильности маркировки Изучение порядка хранения товаров на складе магазина; оценка режима и условий их хранения; Определение видов торгово-технологического оборудования и инвентаря, применяемого в магазине, его назначение, место и способ установки Изучение и отработка операций по эксплуатации имеющихся видов оборудования и инвентаря. Установка весов /рычажные настольные и электронные/ на рабочем месте продавца /фасовщика/; выполнение операций по фасовке, нарезке товаров с использованием различных видов инвентаря для подготовки товаров к продаже; выполнение операции по взвешиванию товаров. Изучение Типовых правил эксплуатации контрольно-кассовых машин при осуществлении денежных расчетов с населением, раздел «Права и обязанности кассира» и должностной характеристики контролера-кассира торгового зала в действующем торговом предприятии. Изучение правил техники безопасности при работе на контрольно-кассовой машине; исправление простейших неисправностей, возникающих в процессе работы на контрольно-кассовой машине. Отработка приемов работы на контрольно-кассовой машине: подготовка контрольно-кассовой машины к работе, выполнение расчетных операций с покупателями, определение суммы выручки за день Приемка товаров по количеству и качеству, документальное оформление результатов приемки; Подготовка товаров к продаже; Изучение правил оформления ценников; Оформление ценников на товары; Анализ размещения товарных групп /отделов/ на площади торгового зала; Выкладка товаров на торговом оборудовании,</p>	<p>36</p>	

<p>Изучение средств информации покупателей в торговом зале магазина; Отработка навыков разговорной речи с покупателями; Решение вопросов, связанных с обменом товара; документальное оформление обмена товара; Отработка правил и техники продажи отдельных групп товаров Производственная практика (практическая подготовка) Виды работ Ознакомление с правилами охраны труда и техники безопасности в магазине Изучение прав и обязанностей продавца Участие в приемке товаров в магазине по количеству и качеству Ознакомление с порядком хранения товаров в магазине Освоение техники подготовки товаров к продаже Освоение техники размещения и выкладки товаров в торговом зале Освоение правил продажи отдельных групп продовольственных товаров Отработка навыков разговорной речи с покупателями Отработка техники отпуска товаров и обслуживания покупателей. Консультирование покупателей о потребительских свойствах, пищевой ценности различных групп продовольственных товаров Ознакомление с торгово-технологическим оборудованием торговых и складских помещений магазина Освоение операций по установке и взвешиванию на весах различных типов Изучение прав и обязанностей кассира торгового зала Изучение организации рабочего места кассира Освоение техники работы на контрольно-кассовой машине Изучение порядка оформления кассовой документации</p>	36	
--	----	--

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие кабинета Междисциплинарные курсы и модули.

Оборудование кабинета Междисциплинарные курсы и модули

- Ученические столы, стулья
- Ученическая доска
- Натуральные образцы торговой мебели, торгового инвентаря
- Весомизмерительное оборудование (весы рычажные, электронные)
- Контрольно-кассовые машины (автономные, портативные)
- Видеопроектор, ноутбук, экран
- Натуральные и паспортизированные образцы непродовольственных товаров,
- Муляжи продовольственных товаров,
- ГОСТы на продовольственные и непродовольственные товары,
- каталоги,
- стенды

4.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

1. Иванов, Г. Г., Организация торговли (торговой деятельности) : учебник / Г. Г. Иванов. — Москва : КноРус, 2023. — 222 с. — ISBN 978-5-406-11814-6. — URL: <https://book.ru/book/949672>. — Текст : электронный.

2. Рыжиков, С. Н., Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда + eПриложение : учебник / С. Н. Рыжиков. — Москва : КноРус, 2024. — 322 с. — ISBN 978-5-406-12017-0. — URL: <https://book.ru/book/950245>. — Текст : электронный.

3. Грибанова, И. В. Товароведение : учебное пособие / И. В. Грибанова, Л. И. Первойкина. — Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2019. — 359 с. — ISBN 978-985-503-909-0. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROОбразование : [сайт]. — URL: <https://profspro.ru/books/93399>. — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

4. Рябкова, Д. С. Товароведение продовольственных и непродовольственных товаров : учебник для СПО / Д. С. Рябкова, Г. Г. Левкин. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2023. — 226 с. — ISBN 978-5-4488-1053-4. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROОбразование : [сайт]. — URL: <https://profspro.ru/books/131419>. — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

5. Моисеенко, Н. С., Основы товароведения : учебник / Н. С. Моисеенко. — Москва : КноРус, 2023. — 413 с. — ISBN 978-5-406-11769-9. — URL: <https://book.ru/book/949619>. — Текст : электронный.

5.Киселев, В.В., Психология и этика профессиональной деятельности: учебник / В.В. Киселев. — Москва: КноРус, 2023. — 213 с. — ISBN 978-5-406-11717-0. — URL: <https://book.ru/book/949530> — Текст: электронный.

6.Самыгин, С.И., Психология личности и профессиональное самоопределение: учебник / С.И. Самыгин, Л.Д. Столяренко, А.Т. Латышева. — Москва: КноРус, 2023. — 466 с. — ISBN 978-5-406-11306-6. — URL: <https://book.ru/book/949332> — Текст: электронный.

Дополнительные источники:

1. Сакерина, А. В. Торговое дело. Производственное обучение : учебное пособие / А. В. Сакерина, Ю. Л. Курганович, Ю. А. Усеня. — Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2019. — 314 с. — ISBN 978-985-503-910-6. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROОбразование : [сайт]. — URL: <https://profspro.ru/books/93400> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Мезенцева, Г. В. Товароведение продовольственных товаров и продукции общественного питания : учебное пособие / Г. В. Мезенцева. — Воронеж : Воронежский

государственный университет инженерных технологий, 2019. — 184 с. — ISBN 978-5-00032-405-9. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROОбразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/88443>. — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

3. Руденко, А. М., Профессиональная этика и психология делового общения: учебник / А. М. Руденко, С. И. Самыгин; под ред. А. М. Руденко. — Москва: КноРус, 2024. — 232 с. — ISBN 978-5-406-12826-8. — URL: <https://book.ru/book/952776> — Текст: электронный.

4. Федорова, А. В., Профессиональная этика и психология делового общения: учебное пособие / А. В. Федорова. — Москва: КноРус, 2023. — 218 с. — ISBN 978-5-406-11633-3. — URL: <https://book.ru/book/949501> — Текст: электронный.

Нормативные документы:

1. Закон РФ «О защите прав потребителей» (действующая редакция)

2. Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 07.09.2001 N 23 "О введении в действие Санитарных правил" (вместе с "СП 2.3.6.1066-01. 2.3.5. Предприятия торговли. Санитарно-эпидемиологические требования к организациям торговли и обороту в них продовольственного сырья и пищевых продуктов. Санитарно-эпидемиологические правила", утв. Главным государственным санитарным врачом РФ 06.09.2001) (действующая редакция)

3. ГОСТ Р 51304-2009. Услуги торговли. Общие требования

4.4. Условия реализации программы профессионального модуля для обучающихся – инвалидов

Для обучающихся из числа инвалидов учебные занятия проводятся с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья (далее – индивидуальные особенности).

При освоении профессионального модуля обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

- учебные занятия проводятся совместно с обучающимися, не имеющими ограниченных возможностей здоровья, если это не создает трудностей для обучающихся;
- присутствие помощника, оказывающего обучающимся инвалидам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с преподавателем);
- обеспечение возможности беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, наличие специальных кресел и других приспособлений).

Все локальные нормативные акты колледжа по вопросам обучения доводятся до сведения обучающихся инвалидов в доступной для них форме.

По письменному заявлению обучающегося инвалида, лица с ОВЗ продолжительность учебного занятия может быть увеличена по отношению к установленной продолжительности.

В зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся инвалидов колледж обеспечивает выполнение следующих:

- для слепых: задания и иные материалы зачитываются ассистентом;
- для слабовидящих: задания оформляются увеличенным шрифтом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; при необходимости допускается использование увеличивающих устройств, имеющихся у обучающихся;
- для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи: обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей): письменные задания надиктовываются помощнику.

**5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ПМ.04. Освоение профессии рабочего,
должности служащего - продавец продовольственных товаров)**

Результаты (освоенные ПК)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК.4.1 Осуществлять приемку товаров и контроль за наличием необходимых сопроводительных документов и обеспечивать сохранность товаров	Правильно идентифицирует сопроводительные документы; грамотно определяет количество и качество товаров; правильно оформляет приемку товаров в магазине. Правильно определяет условия и сроки хранения товаров. Верно определяет режим хранения товаров	Текущий контроль в форме: - тестирования; - защиты практических занятий; - контрольной работы Диф. зачеты по МДК, учебной и производственной практике. экзамен по модулю
ПК.4.2. Осуществлять подготовку товаров к продаже, размещение и выкладку товаров,	Правильно выполняет операции по подготовке товаров к продаже. Правильно размещает их в торговом зале. Правильно выкладывает товары на торговом оборудовании	
ПК.4.3. Обслуживать покупателей, консультировать их о пищевой ценности товаров, вкусовых особенностей и свойствах отдельных продовольственных товаров,	Демонстрирует навыки обслуживания покупателей с учетом их индивидуальных особенностей. Правильно консультирует покупателей. демонстрирует технику продажи товаров. Соблюдает правила продажи товаров	
ПМ 1.6 Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.	Демонстрирует навыки выполнения торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.	

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

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
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;	выбор и применение способов решения профессиональных задач эффективный поиск необходимой информации; использование различных источников	<i>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы</i>

<p>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;</p> <p>ОК 4. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;</p> <p>ОК 5. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;</p> <p>ОК 9. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.</p>	<p>проявление интереса к выбранной специальности, предпринимательской деятельности, демонстрация личной финансовой грамотности</p> <p>взаимодействие с обучающимися, преподавателями в ходе обучения</p> <p>демонстрация коммуникативных способностей в профессиональной деятельности</p> <p>грамотность применения норм действующего законодательства, требований нормативных документов, стандартов, технических условий в организации торговой деятельности.</p>	
--	---	--