Изображение выглядит как текст, письмо, Шрифт, рукописный текст

Содержимое, созданное искусственным интеллектом, может быть неверным.**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
| ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 3 |
| СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ  УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 8  27 |
| КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 30 |

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ.**

Рабочая программа ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли Государственного автономного профессионального образовательного учреждения Свердловской области «Красноуфимский аграрный колледж» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования (далее - СПО), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 548 от 19 июля 2023 года. **38.02.08 «Торговое дело».** Нормативный срок освоения ОПОП при очной форме получения образования на базе основного общего образования 2 года 10 месяцев.

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

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

1.1.1 Перечень общих компетенций

|  |  |
| --- | --- |
| Код | Наименование общих компетенций |
| **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 |

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

|  |  |
| --- | --- |
| Код | Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций |
| **ВД 2**  **(н.4-5)** | Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли |
| **ПК 2.1.**  **(н.4-5)** | Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга |
| **ПК 2.2.**  **(н.4-5)** | Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации |
| **ПК 2.3.**  **(н.4-5)** | Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий |
| **ПК 2.4.**  **(н.4-5)** | Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках |
| **ПК 2.5.**  **(н.4-5)** | Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов |
| **ПК 2.6.**  **(н.4-5)** | Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов |
| **ПК 2.7.**  **(н.4-5)** | Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности |
| **ПК 2.8.**  **(н.4-5)** | Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы |

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

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

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

**Всего часов – 414**

в том числе в форме практической подготовки – **144** часов

Из них на освоение МДК – **270** часов

в том числе самостоятельная работа\_**6** часов

Практики, в том числе учебная **108** часов

Производственная – **36** часов

**Промежуточная аттестация**

**2. Структура и содержание профессионального модуля**

**2.1. Структура профессионального модуля**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Коды профессиональных общих компетенций | Наименования разделов профессионального модуля | Всего, час. | В т.ч. в форме практической. Подготовки | Объем профессионального модуля, ак. час. | | | | | | | |
| Обучение по МДК | | | | | Практики | | |
| Всего | В том числе | | | |
| Лабораторных. и практических. Занятий | Курсовых работ (проектов) | Самостоятельная работа | Промежуточная аттестация | Учебная | | Производственная |
| ***1*** | ***2*** | ***3*** | ***4*** | ***5*** | ***6*** | ***7*** | ***8*** | ***9*** | ***10*** | | ***11*** |
| ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5  ОК 01, ОК 02,  ОК 04, ОК 05,  ОК 09 | Раздел 1. Технология проведения маркетинговых исследований | **66** |  | **66** | 42 | Х | 2 | Х |  | | **24** |
| ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5  ОК 01, ОК 02,  ОК 03, ОК 04,  ОК 05, ОК 07,  ОК 09 | Раздел 2. Ценообразование в торговой деятельности. | **124** |  | **124** | 62 | 20 | 2 |  | | **12** |
| ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8,  ОК 01, ОК 02,  ОК 03, ОК 04,  ОК 05, ОК 07,  ОК 09 | Раздел 3. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы. | **80** |  | **80** | 26 | Х | 2 |  |  | |  |
|  | Раздел 4.Учебная практика | **108** | 108 | **108** |  |  |  |  | **36** | |  |
|  | Раздел 5.Производственная практика | **36** | 36 | **36** |  |  |  |  |  | | **36** |
|  | ***Всего:*** | ***414*** | ***144*** | ***414*** | ***130*** | ***20*** | ***6*** |  | | ***36*** | ***36*** |

**2.2. Тематический план и содержание**

**ПМ 0.2 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)** | **Содержание учебного материала,**  **лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся.** | **Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч** | Код ПК, ОК |
| **1** | **2** | **3** |  |
| **Раздел 1. МДК 02.01 Технология проведения маркетинговых исследований** | | **66** |  |
| **Тема 1.1.**  **Понятия и сущность маркетинговых исследований** | **Содержание** | **10** |  |
| **1.** Цели, задачи и функции маркетинговых исследований. Предмет, объект и основные направления маркетинговых исследований. Понятие и роль маркетинговых исследований в системе маркетинга.  Основные этапы становления и развития маркетинговых исследований. Разработка исследований, сбор данных, анализ данных, формирование основных выводов и интерпретация результатов. Специализированные программные продукты, применяемые в маркетинге. | *2* | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Основные понятия, цели и задачи проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга. Принципы маркетинговых исследований. | 2 |
| **3. Практическое занятие 1.** Построение дерева целей маркетинговых исследований. | *2* | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 |
| **4. Практическое занятие 2.** Постановка цели и определение задач маркетинговых исследований на предприятиях торговли. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач. | *2* |
| **5. Практическое занятие 3.** Решение ситуационных задач | *2* |
| **Тема 1.2.**  **Сущность и содержание маркетинговой информационной системы** | **Содержание** | **6** |  |
| **6.** Основные понятия и принципы маркетинговой информационной системы. | *2* | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **7.** Структура и основные этапы проведения маркетингового исследования. | *2* |
| **8. Практическое занятие 4.** Выявление проблемы и определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли (предприятие определяется по выбору студентов). | *2* |
| **Тема 1.3.**  **Типы маркетинговых исследований** | **Содержание** | **10** |  |
| **9.** Поисковые, описательные и пояснительные исследования. Качественные и количественные маркетинговые исследования. Постоянные и разовые исследования | *2* | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **10. Практическое занятие 5.** Определение типа маркетингового исследования по выявленным проблемам деятельности торговой организации**.** | *2* | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 |
| **11. Практическое занятие 6.** Сравнительная характеристика типов маркетингового исследования. Их преимущества и недостатки, области применения. | *2* |
| **12. Практическое занятие 7.** Решение ситуационных задач. Сбор вторичной информации. | *2* |
| **13. Практическое занятие 8.** Разработайте сценарий проведения маркетингового исследования методом фокус-групп. Раскройте достоинства и недостатки метода фокус-группы. | *2* |
| **Тема 1.4.**  **Технология проведения маркетинговых исследований внешней и внутренней среды** | **Содержание** | **12** |  |
| **14.** Методы маркетинговых исследований определения емкости целевого рынка: источники получения маркетинговой информации и способы анализа спроса, в том числе в Яндекс.Вордстат и Google Trends. Методы маркетинговых исследований определения рисков бизнеса, оценки внешней среды компании: PEST-анализ. SWOT – анализ – метод маркетингового исследования внешней и внутренней среды компании. | *2* | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **15.** Методы оценки конкурентной среды и конкурентоспособности товара | *2* |
| **16. Практическое занятие 9.** Определение емкости целевого рынка предприятия торговли с использованием программных продуктов (предприятие определяется по выбору обучающихся). | *2* | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 |
| **17. Практическое занятие 10.** Решение ситуационных задач методом PEST-анализа | *2* |
| **18. Практическое занятие 11.** Определение конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках (товар определяется по выбору обучающихся). | *2* |
| **19. Практическое занятие 12.** Решение ситуационных задач методом SWOT-анализа | *2* |
| **Тема 1.5.**  **Основные понятия и методы кабинетных маркетинговых исследований** | **Содержание** | **8** |  |
| **20.** Сущность кабинетных маркетинговых исследований и их характеристика.  Методы кабинетных маркетинговых исследований: традиционный (классический) анализ; контент-анализ документов; информативно-целевой анализ | *2* | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **21. Практическое занятие 13.** Определение рыночной доли присутствия торгового предприятия традиционным методом исследования (предприятие определяется по выбору обучающихся). | *2* | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 |
| **22. Практическое занятие 14.** Решение ситуационной задачи. Проведение кабинетных маркетингового исследования с помощью интернет-ресурсов | *2* |
| **23. Практическое занятие 15**. Оценка финансовых показателей деятельности торговой организации по данным финансовой отчетности, как источник информации для оценки внутренней среды торгового предприятия. | *2* |
| **Тема 1.6.**  **Основные понятия и методы полевых маркетинговых исследований** | **Содержание** | **6** |  |
| **24.** Наблюдение как важнейший метод сбора маркетинговой информации. Методы сбора первичной информации (анкетирование, экспертные оценки, телефонное интервью, групповое интервью (фокус-групп).  Панельные исследования. Экспериментальные (опытные) исследования. Проективные методы исследований. Проведение исследований методом Eye tracking (Ай Трекинг). | *2* | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **25. Практическое занятие 16.** Определениекруга вопросов. Выбор типа анкет. Составление анкет с целью проведения маркетингового исследования | *2* | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 |
| **26. Практическое занятие 17.** Сбор первичной информации для проведения маркетингового исследования с использованием программных продуктов | *2* |
| **Тема 1.7.**  **Система выборочных маркетинговых исследований** | **Содержание** | **4** |  |
| **27.** Основные понятия, используемых при проведении выборочных исследований. Виды выборки.  Основные этапы проектирования и определения объема выборки. | *2* | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **28. Практическое занятие 18.** Построение программы выборочного маркетингового исследования. Сбор информации для проведения выборочного исследования. | *2* | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 |
| **Тема 1.8.**  **Обработка результатов маркетинговых** | **Содержание** | **4** |  |
| **29.** Методы обработки данных маркетинговых исследований  Программные продукты, используемые при обработке данных результатов маркетинговых исследований | *2* | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **исследований** |
| **30. Практическое занятие 19.** Обработка результатов маркетинговых исследований с применением программных продуктов | *2* | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 |
| **Тема 1.9.**  **Оформление отчета маркетинговых исследований** | **Содержание** | **6** |  |
| **31.** Содержание и структура отчета маркетинговых исследований.  Оформление и методы презентации отчета с помощью цифровых технологий. | *2* | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **32. Практическое занятие 20.** Подготовка и презентация отчета по результатам маркетингового исследования. | *2* | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 |
| **33. Зачёт.** | *2* |  |
| **Всего часов**  **Аудиторных**  **В т.ч. практических**  **и самостоятельных** | | ***66***  ***64***  ***42***  ***2*** |  |
|  | |  |  |
| **Раздел 2.** **МДК 02.02. Ценообразование в торговой деятельности** | |  |  |
| **Тема 2.1.**  **Цена как экономическая категория** | **Содержание** | **6** |  |
| **1.** Понятие цены. Теоретические концепции цены. Виды и функции цен.  Конкурентные и монопольные цены. | *2* | ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.**  Особенности формирования цен на факторы производства Состав и структура цены. Формы и методы государственного регулирования. | 2 |
| **3. Практическое занятие № 1** Решение задач на определение цены с учетом ее структуры | *2* | ПК 2.3, ПК 2.5 |
| **Тема 2.2.**  **Методы ценообразования** | **Содержание** | **16** |  |
| **4.** Товарная и ценовая политика предприятия. Механизм установления цены. | *2* | ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **5.** Затратные методы ценообразования | 2 |
| **6.** Определение цены с ориентацией на спрос. Определение цены с ориентацией на конкуренцию | 2 |
| **7.** Особенности ценообразования на новые товары и научно-техническую продукцию | 2 |
| **8. Практическое занятие № 2** Решение задач на расчет цены изготовителя методом полных затрат | *2* | ПК 2.3, ПК 2.5 |
| **9. Практическое занятие № 3** Решение задач на расчет цены изготовителя методом стандартных полных затрат | *2* |
| **10. Практическое занятие № 4** Решение задач на расчет цены методом удельной цены | *2* |
| **11. Практическое занятие № 5** Решение задач на расчет цены агрегатным методом и методом регрессии | *2* |
| **Тема 2.3**  **Основные ценообразующие факторы, учитываемые при формировании цен торговых предприятий** | **Содержание** | **12** |  |
| **12.** Структура рынка. Конкурентная среда | *2* | ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **13.** Тип товара и эластичность спроса. Ценность товара и прочие факторы, влияющие на ценообразование | 2 |
| **14. Практическое занятие № 6** Решение задач на определение коэффициента эластичности спроса от цены. Расчет цены методом максимизации продаж с учетом эластичности спроса | *2* | ПК 2.3, ПК 2.5 |
| **15. Практическое занятие № 7** Решение задач на определение коэффициента эластичности спроса от цены. Расчет цены методом максимизации продаж с учетом эластичности спроса | *2* | ПК 2.3, ПК 2.5 |
| **16. Практическое занятие № 8** Решение задач на определение максимально допустимой цены на единицу продукции | *2* | ПК 2.3, ПК 2.5 |
| **17. Практическое занятие № 9** Решение задач на определение максимально допустимой цены на единицу продукции | *2* | ПК 2.3, ПК 2.5 |
| **Тема 2.4**  **Особенности ценообразования в сфере торговли, в том числе в электронной торговле** | **Содержание** | **6** |  |
| **18.** Экономическое содержание торговой услуги. Особенности ценообразования в сфере услуг. Классификация торговых услуг  Цены на отдельные виды услуг. | *2* | ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **19. Практическое занятие № 10** Решение задач на определение цены на отдельные виды торговых услуг: Расчет цен на товары в оптовой, закупочной, розничной, электронной торговле. | *2* | ПК 2.3, ПК 2.5 |
| **20. Практическое занятие № 11** Решение задач на определение цены на отдельные виды торговых услуг: Расчет цен на товары в оптовой, закупочной, розничной, электронной торговле. | *2* |
| **Тема 2.5.**  **Торговая надбавка и методы ее определения** | **Содержание** | **16** |  |
| **21.** Понятие, структура и регулирование торговой надбавки (структура торговых надбавок, издержки обращения). Затратное ценообразование | *2* | ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **22.** Рыночные методы ценообразования. Методы ценообразования с ориентацией на покупателя. Ценообразование с учетом конкуренции. Прочие методы ценообразования | 2 |
| **23. Практическое занятие № 12** Решение задач на расчет цены балловым методом | *2* | ПК 2.3, ПК 2.5 |
| **24. Практическое занятие № 13** Решение задач на расчет цены балловым методом | *2* | ПК 2.3, ПК 2.5 |
| **25. Практическое занятие № 14** Решение задач на расчет цены методом вмененной потребительской оценки | *2* | ПК 2.3, ПК 2.5 |
| **26. Практическое занятие № 15** Решение задач на расчет цены методом вмененной потребительской оценки | *2* | ПК 2.3, ПК 2.5 |
| **27. Практическое занятие № 16** Решение задач на расчет торговых надбавок | *2* | ПК 2.3, ПК 2.5 |
| **28. Практическое занятие № 17** Решение задач на расчет торговых надбавок | *2* | ПК 2.3, ПК 2.5 |
| **Тема 2.6.**  **Политика цен и стратегия ценообразования** | **Содержание** | **10** |  |
| **29.** Понятие политики цен. Принципы и методы формирования ценовой политики на предприятиях торговли. Психологические аспекты ценообразования и основы принятия ценовых решений | *2* | ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **30.** Основные ценовые стратегии предприятий торговли  Прочие элементы комплекса маркетинга и их влияние на цену | 2 |
| **31.** Оценка качества сервиса как основа формирования ценовой политики и стратегии торговых предприятий. Имидж торгового предприятия и репутация торгового персонала, их влияние на политику и стратегии ценообразования | 2 |
| **32. Практическое занятие № 18.** Решение задач на определение ценовой стратегии. | *2* | ПК 2.3, ПК 2.5 |
| **33. Практическое занятие № 19**. Решение задач на определение ценовой стратегии. | *2* |
| **Тема 2.7**  **Методы ценового стимулирования продаж** | **Содержание** | **12** |  |
| **34.** Понятие и цели ценового стимулирования продаж. Методы стимулирования продаж | *2* | ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **35.** Скидки и надбавки к цене. Причины и условия изменения текущих цен. Оценка ценовых решений в торговле | 2 |
| **36. Практическое занятие № 20** Решение задач на оценку целесообразности и эффективности ценовых мероприятий по стимулированию продаж. | *2* | ПК 2.3, ПК 2.5 |
| **37. Практическое занятие № 21** Решение задач на оценку целесообразности и эффективности ценовых мероприятий по стимулированию продаж | *2* |
| **38. Практическое занятие № 22** Решение задач на определение скидок от цены продаж и покупок. Предложения скидок при разработке программы лояльности для постоянных покупателей | *2* |
| **39. Практическое занятие № 23** Решение задач на определение скидок от цены продаж и покупок. Предложения скидок при разработке программы лояльности для постоянных покупателей | *2* |
| **Тема 2.8**  **Ценообразование во внешнеэкономической деятельности** | **Содержание** | **8** |  |
| **40.** Внешнеторговые операции и ценообразование. Экспортно-импортные цены. Таможенные пошлины и тарифы. Порядок исчисления таможенных пошлин | *2* | ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **41. Практическое занятие № 24** Решение задач на определение базисной экспортной цены. Расчет импортных внешнеторговых цен | *2* | ПК 2.3, ПК 2.5 |
| **42. Практическое занятие № 25** Решение задач на определение базисной экспортной цены. Расчет импортных внешнеторговых цен | *2* |
| **43. Практическое занятие № 26** Расчет эффективности сделки на основе экспортно-импортных цен | *2* |
| **Тема 2.9.**  **Налоги и ценообразование** | **Содержание** | **8** |  |
| **44.** Налоги в составе цены. Акцизы. Налог на добавленные стоимость. Налоговый контроль за ценообразованием. | *2* | ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **45. Практическое занятие № 27** Расчет суммы акциза. | *2* | ПК 2.3, ПК 2.5 |
| **46. Практическое занятие № 28** Расчет на определение ставки и суммы налога на добавленную стоимость. Расчет цены с НДС по разным ставкам. | *2* |
| **47. Практическое занятие № 29**. Расчет суммы НДС к возмещению/вычету из цены поставки товара. | *2* |
| **Тема 2.10**  **Государственная политика и ценообразование** | **Содержание** | **10** |  |
| **48.** Государственная ценовая политика и регулирование цен | *2* | ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **49.** Государственный контроль ценообразования и применения цен | 2 |
| **50.** Единая тарифная политика базовых отраслей Российской Федерации | 2 |
| **51. Практическое занятие** **№ 30** Решение задач на определение уровня регулирования оптовой и розничной цены | *2* | ПК 2.3, ПК 2.5 |
| **52. Практическое занятие** **№ 31**Решение задач на определение уровня регулирования оптовой и розничной цены | *2* |
| Тема 2.11  Курсовая работа | **Содержание** | ***20*** |  |
| **53.** Выбор темы курсовой работы, формулировка актуальности исследования, определение цели, постановка задач. | *2* | ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 05, ОК 09  ПК 2.3, ПК 2.5 |
| **54.** Подбор источников и литературы, проверка актуальности предлагаемой в них информации, составление библиографического списка и плана курсовой работы. | *2* |
| **55.**Теоретический анализ источников и литературы, определение понятийного аппарата. Систематизация собранного фактического и цифрового материала путем сведения его в таблицы, диаграммы, графики и схемы. | *2* |
| **56.** Написание введения курсовой работы. Формулировка актуальности, цели, задач, объекта, предмета, методов предстоящего исследования | *2* |
| **57.** Обобщение теоретических аспектов по проблеме исследования в главе первой курсовой работы | *2* |
| **58.** Оформление результатов практических исследований в главе второй курсовой работы | *2* |
| **59.** Подбор и оформление приложений по теме курсовой работы. | *2* |
| **60.** Составление заключения курсовой работы, содержащее выводы и предложения по результатам проведенных исследований | *2* |
| **61.** Требования к содержанию и подготовка презентации курсовой работы | *2* |
| **62.** Дифзачёт. Защита курсовой работы. | *2* |  |
| **Всего часов**  **Аудиторных**  **В т.ч. практических**  **курсовых**  **и самостоятельных** | | ***124***  ***122***  ***62***  ***20***  ***2*** |  |
| **Раздел 3. МДК 02.03. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы** | |  |  |
| **Тема 3.1.**  **Предпринимательская идея и ее выбор** | **Содержание** | **8** |  |
| **1.** Понятие и содержание предпринимательства. Деловые интересы в предпринимательстве. Предпринимательская идея и ее выбор Источники формирования предпринимательских идей. Методы выработки предпринимательских идей. | 2 | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Процесс генерации предпринимательской идеи. Общая схема предпринимательских действий. Основные типы ключевых факторов успеха. | 2 |
| **3.** Основные стадии жизненного цикла товара: генерирование деловой идеи, экспертная оценка идей, сбор и анализ рыночной информации, экспертная оценка информации, полученной в процессе осмысления идеи, принятие предпринимательского решения | 2 |
| **4. Практическое занятие 1:** Разработка товарной модификации, ввод товара. | *2* |
| **Тема 3.2.**  **Технология, основные принципы и структура управления бизнесом** | **Содержание** | **8** |  |
| **5.** Технология управления бизнесом. Основные понятия, категории и объекты управления бизнесом. Принципы управления. Система управления: субъект, объект, прямые и обратные связи. Понятие предпринимательской единицы. | *2* | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **6.** Понятие организационной структуры управления предпринимательской единицей. Факторы, определяющие выбор типа организационных структур управления. | 2 |
| **7.** Информационные и технические средства управления бизнесом. Показатели оценки эффективности управления бизнесом. | 2 |
| **8. Практическое занятие 2:** Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы | *2* | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8 |
| **Тема 3.3.**  **Бизнес-план и его роль в современном предпринимательстве** | **Содержание** | **8** |  |
| **9.** Бизнес-планирование как элемент экономической политики организации. Основные цели составления бизнес-плана. Финансовые цели бизнес-планирования. | *2* | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **10.** Классификация основных типов бизнес-планов. Основные цели составления внутренних бизнес-планов. |  |
| **11. Практическое занятие 3.** Составление визитки команды. Влияние визитки команды, имиджа и деловой репутации разработчиков бизнес-плана на принятие решения инвестора. | *2* | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8 |
| **12. Практическое занятие 4.** Определение мисси, цели, задачи бизнеса. Определение формы ведения предпринимательской деятельности. | *2* |
| **13. Практическое занятие 5.** Определение типов бизнес-плана | *2* |
| **Тема 3.4.**  **Структура и функции бизнес-плана** | **Содержание** | **8** |  |
| **14.** Основные функции бизнес-плана. Основные правила и схема построения процесса разработки бизнес-плана. | *2* |  |
| **15.** Технология разработки и структура бизнес-плана | *2* |  |
| **16. Практическое занятие 6.** Формирование и описание бизнес-идеи | 2 |  |
| **17. Практическое занятие 7.** Первоначальная подготовка резюме бизнес-плана. Инвестиционное предложение. | 2 |  |
| **Тема 3.5.**  **Основные источники финансирования предпринимательской единицы.** | **Содержание** | **8** |  |
| **18.** Государственное регулирование инвестиционной деятельности. Источники финансирования и анализ инвестиций в структуре бизнес-плана. Основные источники финансирования предпринимательской единицы: банковские и коммерческие кредиты, лизинг, франчайзинг. Венчурное финансирование. Бизнес-ангелы. | 2 | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **19.** Система налогов и сборов Российской Федерации. Виды систем налогообложения в России. | 2 |
| **20.** Налоговое планирование как источник финансирования предпринимательской единицы. |  |
| **21. Практическое занятие 8.** Расчет размеров выплат по процентным ставкам кредитования, лизинговым операциям, договорам франчайзинга. | *2* | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8 |
| **22. Практическое занятие 9.** Выбор системы налогообложения для ведения бизнеса. | *2* |
| **Тема 3.6.**  **Анализ и оценка рисков** | **Содержание** | **8** |  |
| **23.** Виды предпринимательских рисков. Экспертный анализ рисков. Количественный анализ риска. Методика оценки предпринимательских рисков. | *2* | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **24.** Модель Остервальдера и Пинье. | *2* |
| **25.** Страхование рисков и иные способы минимизации рисков. | *2* |
| **26. Практическое занятие 10.** Применение Pest – анализа с целью определения предпринимательских рисков. Выбор форм страхования предпринимательских рисков. | *2* | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8 |
| **Тема 3.7.**  **Технология разработки разделов бизнес-плана предпринимательской единицы** | **Содержание** | ***22*** |  |
| **27.** Общая характеристика бизнеса, описание предпринимательской единицы. Описание модели Остервальдера для разработки бизнес-моделей. | *2* | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **28.** Краткая характеристика проекта. Описание бизнес-идеи. Матрица Ансоффа и стратегии роста бизнеса. | *2* |
| **29.** Факторы инвестиционной привлекательности бизнес-проекта. | *2* |
| **30.** План маркетинга. Применение метода 5W Шеррингтона для сегментации рынка. | *2* |
| **31.** Сегменты рынка B2B, B2C, B2G, C2C, их характеристика и отличия. Характеристика рынков сбыта. |  |
| **32.** Производственный и организационный план. | *2* |
| **33.** Финансовый план. | *2* |
| **34.** Резюме бизнес-плана. | *2* |
| **35. Практическое занятие 11.** Описание предпринимательской единицы/компании/бизнеса. | *2* | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8 |
| **36. Практическое занятие 12.** Разработка логотипа фирмы и составление слогана с применением специализированных цифровых инструментов. | *2* |
| **37. Практическое занятие 13.** Оценка целевого рынка. Применение метода 5W Шеррингтона для определения целевой аудитории. | *2* |
|  | **38. Экзамен по модулю** | ***6*** |  |
| **Всего часов**  **Аудиторных**  **В т.ч. практических**  **и самостоятельных**  **экзамен** | | ***80***  ***72***  ***26***  ***2***  ***6*** |  |

**Тематика курсовых проектов (работ)** **раздела 2**

1. Инфляция: понятие, виды, методы измерения и анализа и ее влияние на цену
2. Отраслевые особенности ценообразования
3. Прибыль предприятия как составная часть цены
4. Ценообразующие факторы , понятие и влияние на цену
5. Понятие ценовой политики. Принципы ценообразования
6. Понятие ценовой стратегии и ее виды
7. Акциз как составляющая цены. Порядок исчисления
8. Конкуренция и ее влияние на цену
9. Ценообразование в торговле
10. Себестоимость продукции как составная часть цены. Ее виды и статьи затрат.
11. Прямые и косвенные методы государственного регулирования цен.
12. Ценообразование на рынке строительных услуг.
13. Мировая цена, ее определение и виды. Цены международных контрактов.
14. Ценообразование в общественном питании.
15. Затратные и эконометрические методы ценообразования.
16. Закон спроса и предложения и его влияние на цену.
17. Налог на добавленную стоимость как составляющая часть цены.
18. Порядок формирования цен на импортные товары.
19. Особенности формирования цен на автотранспортные услуги.
20. Таможенные пошлины. Виды, порядок исчисления и взимания.
21. Таможенная стоимость и ее исчисление в практике ценообразования.
22. Методы ценового стимулирования продаж
23. Трансфертное ценообразование и контролируемые сделки
24. Ценообразование по внешнеторговым сделкам

**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет 302

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

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

3.2.1. Основные печатные и электронные издания

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

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

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

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

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

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

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

Маховикова, Г. А.  Цены и ценообразование в коммерции: учебник для среднего профессионального образования / Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 231 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03696-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477854>

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

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

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

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

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

3.2.2. Дополнительные источники

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

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

Новая Цифровая платформа поддержки бизнеса: <https://www.smbn.ru/>

Фонд поддержки малого предпринимательства: <https://biznesprost.com/interesno/fond-podderzhki-malogo-predprinimatelstva.html>

10 лучших бизнес-инкубаторов России: <https://viafuture.ru/privlechenie-investitsij/biznes-inkubatory-v-rossii>

**4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля | Критерии оценки | Методы 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.  Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.  Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.  Экспертная оценка контрольных / проверочных работ.  Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.  Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно- практических конференциях.  Экспертная оценка создания и представления презентаций.  Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.  Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.  Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.  Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:  – на практических занятиях;  – при выполнении работ на различных этапах учебной практики;  – при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества. |
| ПК. 2.2. Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации | Устанавливает конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках  Рассчитывает показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов  Разрабатывает предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации  Использует программные продукты в системе продвижения товаров (услуг) организации |
| ПК 2.3. Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий | Проводит сбор, мониторинг и систематизирует ценовые показатели товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий |
| ПК. 2.4. Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках | Обосновывает конкурентные преимущества товара на внешнем и внутренних рынках |
| ПК 2.5. Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов | Соблюдает правила и принципы разработки бизнес-плана (полнота и точность составления разделов бизнес-плана)  Использует информационные технологий в процессе составления бизнес-плана  Использует информацию специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана. |
| ПК 2.6. Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов | Рассчитывает и обосновывает результаты анализа финансовых результатов деятельности организации  Применяет различные платформы в системе продвижения товаров (услуг) организации |
| ПК. 2.7. Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности | Обосновывает разработанные мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности |
| ПК. 2.8. Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы | Составляет план сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы  Выявляет проблемы и риски предпринимательской деятельности |
| ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам | Распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;  Выделяет составные части и определяет этапы решения задачи;  Выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы;  Составляет план действия и определяет необходимые ресурсы;  Демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;  Реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника). |
| ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности | 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 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях | определяет актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;  применяет современную научную профессиональную терминологию;  определяет и выстраивает траектории профессионального развития и самообразования |
| ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде | эффективно взаимодействует с преподавателями, обучающимися в ходе профессиональной деятельности. |
| ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста | грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявляя толерантность в рабочем коллективе |
| ОК 07 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях | выполняет работы с соблюдением принципов бережливого производства и ресурсосбережения |
| ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках | понимает общий смысл четко произнесенных высказываний и текстов на профессиональные темы;  участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;  строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;  пишет простые связные сообщения на интересующие профессиональные темы. |