

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Невмержицкая Ирина Николаевна
Должность: Директор
Дата подписания: 27.02.2024 11:17:08
Уникальный программный ключ:
4dbf2010db86aa201f644061057123ff1e

*Приложение 3.19 к ОПОП по специальности
38.02.08 Торговое дело*

**Автономная некоммерческая профессиональная образовательная
организация «Котельниковский колледж бизнеса»
в Волгоградской области**

**(АНПОО «Котельниковский колледж бизнеса» в Волгоградской
области)**

СОГЛАСОВАНО
Педагогический Совет
Протокол № 2
01.11.2023 г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНПОО
«Котельниковский колледж бизнеса»
в Волгоградской области
/ Невмержицкая И.Н./
01.11.2023г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Специальность: 38.02.08 Торговое дело

сроки освоения программы –

По очной форме обучения:

на базе основного общего образования 2 года 10 месяцев;

на базе среднего общего образования 1 год 10 месяцев

Котельниково, 2023

Рабочая программа профессионального модуля разработана с учетом требований Федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС) среднего профессионального образования (СПО) по специальности 38.02.08 Торговое дело. Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 19.07.2023 № 548.

Организация АНПОО «Котельниковский колледж бизнеса»
разработчик: в Волгоградской области

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли рассмотрена и одобрена на заседании предметной (цикловой) комиссии по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Протокол № 02 от «01» ноября 2023 г.

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02. ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее рабочая программа) является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело.

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	Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли (по выбору)
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

1.1.3. 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;

<p>средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики;</p>
<p>порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;</p>
<p>виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;</p>
<p>методы оценки конкурентной среды;</p>
<p>нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;</p>
<p>роль и значение бизнес-плана;</p>
<p>основные функции бизнес-плана;</p>
<p>классификацию основных типов бизнес-планов;</p>
<p>методологию и процессы развития бизнес-идеи;</p>
<p>порядок разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью;</p>
<p>принципы и методы управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий;</p>
<p>методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений;</p>
<p>методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов;</p>
<p>методы, способы и приемы для решения задач по анализу;</p>
<p>типы факторных моделей;</p>
<p>схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа;</p>
<p>методику анализа эффективности использования производственных ресурсов</p>
<p>методические материалы по планированию, учету и анализу деятельности организации;</p>
<p>спектр специализированных программных продуктов;</p>
<p>интерфейс автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации;</p>
<p>инновационные средства и устройства информатизации, программное обеспечение в предпринимательской деятельности и порядок их применения;</p>
<p>риски: понятия и видов;</p>
<p>методы оценки риска, связанных с бизнесом;</p>
<p>меры снижения риска, связанных с бизнесом;</p>
<p>методы оценки выполнимости бизнес-идеи;</p>
<p>основные способы анализа и оценки рисков;</p>
<p>состав моделей оценки риска;</p>

1.2. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего 467 часов (без учета практик);

максимальной учебной нагрузки обучающегося 467 часов, включая:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося **по очной форме обучения 268 часов;**

- лекций – **138 часов;**

- практических занятий – **124 часа;**

- консультаций **6 часов;**

- Экзамены – **36 часов**

- самостоятельной работы обучающегося **163 часа;**

учебной практики 36 часов

производственной практики – 72 часа

2. СОДЕРЖАНИЕ ОБУЧЕНИЯ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ (ПМ).

2.1. Тематический план профессионального модуля по очной форме

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)							Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося					Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	практические занятия, часов	Лекции, часов	консультации	Экзамены	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа часов		
ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09	МДК 02.01. Технология проведения маркетинговых исследований	155	86	38	46	2	12	57			
	МДК 02.02. Ценообразование в торговой деятельности	157	96	48	46	2	12	49			
	МДК 02.03. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы.	155	86	38	46	2	12	57			
	Всего:	467	268	124	138	6	36	163			
	Учебная практика	36							36		

	Производственная практика (по профилю специальности), часов	72									72
	Всего:	575	268	118	138	6	36	163		36	72

2.2. Содержание обучения по профессиональному модулю

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов лекции/ практ	ОК, ПК
ПМ. 02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли		575	
МДК.02.01 Технология проведения маркетинговых исследований		155	
Тема 1.1. Понятия и сущность маркетинговых исследований	Содержание (лекции/практические)	9/5	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	1. Цели, задачи и функции маркетинговых исследований. Предмет, объект и основные направления маркетинговых исследований. Понятие и роль маркетинговых исследований в системе маркетинга.	3	
	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	
	3. Основные понятия, цели и задачи проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга. Принципы маркетинговых исследований.	3	
	Практических занятий и лабораторных работ	5	
	Практическое занятие 1. Построение дерева целей маркетинговых исследований.	2	
	Практическое занятие 2. Постановка цели и определение задач маркетинговых исследований на предприятиях торговли. Составление	3	

	программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач.			
Тема 1.2. Сущность и содержание маркетинговой информационной системы	Содержание	4/3	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09	
	1. Основные понятия и принципы маркетинговой информационной системы.	2		
	2. Структура и основные этапы проведения маркетингового исследования.	2		
	Практических занятий и лабораторных работ	3		
	Практическое занятие 3. Выявление проблемы и определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли (предприятие определяется по выбору студентов).	3		ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5
Тема 1.3. Типы маркетинговых исследований	Содержание	3/9	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09	
	1. Поисковые, описательные и пояснительные исследования. Качественные и количественные маркетинговые исследования. Постоянные и разовые исследования	3		
	Практических занятий и лабораторных работ	9		
	Практическое занятие 4. Определение типа маркетингового исследования по выявленным проблемам деятельности торговой организации.	3		ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5
	Практическое занятие 5. Сравнительная характеристика типов маркетингового исследования. Их преимущества и недостатки, области применения.	3		
	Практическое занятие 6. Разработайте сценарий проведения маркетингового исследования методом фокус-групп. Раскройте достоинства и недостатки метода фокус-группы.	3		
Тема 1.4. Технология проведения маркетинговых	Содержание	6/6	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05,	
	1. Методы маркетинговых исследований определения емкости целевого рынка: источники получения маркетинговой информации и способы анализа спроса, в том числе в Яндекс.Вордстат и Google	4		

исследований внешней и внутренней среды	Trends. Методы маркетинговых исследований определения рисков бизнеса, оценки внешней среды компании: PEST-анализ. SWOT – анализ – метод маркетингового исследования внешней и внутренней среды компании.		ОК 09
	2. Методы оценки конкурентной среды и конкурентоспособности товара	2	
	Практических занятий и лабораторных работ	6	
	Практическое занятие 7. Определение емкости целевого рынка предприятия торговли (предприятие определяется по выбору обучающихся).	3	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5
	Практическое занятие 8. Определение конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках (товар определяется по выбору обучающихся).	3	
Тема 1.5. Основные понятия и методы кабинетных маркетинговых исследований	Содержание	5/6	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	1. Сущность кабинетных маркетинговых исследований и их характеристика.	2	
	2. Методы кабинетных маркетинговых исследований: традиционный (классический) анализ; контент-анализ документов; информативно-целевой анализ	3	
	Практических занятий и лабораторных работ	6	
	Практическое занятие 9. Определение рыночной доли присутствия торгового предприятия традиционным методом исследования (предприятие определяется по выбору обучающихся).	3	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5
	Практическое занятие 10. Оценка финансовых показателей деятельности торговой организации по данным финансовой отчетности, как источник информации для оценки внутренней среды торгового предприятия.	3	
Тема 1.6. Основные понятия и	Содержание	7/3	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5,
	1. Наблюдение как важнейший метод сбора маркетинговой	4	

методы полевых маркетинговых исследований	информации. Методы сбора первичной информации (анкетирование, экспертные оценки, телефонное интервью, групповое интервью (фокус-групп)).		ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	2. Панельные исследования. Экспериментальные (опытные) исследования. Проективные методы исследований. Проведение исследований методом Eye tracking (Ай Трекинг).	3	
	Практических занятий и лабораторных работ	3	
	Практическое занятие 11. Проведите сбор первичной информации для проведения маркетингового исследования с помощью интернет-ресурсов	3	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5
Тема 1.7. Система выборочных маркетинговых исследований	Содержание	4/3	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	1. Основные понятия, используемых при проведении выборочных исследований. Виды выборки	2	
	2. Основные этапы проектирования и определения объема выборки.	2	
	Практических занятий и лабораторных работ	3	
	Практическое занятие 12. Построение программы выборочного маркетингового исследования. Сбор информации и обобщение результатов выборочного исследования	3	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5
Тема 1.8. Обработка результатов маркетинговых исследований	Содержание	5/0	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	1. Методы обработки данных маркетинговых исследований	2	
	2. Программные продукты, используемые при обработке данных результатов маркетинговых исследований	3	
Тема 1.9. Оформление отчета маркетинговых исследований	Содержание	3/3	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	1. Содержание и структура отчета маркетинговых исследований.	3	
	2. Оформление и методы презентации отчета с помощью цифровых технологий.		
	Практических занятий и лабораторных работ	3	

	Практическое занятие 13. Презентация отчета результатов маркетингового исследования.	3	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5
	Консультации	2	
	Экзамен	12	
	Самостоятельная работа по МДК.02.01	57	
	Итого по МДК.02.01	155	
	МДК 02.02. Ценообразование в торговой деятельности	157	
Тема 2.1.	Содержание	5/4	ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
Цена как маркетинговый инструмент хозяйствования.	1. Цели ценообразования: цели в отношении прибыли; выживание предприятия как цель ценообразования. Цели ценообразования в условиях конкуренции. Поддержание высокого имидж предприятия как цель ценообразования.	3	
	2. Ценовая эластичность. Ценовая конкуренция.	2	
	Практических занятий и лабораторных работ	4	
	Практическое занятие 1. Ценовая тактика или корректировка цен для достижения генеральных целей бизнеса	4	
Тема 2.2.	Содержание	7/8	ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
Антимонопольная политика и государственное регулирование цен на товары.	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.	3	
	2. Взаимосвязь ценообразования и системы налогообложения.	2	
	3. Формирование цен на товары, приобретаемые через систему Госзаказа.	2	

	Практических занятий и лабораторных работ	8	
	Практическое занятие 2. Расчёт фактической цены товара и ее влияние на заготовительный оборот изменений фактического объёма закупок и среднего уровня закупочных цен.	4	ПК 2.3, ПК 2.5
	Практическое занятие 3. Определение максимальных закупочных цен в системе госзакупок.	4	
Тема 2.3.	Содержание	5/4	ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
Ценовая политика торговой организации	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.	3	
	2. Принципы рыночного ценообразования. Влияние инфляции на уровень цен.	2	
	Практических занятий и лабораторных работ	4	
	Практическое занятие 4. Кейс 1. Построение алгоритма разработки ценовой политики торговой организации в зависимости от генеральных целей бизнеса. Кейс 2. Анализ цен и товаров конкурентов. Кейс 3. Сравнительный анализ ценовой политики по различным предприятиям региона и страны.	4	ПК 2.3, ПК 2.5
Тема 2.4.	Содержание	10/12	ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
Основные методы ценообразования в	1. Анализ ценообразующих факторов и их влияние на выбор метода ценообразования. Торговая наценка как основной инструмент формирования цен. Наценки оптовой, розничной и электронной	2	

торговой организации	торговли.		
	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)	3	
	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	3	
	4. Система скидок к цене как метод ценообразования. Его роль и современные подходы к разработке программ лояльности торговой организации	2	
	Практических занятий и лабораторных работ	12	
	Практическое занятие 5. Практика использования метода полных затрат, практика использования предельных затрат.	2	ПК 2.3, ПК 2.5
	Практическое занятие 6. Кейс 1. Расчет цен на товары в оптовой, закупочной, розничной, электронной торговле. Кейс 2 Заполните недостающие элементы в структурно-логической схеме розничной цены товара, поясните на примере конкретного товара классификацию цен в зависимости от стадии товародвижения.	6	

	<p>Кейс 3. Предложения скидок при разработке программы лояльности для постоянных покупателей.</p> <p>Практическое занятие 7. Практика поправок на базисные условия поставок, на комиссионное вознаграждение посредника, на платеж наличными, на количество, на инфляцию, на уторговывание, на технико-экономические параметры. Учет в конкурентной цене коммерческих поправок и введение поправки на комплектацию</p>	4	
<p>Тема 2.5.</p> <p>Формирование цен в розничной и электронной торговле</p>	<p>Содержание</p>	2/8	ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	<p>1. Формы интеграции в торговле. Методы и формы поддержания розничных цен. Особенности ценообразования при ведении электронной торговли.</p>	2	
	<p>Практических занятий и лабораторных работ</p>	8	
	<p>Практическое занятие 8. Анализ и оценка индивидуальных и коллективных соглашений о поддержании розничных цен</p>	4	ПК 2.3, ПК 2.5
	<p>Практическое занятие 9. Формирование цен с помощью торговые скидок. Практика применения системы скидок на конкретном торговом предприятии. Практический опыт крупнейших электронных торговых площадок.</p>	4	
<p>Тема 2.6.</p> <p>Стратегии ценообразования</p>	<p>Содержание</p>	5/4	ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	<p>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.</p>	3	

		2. Стратегии ценообразования для новых товаров. Стратегия «снятие сливок». Стратегия проникновения на рынок.	2	
		Практических занятий и лабораторных работ	4	
		Практическое занятие 10. Анализ и оценка стратегий ценовой и неценовой конкуренции по материалам реального сектора экономики.	4	ПК 2.3, ПК 2.5
Тема 2.7. Ценообразование во внешней торговле		Содержание	5/4	ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
		1. Тип внешнеэкономической торговой политики. Цены мирового рынка: понятие, критерии определения. Влияние мировых цен на внутренний рынок и уровень цен отечественных производителей.	3	
		2. Понятие контрактной цены, методы ее определения и способы фиксации.	2	
		Практических занятий и лабораторных работ	4	
		Практическое занятие 11. Методика и практика применения расчета цен внешнеторговых контрактов	4	
Тема 2.8. Таможенные пошлины и их роль в ценообразовании		Содержание	7/4	ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
		1. Роль торговых пошлин во внешнеторговом ценообразовании. Определение таможенной стоимости ввозимых товаров. Определение таможенной стоимости вывозимых товаров. Формирование цен на экспортируемую и импортируемую продукцию.	3	
		2. Таможенные платежи. Таможенная процедура. Таможенная оценка	2	
		3. Виды таможенных пошлин. Антидемпинговые пошлины. Компенсационные пошлины	2	
		Практических занятий и лабораторных работ	4	

	Практическое занятие 12. Практика определения размера таможенных пошлин на экспортируемую и импортируемую продукцию, на импортные товары в розничной сети и в сети Интернет.	4	ПК 2.3, ПК 2.5
Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 2 Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной экономической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленных преподавателем), выполнение домашних заданий по темам: 1. самостоятельное изучение нормативной документации. 2. составление кроссвордов, ребусов, тестов по темам 3. решение задач по темам 4. заполнение документации 5. разработка схем-конспектов для закрепления материала и упорядочения информации 6. подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ к их защите.		49	
Консультации		2	
Экзамен		12	
Итого по МДК.02.02		157	
Учебная практика МДК.02.02. Виды работ 1. Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой организации, по данным которой проводится маркетинговое исследование. 2. Применение сквозных цифровых технологий при проведении работ по анализу ценовых показателей товаров (перечень товаров подбирает обучающийся по согласованию с руководителем учебной практики). 3. Анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации.		18	

<p>4. Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках.</p> <p>5. Выявление причин снижения спроса на отдельные виды товаров.</p> <p>6. Подготовка предложений по программе лояльности торговой организации с целью повышения объемов продаж торговой организации.</p> <p>7. Оформление результатов анализа ценовой политики и ценовой стратегии торгового предприятия.</p> <p>8. Представление презентации по итогам анализа ценообразования торгового предприятия.</p>			
МДК.02.03 Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы		155	
Тема 3.1. Технология, основные принципы и структура управления бизнесом	Содержание	6/0	ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	1. Технология управления бизнесом. Основные понятия, категории и объекты управления бизнесом. Принципы управления. Система управления: субъект, объект, прямые и обратные связи.	3	
	2. Факторы, определяющие выбор типа организационных структур управления. Информационные и технические средства управления бизнесом. Показатели оценки эффективности управления бизнесом.	3	
Тема 3.2. Бизнес-план и его роль в современном предпринимательстве	Содержание	5/6	ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	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.	3	
	2. Инвестиционный план как разновидность бизнес-плана. Характеристика, назначение, перспективы и область применения. Основные цели составления инвестиционных бизнес-планов.	2	
	Практических занятий и лабораторных работ	5	
	Практическое занятие 1. Составление визитки команды. Влияние визитки команды, имиджа и деловой репутации разработчиков	3	ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8

	бизнес-плана на принятие решения инвестора.		
	Практическое занятие 2. Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы	3	
Тема 3.3. Структура и функции бизнес-плана	Содержание	4/4	ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	1. Основные функции бизнес-плана. Основные правила и схема построения процесса разработки бизнес-плана. Технология разработки и структура бизнес-плана	2	
	2. Предпринимательская идея и её выбор. Источники формирования предпринимательских идей. Методы выработки предпринимательских идей.	2	
	Практических занятий и лабораторных работ	4	
	Практическое занятие 3. Формирование и описание бизнес-идеи	2	ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8
	Практическое занятие 4. Первоначальная подготовка резюме бизнес-плана. Инвестиционное предложение.	2	
Тема 3.4. Основные источники финансирования предпринимательской единицы.	Содержание	5/4	ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	1. Государственное регулирование инвестиционной деятельности. Источники финансирования и анализ инвестиций в структуре бизнес-плана. Основные источники финансирования предпринимательской единицы: банковские и коммерческие кредиты, лизинг, франчайзинг. Венчурное финансирование. Бизнес-ангелы.	3	
	2. Система налогов и сборов Российской Федерации. Виды систем налогообложения в России. Налоговое планирование как источник финансирования предпринимательской единицы.	2	
	Практических занятий и лабораторных работ	4	
	Практическое занятие 5. Расчет размеров выплат по процентным ставкам кредитования, лизинговым операциям, договорам франчайзинга.	2	ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8

	Практическое занятие 6. Выбор системы налогообложения для ведения бизнеса.	2	
Тема 3.5. Анализ и оценка рисков	Содержание	2/2	ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	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	
	Практических занятий и лабораторных работ	2	
	Практическое занятие 7. Возможные риски и формы страхования. Применение Pest – анализа с целью определения предпринимательских рисков	2	ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8
Тема 3.6 Технология разработки разделов бизнес-плана предпринимательской единицы	Содержание	14/9	ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	1. Общая характеристика бизнеса, описание предпринимательской единицы. Описание модели Остервальдера для разработки бизнес-моделей.	2	
	2. Краткая характеристика проекта. Описание бизнес-идеи. Матрица Ансоффа и стратегии роста бизнеса.	2	
	3. Факторы инвестиционной привлекательности бизнес-проекта.	2	
	4. План маркетинга. Применение метода 5W Шеррингтона для сегментации рынка. Сегменты рынка B2B, B2C, B2G, C2C, их характеристика и отличия. Характеристика рынков сбыта.	2	
	5. Производственный и организационный план.	2	
	6. Финансовый план.	2	
	7. Резюме бизнес-плана.	2	
	Практических занятий и лабораторных работ	9	
	Практическое занятие 8. Описание компании. Разработка логотипа фирмы и составление слогана.	2	ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8

	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.	3	
	Практическое занятие 10. Планирование рабочего процесса. Определение бизнес-процессов и составление схемы ведения предпринимательской деятельности.	2	
	Практическое занятие 11. Разработка организационной структуры управления компании. Структурные подразделения компании, их описание и функциональное назначение.	2	
Тема 3.7. Финансовое моделирование деятельности предпринимательской единицы	Содержание	2/6	ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	1. Финансовое планирование как раздел бизнес-плана. Основные этапы составления финансового плана компании. Методика расчета финансовых показателей.	2	
	Практических занятий и лабораторных работ	6	
	Практическое занятие 12. Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов. Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования.	2	ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8
	Практическое занятие 13. Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода. Расчеты цен и себестоимости.	2	
	Практическое занятие 14. Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении. Составление плана переменных расходов.	2	
	Практическое занятие 15. Расчет точки безубыточности.		
Тема 3.8 Методы оценки эффективности инвестиционного	Содержание	4/5	ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	1. Основные показатели оценки экономической эффективности инвестиционного проекта. Методы оценки инвестиционных проектов. Выбор ставки дисконтирования. Обоснование выбора ставки	2	

проекта	дисконтирования. Расчет простого периода окупаемости проекта (PaybackPeriod)		
	2. Основные показатели оценки социальной эффективности инвестиционного проекта	2	
	Практических занятий и лабораторных работ	5	
	Практическое занятие 16. Расчет экономической окупаемости инвестиционного проекта с учетом различных сценариев	2	ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8
	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)	3	
Тема 3.9 Современные программные продукты, используемые для презентации инвестиционного проекта	Содержание	4/2	ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	1. Специализированные программные продукты, используемые для составления бизнес-плана, разработки финансовой модели бизнеса и презентации инвестиционного проекта.	2	
	2. Основные правила оформления презентаций инвестиционного проекта	2	
	Практических занятий и лабораторных работ	2	
	Практическое занятие 18. Оформление и презентация бизнес-плана / инвестиционного проекта	2	ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8
Консультации		2	
Экзамен		12	
Самостоятельная работа по МДК.02.03		57	

	Итого по МДК.02.03	155
<p>Учебная практика Виды работ</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. • Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой организации, по данным которой проводится 	18	

<p>маркетинговое исследование.</p> <ul style="list-style-type: none">• Применение сквозных цифровых технологий при проведении работ по анализу ценовых показателей товаров (перечень товаров подбирает обучающийся по согласованию с руководителем учебной практики).• 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>Производственная практика</p> <p>Виды работ</p> <p>Сбор информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы.</p> <p>Проведение Pest анализа, применение метода Ансоффа-Пинье для описания бизнес-модели предпринимательской единицы</p> <p><i>Выполнение отдельных этапов разработки бизнес-плана:</i></p> <p>Составление визитки команды.</p> <p>Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы.</p> <p>Определение целевой аудитории по методу Шеррингтона.</p> <p>Построение модели Остервальдера.</p> <p>Определение бизнес-процессов и составление схемы оказания услуг.</p> <p><i>Разработка и заполнение финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением специализированных программных продуктов</i></p> <p>Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов.</p> <p>Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования .</p> <p>Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода.</p> <p>Расчеты цен и себестоимости.</p> <p>Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении</p> <p>Составление плана переменных расходов</p>	<p>72</p>	
--	------------------	--

<ul style="list-style-type: none"> .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) .3. Расчет внутренней нормы доходности проекта (InternalRateofReturn) .4.Расчет индекса прибыльности проекта (IndexofProfitability) .Расчеты других значимых показателей (ARR, MIRR, ROE, ROI, EBIT, EBITDA) .Разработка мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности. 		
ПМ.02.ЭК экзамен по модулю		
	Итого по ПМ.02	575

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Кабинеты «Междисциплинарные курсы и модули», оснащенный в соответствии с п. 4.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Лаборатория «Предпринимательства и интернет – маркетинга», оснащенная в соответствии с п. 4.1.2.3 примерной образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п 4.1.2.4 примерной образовательной программы по специальности.

Оснащение

- Рабочее место преподавателя – 1 шт.
- Посадочные места обучающихся – 36 шт.
- Доска магнитно-меловая – 1 шт.
- Телевизор bbk 55LEX-8264/UTS2C каб 2.4.Экран: 3840 x 2160, LED, 4K Ultra HD, 50 Гц; Тюнеры: DVB-T2, DVB-C, DVB-S2, особенности: SMART TV;; операционная система: Android 9.0– 1 шт.
- Ноутбук Huawei, операционная система Windows 11. процессор i5- 1135G7, с тактовой частотой 2,4 ГГц в режиме turbo количество ядер:4 количество потоков:4/размер оперативной памяти составляет 8 GB DDR4. Видеокарта Intel® - 1 шт.
- Рециркулятор - 1 шт,
- Комплект учебного наглядного материала по всем темам программы – 1 шт.
- Комплекты для индивидуальной и групповой работы по основным темам программы – 18 шт.
- Электронный комплект методических пособий по дисциплине – 1 шт.
- Комплект учебно-методической документации – 1 шт.

3.2. Информационное обеспечение

Основная литература:

1. Бизнес-планирование: учебник / под ред. Т.Г. Попадюк, В.Я.

Горфинкеля. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2021. — 296 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0617-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1247086> – Режим доступа: по подписке.

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

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

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

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

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

7. Липсиц, И. В. Цены и ценообразование: учебное пособие для

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

8. 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>

9. 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> – Режим доступа: по подписке.

10. 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> – Режим доступа: по подписке.

11. 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> – Режим доступа: по подписке.

12. 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>

13. 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> – Режим доступа: по подписке.

3.2.2. Дополнительные источники

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

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

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

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

5. 10 лучших бизнес-инкубаторов России: <https://viafuture.ru/privlechenie-investitsij/biznes-inkubatory-v-rossii>

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

Содержание среднего профессионального образования и условия организации обучения в АНПО «Котельниковский колледж бизнеса» в Волгоградской области студентов (слушателей) с ограниченными возможностями здоровья определяются адаптированной образовательной программой (при необходимости), а для инвалидов также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида.

Обучение по ППСЗ студентов (слушателей) с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в АНПО «Котельниковский колледж бизнеса» в Волгоградской области с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких лиц.

В АНПОО «Котельниковский колледж бизнеса» в Волгоградской области созданы специальные условия для получения среднего профессионального образования студентами (слушателями) с ограниченными возможностями здоровья.

Под специальными условиями для получения среднего профессионального студентов (слушателей) с ограниченными возможностями здоровья понимаются условия обучения, воспитания и развития таких лиц, включающие в себя использование специальных образовательных программ и методов обучения и воспитания, специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего студентам (слушателям) необходимую техническую помощь, проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий, обеспечение доступа в здания АНПОО «Котельниковский колледж бизнеса» в Волгоградской области и другие условия, без которых невозможно или затруднено освоение образовательных программ лицам с ограниченными возможностями здоровья.

В целях доступности получения среднего профессионального образования студентам (слушателям) с ограниченными возможностями здоровья АНПОО «Котельниковский колледж бизнеса» в Волгоградской области обеспечивает:

- для слушателей с ограниченными возможностями здоровья по слуху услуги сурдопереводчика и обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;
- для студентов (слушателей), имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата, материально-технические условия обеспечивают возможность беспрепятственного доступа в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения АНПОО «Котельниковский колледж бизнеса» в Волгоградской области, а также их пребывания в указанных помещениях

(наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов и других приспособлений).

Образование студентов (слушателей) с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими студентами (слушателями), так и в отдельных группах. Численность лиц с ограниченными возможностями здоровья в учебной группе устанавливается до 15 человек.

С учетом особых потребностей студентов (слушателей) с ограниченными возможностями здоровья в АНПОО «Котельниковский колледж бизнеса» в Волгоградской области обеспечивается предоставление учебных, лекционных материалов в электронном виде.

С учетом особых потребностей студентов (слушателей) с ограниченными возможностями здоровья в колледже предусмотрена возможность обучения по индивидуальному плану.

3.4. Общие требования к организации образовательного процесса

Профессиональный модуль входит в профессиональный цикл обязательной части ОПОП по специальности **38.02.08 Торговое дело**.

Практика является обязательным разделом ППССЗ и представляет собой вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку обучающихся.

При реализации программы **ПМ.02. Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли** предусматривается производственная практика.

Производственная практика проводится на базе организаций, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся. Производственную практику рекомендуется проводить концентрированно. Аттестация по итогам практики проводится с учётом (или на основании) результатов, подтверждённых документами соответствующих организаций. По результатам практики представляется отчёт, который

соответствующим образом защищается обучающимся.

При освоении профессионального модуля предусматривается использование в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий, электронных образовательных ресурсов, деловых игр, индивидуальных и групповых проектов, анализа производственных ситуаций, психологических и иных тренингов, групповых дискуссий в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций обучающихся.

Консультации для обучающихся предусматриваются в период изучения модуля в объёме, определённом учебным планом образовательного учреждения.

Завершается освоение междисциплинарного курса экзаменом или зачётом, освоение программы профессионального модуля - проведением экзамена по модулю.

3.5. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу и профессиональному модулю: высшее профессиональное образование, соответствующее профилю преподаваемого междисциплинарного курса и профессионального модуля. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимися профессионального цикла; мастера производственного обучения должны иметь 4-5-й квалификационный разряд с обязательной стажировкой в профильных организациях не реже одного раза в 3 года.

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

Образовательное учреждение, реализующее подготовку по программе профессионального модуля, обеспечивает организацию и проведение текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль производится преподавателем в процессе обучения.

Обучение по профессиональному модулю завершается экзаменом по модулю, который проводит экзаменационная комиссия.

Формы и методы текущего и итогового контроля по профессиональному модулю самостоятельно разрабатываются образовательным учреждением и доводятся до сведения обучающихся не позднее начала двух месяцев от начала обучения.

Для текущего и итогового контроля образовательным учреждением создаются фонды оценочных средств (ФОС).

ФОС включают в себя педагогические контрольно – измерительные материалы, предназначенные для определения соответствия (или несоответствия) индивидуальных образовательных достижений основным показателям результатов подготовки (таблицы).

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

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
--	-----------------	---------------

<p>ПК 2.1. Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Составляет план проведения маркетингового исследования – Устанавливает сроки и требования к проведению маркетингового исследования – Определяет маркетинговые инструменты, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования – Осуществляет поиск первичной и вторичной маркетинговой информации 	<p>Устный/письменный опрос. Тестирование. Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном. Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.</p>
<p>ПК. 2.2. Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Устанавливает конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках – Рассчитывает показатели эффективности 	<p>Экспертная оценка контрольных / проверочных работ. Экспертная оценка</p>
	<p>предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов</p> <ul style="list-style-type: none"> – Разрабатывает предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации – Использует программные продукты в системе продвижения товаров (услуг) организации 	<p>использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.</p>
<p>ПК 2.3. Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий</p>	<p><input type="checkbox"/> Проводит сбор, мониторинг и систематизирует ценовые показатели товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий</p>	<p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p>
<p>ПК. 2.4. Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках</p>	<p><input type="checkbox"/> Обосновывает конкурентные преимущества товара на внешнем и внутренних рынках</p>	<p>Экспертная оценка создания и представления</p>

<p>ПК 2.5. Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Соблюдает правила и принципы разработки бизнес-плана (полнота и точность составления разделов бизнес-плана) – Использует информационные технологии в процессе составления бизнес-плана – Использует информацию специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана. 	<p>презентаций.</p> <p>Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.</p>
<p>ПК 2.6. Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Рассчитывает и обосновывает результаты анализа финансовых результатов деятельности организации – Применяет различные платформы в системе продвижения товаров (услуг) организации 	<p>Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.</p>
<p>ПК. 2.7. Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Обосновывает разработанные мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности 	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности</p>
<p>ПК. 2.8. Собирать информацию о бизнес-</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Составляет план сбора информации о бизнес-проблемах и 	
<p>проблемах и определять риски предпринимательской единицы</p>	<ul style="list-style-type: none"> определение рисков предпринимательской единицы <input type="checkbox"/> Выявляет проблемы и риски предпринимательской деятельности 	<p>поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного</p>

<p>ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам</p>	<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>	<p>контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.</p> <p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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
<p>ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности</p>	<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; <p>применяет средства информационных технологий, использует современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</p>	<p>средствам профессионального сообщества.</p>
<p>ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной</p>	<ul style="list-style-type: none"> – определяет актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; – применяет современную научную профессиональную терминологию; 	
<p>сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях</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 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	<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.

