

РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ МОДУЛЕЙ

ОГЛАВЛЕНИЕ

«ПМ.01 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»
«ПМн.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ»
«ПМн.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА»
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

Рабочая программа профессионального модуля
«ПМ.01 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. Общая характеристика

- 1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы
- 1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

2. Структура и содержание профессионального модуля

- 2.1. Трудоемкость освоения модуля
- 2.2. Структура профессионального модуля
- 2.3. Содержание профессионального модуля
- 2.4. Курсовой проект (работа)

3. Условия реализации профессионального модуля

- 3.1. Материально-техническое обеспечение
- 3.2. Учебно-методическое обеспечение

4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

«ПМ.01 Организация и осуществление торговой деятельности»

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Цель модуля: освоение вида деятельности «Организация и осуществление торговой деятельности».

Профессиональный модуль включен в обязательную часть образовательной программы.

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

Результаты освоения профессионального модуля соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представленными в матрице компетенций выпускника (п. 4.3.3 ОПОП).

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Код ОК, ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ОК 01	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте, анализировать и выделять её составные части определять этапы решения задачи, составлять план действия, реализовывать составленный план, определять необходимые ресурсы выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить структура плана для решения задач, алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях основные источники информации и ресурсы для решения задач и/или проблем в профессиональном и/или социальном контексте методы работы в профессиональной и смежных сферах порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности	-
ОК 02	определять задачи для поиска информации, планировать процесс поиска, выбирать необходимые источники информации выделять наиболее значимое в перечне	номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности приемы структурирования информации	-

	<p>информации, структурировать получаемую информацию, оформлять результаты поиска</p> <p>оценивать практическую значимость результатов поиска</p> <p>применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач</p> <p>использовать современное программное обеспечение в профессиональной деятельности</p> <p>использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач</p>	<p>формат оформления результатов поиска информации</p> <p>современные средства и устройства информатизации, порядок их применения</p> <p>программное обеспечение в профессиональной деятельности, в том числе цифровые средства</p> <p>психологические основы деятельности коллектива</p>	
ОК 04	<p>организовывать работу коллектива и команды</p> <p>взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p>	<p>психологические особенности личности</p> <p>правила оформления документов</p>	-
ОК 05	<p>грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке</p> <p>проявлять толерантность в рабочем коллективе</p>	<p>правила построения устных сообщений</p> <p>особенности социального и культурного контекста</p>	-
ОК 09	<p>понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы</p> <p>участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы</p> <p>строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности</p> <p>кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)</p> <p>писать простые связные сообщения на знакомые</p>	<p>правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы</p> <p>основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика)</p> <p>лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности</p> <p>особенности произношения</p> <p>правила чтения текстов профессиональной направленности</p>	-

	или интересующие профессиональные темы		
ПК 1.1.	<p>пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внешних и внутренних рынках;</p> <p>проводить исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров;</p> <p>обобщать и систематизировать коммерческую информацию, формировать базы данных с информацией о ценах на товары, работы, услуги, требованиях внешних и внутренних рынков к товарной продукции, статистически ее обрабатывать в формате электронных таблиц и формулировать аналитические выводы;</p> <p>анализировать внешнюю конкурентную среду для выявления аналогичных или взаимозаменяемых товаров;</p> <p>создавать и вести информационную базу данных поставщиков и покупателей;</p> <p>составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию;</p> <p>обобщать полученную информацию, обрабатывать ее с применением программных продуктов;</p> <p>обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов.</p>	<p>методов и инструментов работы с базами данных внутренних и внешних рынков;</p> <p>требований к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота;</p> <p>стандартов и требований внешних рынков к товарной продукции.</p>	<p>поиска и систематизации открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции;</p> <p>проведение анализа и оценки объема спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках;</p> <p>обработки, формирования и хранения данных, информации, документов, в том числе полученных от поставщиков (подрядчиков, исполнителей);</p> <p>составления перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации;</p> <p>подготовки рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка;</p> <p>проведения анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков, мониторинга внутренних и внешних рынков;</p> <p>подготовки аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках.</p>
ПК 1.2.	<p>применять нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений;</p>	<p>правовых норм оформления и заключения договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;</p>	<p>оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;</p>

	<p>осуществлять выбор поставщиков; оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ; составлять документы, деловые письма, предложения, заказы на поставку товаров, осуществлять безналичные расчеты, в т. ч. с использованием современных технических средств; создавать и вести информационную базу поставщиков и покупателей с применением технологий больших данных; обобщать полученную информацию, статистически ее обрабатывать и формулировать аналитические выводы, архивировать полученную информацию и обеспечивать ее безопасность; работать в единой информационной системе.</p>	<p>структуры и содержания договора поставки, спецификации и сопроводительного письма критериев; поиска и методов отбора поставщиков; методов и инструментов работы с базами больших данных; требований к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота.</p>	<p>мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок; установления контактов с деловыми партнерами, заключения договоров, предъявления претензий; составления деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров, проведения безналичных расчетов.</p>
ПК 1.3.	<p>применять основные положения нормативно-правовых актов в сфере закупочной деятельности; составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию; обосновывать начальную (максимальную) цену закупки; описывать объект закупки; разрабатывать закупочную документацию; работать в единой информационной системе; взаимодействовать с закупочными комиссиями и технически обеспечивать деятельность закупочных комиссий; анализировать поступившие заявки, оценивать результаты и</p>	<p>законодательства Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров; особенностей составления закупочной документации; методов определения и обоснования начальных максимальных цен контракта.</p>	<p>формирования начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта; составления и оформления закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры; осуществления подготовки протоколов заседаний закупочных комиссий на основании решений,</p>

	<p>подводить итоги закупочной процедуры; формировать и согласовывать протоколы заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок; проверять необходимую документацию для заключения контрактов и осуществлять процедуру подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями).</p>		<p>принятых членами комиссии по осуществлению закупок; публичного размещения полученных результатов; осуществления проверки необходимой документации для заключения контрактов и процедуры подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями); публичного размещения отчетов, информации о неисполнении контракта, о санкциях, об изменении или о расторжении контракта, за исключением сведений, составляющих государственную тайну; организации осуществления оплаты поставленного товара, выполненной работы (ее результатов), оказанной услуги, а также отдельных этапов исполнения контракта, денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях, организации возврата денежных средств, внесенных в качестве обеспечения исполнения заявок или обеспечения исполнения контрактов.</p>
ПК 1.4.	<p>классифицировать товары на внутренних и внешних рынках; разрабатывать тексты рекламной информации о продукции организации на иностранном языке для последующего распространения на внешних рынках; осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; осуществлять взаимодействие с участниками внешнеторгового контракта;</p>	<p>основных технических характеристик, преимуществ и особенностей продукции организации, поставляемой на внешние рынки; нормативных правовых актов, регламентирующих внешнеэкономическую деятельность; международных правил толкования наиболее широко используемых торговых терминов в области внешней торговли; международных договоров в сфере стандартов и требований к продукции; стандартов и требований внешних рынков к</p>	<p>направления запросов, приглашений и информации потенциальным участникам внешнеторгового контракта; проведения предварительного анализа поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках; составления списка отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий);</p>

	<p>подготавливать коммерческие предложения, запросы; оформлять документацию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и международных актов.</p>	<p>товарной продукции; методов и инструментов работы с базами данных и источниками маркетинговой информации о внешних рынках внешних рынков; методов разработки рекламной информации для внешних рынков и инструментов продвижения товаров и услуг на внешних рынках; основных видов и методов международных маркетинговых коммуникаций; документооборота внешнеторговых сделок; условий внешнеторгового контракта; норм этики и делового общения с иностранными партнерами.</p>	<p>документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта; подготовки сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внешних рынках; формирования списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта; обработки, формирования, хранения информации и данных об участниках внешнеторгового контракта; формирования проекта внешнеторгового контракта; осуществления проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта; подготовки процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом.</p>
ПК 1.5.	<p>составлять и оформлять отчет, содержащий информацию о ходе исполнения контракта, о соблюдении промежуточных и окончательных сроков исполнения контракта, о ненадлежащем исполнении контракта (с указанием допущенных нарушений) или о неисполнении контракта и о санкциях, которые применены в связи с нарушением условий контракта или его неисполнением, об изменении или о расторжении контракта в ходе его исполнения, об изменении контракта или о расторжении контракта; осуществлять организацию оплаты/возврата денежных средств, организовывать</p>	<p>правил оформления документации по внешнеторговому контракту; порядка документооборота в организации; основ риск-менеджмента во внешнеэкономической деятельности.</p>	<p>подготовки документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта; сбора информации, документов по вопросам исполнения обязательств по внешнеторговому контракту; разработки плана-графика контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту; мониторинга отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту и организация претензионной работы;</p>

	<p>уплату денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях; обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов; осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота.</p>		<p>подготовка предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств по внешнеторговому контракту.</p>
ПК 1.6.	<p>осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ; осуществлять процесс управления доставкой товаров покупателю используя возможности интернет-вещей; проводить анализ перемещения покупателей по торговому залу по данным камер видео наблюдений с целью оптимизации торгового пространства; осуществлять контроль за количеством и сроками хранения продовольственных товаров с применением датчиков контроля (интернет-вещей); использовать технологии дополненной реальности для повышения объема продаж; применять цифровые вывески с использованием компьютерного зрения; применять технологии интернет-вещей в организации работы торговых площадок; управление полочным пространством магазина в облачной ABM SHELF; оформлять факт продажи товаров с применением</p>	<p>видов торговых структур; форм и видов торговли, составных элементов торговой деятельности: материально-технической базы торговли; инфраструктуры потребительского рынка; средств, методов, инноваций в отрасли; организации торгово-технологических процессов в офлайн и онлайн торговле; требований к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота; основных и дополнительных услуг оптовой и розничной; целей, задач, принципов, объектов, субъектов внутренней и внешней торговли; требований законодательства Российской Федерации нормативных правовых актов, регулирующих торговую деятельность; правил торговли; количественных и качественных показателей оценки эффективности торговой деятельности</p>	<p>выполнения торгово-технологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых помощников, чат-ботов для обработки запросов покупателей с максимальной скоростью; организации торговли, в том числе с использованием камер и алгоритмов распознавания лиц для осуществления расчетов с покупателями без применения контрольно-кассовой техники; приемки товаров по количеству и качеству; соблюдения правил охраны труда.</p>

	<p>цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС; применять электронный документооборот;</p> <p>осуществлять торгово-технологические процессы, в том числе, с использованием техники эффективных коммуникаций;</p> <p>применять основные ИИ-решения - системы распознавания естественного языка, интеллектуальные системы поддержки принятия решений, распознавания и синтез речи, интеллектуальный анализ текстовых документов, роботы, видео аналитика, чат-боты;</p> <p>оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ;</p> <p>осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота;</p> <p>пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внутренних внешних рынках.</p>		
--	--	--	--

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Трудоемкость освоения модуля

Наименование составных частей модуля	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	340	78
Курсовой проект (работа)	20	20
Самостоятельная работа	4	-
Практика, в т.ч.:	108	108

учебная	36	36
производственная	72	72
Промежуточная аттестация	32	32
Всего	376	206

2.2. Структура профессионального модуля

Код ОК, ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Обучение по МДК, в т.ч.:	Учебные занятия	Курсовой проект (работа)	Самостоятельная работа	Учебная практика	Производственная практика
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК.1.4 ПК. 1.5. ПК.1.6 ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09	Раздел 1. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках	80	18	80	78		2		
ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК.1.4 ПК. 1.5. ПК.1.6 ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09	Раздел 2. Организация и осуществление продаж	78	50	78	58	20			
ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК.1.4 ПК. 1.5. ПК.1.6 ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09	Раздел 3. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	78	30	78	76		2		
ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК.1.4 ПК. 1.5. ПК.1.6 ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09	Учебная практика	36	36					36	
ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК.1.4 ПК. 1.5. ПК.1.6 ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09	Производственная практика	72	72						72
	Промежуточная аттестация	32	32						
	Всего:	376	206	236	212	20		36	72

2.3. Содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практических и лабораторных занятия, курсовой проект (работа)
Раздел 1. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках (80 часа)	
МДК. 01.01. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынке	
Тема 1.1. Информационное обеспечение торгово-сбытовой деятельности	Содержание 1. Понятие, значение, классификация, источники информации и комплексный подход к формированию коммерческой информации о внутреннем и внешнем рынках. Понятие товарного рынка и этапы торгово-сбытовой деятельности на конкретном товарном рынке 2. Информационные ресурсы и рекламная деятельность в торговле. Информация о покупателях, мотивах покупок, требованиях к товару. Покупатели как субъекты отношений в системе потребительского рынка. Требования внешних и внутренних рынков к товарной продукции предприятия 3. Информация о спросе, товарном предложении и рыночной конъюнктуре: основные понятия, информация о тенденциях конъюнктуры товарного рынка и соотношении спроса и предложения, использование информации в практической деятельности для анализа и оценки конъюнктуры товарного рынка. Методы изучения и прогнозирования спроса. В том числе практических занятий и лабораторных работ Практическое занятие 1–2. Изучение потенциальных возможностей торговой организации и ее конкурентного положения на товарном рынке, формирование базы данных поставщиков на основе анализа информации. Практическое занятие 3. Анализ и оценка конкурентной среды для выявления и сравнения аналогичных или взаимозаменяемых товаров, сбор и обобщение коммерческой информации о стратегии и тактики конкурентов на товарных рынках
Тема 1.2. Установление хозяйственных связей с поставщиками и потребителями товаров и услуг	Содержание 1. Организация хозяйственных связей в торговле: понятие, функции, отраслевые особенности. Изучение и поиск коммерческих партнеров по закупочно-сбытовой деятельности: критерии поиска поставщиков, методы отбора поставщиков. 2. Виды договоров, применяемых в торговой деятельности. Требования к структуре и содержанию договора поставки, спецификации, протоколу разногласий. Документальное подтверждение исполнения договоров. Организация претензионной работы. В том числе практических занятий и лабораторных работ Практическое занятие 4. Изучение и анализ предложений поставщиков - производителей и поставщиков - посредников с учетом их географического положения. Управление закупками. Разработка коммерческого предложения. Практическое занятие 5. Заполнение конкурентного листа и выставление приоритетов по поставщикам для заключения внешнеторгового контракта. Практическое занятие 6. Расчет и оформление заявки на поставку товаров.
Тема 1.3. Заключение внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение	Содержание 1. Условия внешнеторгового контракта. Базисные условия поставки Incoterms- 2022 Документооборот внешнеторговых сделок: товаросопроводительные документы, товарораспорядительные документы, счет-фактура. 2. Методы разработки рекламной информации для внешних рынков, инструменты продвижения товаров и услуг российских производителей на внешних рынках.

	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 7. Проверка документации для заключения внешнеторгового контракта. Контроль правильности оформления предоставленного внешнеторгового контракта.
Тема 1.4. Осуществление контроля исполнения обязательств по внешнеторговому контракту	Содержание
	1. Риски в торговой деятельности: понятие, классификация рисков, причины возникновения, последствия. Методы управления коммерческими рисками в торговой деятельности.
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 8. Определение алгоритма действий покупателя при нарушении поставщиком сроков поставки в модельной ситуации. Практическое занятие 9. Составление и оформление отчетности о ходе исполнения контракта.
Раздел 2. Организация и осуществление продаж (78 часов)	
МДК 01.02. Организация и осуществление продаж	
Тема 2.1. Организация и управление торгово-технологическими процессами в оптовой торговле	Содержание
	1. Специфические функции и роль торговли как вида экономической деятельности в системе общественного воспроизводства. Оптовая торговля: сущность, функции, отраслевые особенности. Технологии в торговле, торгово-технологические процессы и операции. Виды оптовых торговых структур, их назначение и функции. Инфраструктура оптовой торговли: товарные биржи, торговые дома, аукционы, оптовые рынки, ярмарки и выставки. Значение дистрибуции в распределении товаров. Услуги оптовой торговли: основные и дополнительные.
	2. Складское хозяйство: классификация складов, требования. Специфика использования складских площадей: требования к планировке, характеристика основных складских зон, проектирование складского помещения. Технологии складских операций и организация товародвижения в торговле с применением цифровых инструментов модуля «1С:WMSЛогистика. Управление складом». Эффективное планирование складского пространства и требования к оснащению его специализированным оборудованием и мебелью. Документальное оформление и учет поступления товаров в оптовой торговле
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 1. Определение технико-экономических показателей работы склада. Применение методов управления процессами складской грузообработки "1С: WMS Логистика.
	Практическое занятие 2. Документальное оформление приемки товаров по количеству.
Тема 2.2. Организация и управление торгово-технологическими процессами в розничной торговле	Содержание
	1. Розничная торговля: понятие, цели, задачи, виды. Классификация торговых организаций. Основные виды и типы предприятий торговли в соответствии со специализацией. Изучение основных положений ГОСТа «Торговля, термины, определения». Принципы функционирования розничных торговых сетей и их роль в удовлетворении спроса покупателей. Специализация и типизация магазинов. Размещение розничных торговых предприятий: принципы, правила, факторы, влияющие на размещение магазинов в городах и регионах. Современные форматы торговых предприятий
	2. Ресурсный потенциал предприятий розничной торговли. Торгово-технологический процесс в организациях розничной торговли: сущность, структура, этапы, содержание операций, их специфика в магазинах разных типов. Классификация услуг розничной торговли: основные и дополнительные услуги. Приемка товаров по количеству и качеству в розничном торговом предприятии. Подготовка товаров к продаже.

	<p>Организация продажи товаров: формы и методы продажи товаров. Правила торговли</p> <p>В том числе практических и лабораторных занятий</p> <p>Практическое занятие 3. Ознакомление с ГОСТ Р 51303-2013. Торговля. Термины. Определения. Идентификация видов и типов организаций торговли в соответствии с ГОСТ «Торговля. Термины. Определения»</p>
<p>Тема 2.3. Организация и управление торгово-технологическими процессами в электронной торговле</p>	<p>Содержание</p> <p>1. Особенности организации и управления торгово-технологическими процессами в электронной торговле и на маркетплейсах</p>
	<p>В том числе практических и лабораторных занятий</p>
	<p>Практическое занятие 4. Поиск, заказ и управление доставкой товаров покупателю с применением цифровых платформ и сквозных технологий.</p>
	<p>Практическое занятие 5. Организация работы торговых площадок на основе сквозных технологий</p>
<p>Раздел 3. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд (78 часа)</p>	
<p>МДК. 01.03. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд</p>	
<p>Тема 3.1. Федеральная контрактная система Российской Федерации: концепция, понятия и термины, цели и принципы, сфера применения</p>	<p>Содержание</p> <p>1. Законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд. Состав субъектов закупок и их функции. Полномочия органов исполнительной власти и органов местного самоуправления в ФКС. Требования к участникам закупки. Критерии к участникам закупок.</p>
	<p>2. Основы и принципы контрактной системы в сфере закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд. Контрактная служба. Комиссия по осуществлению закупок. Специализированная организация. Эксперты. Экспертные организации.</p>
<p>Тема 3.2. Прогнозирование и планирование закупок для государственных и муниципальных нужд</p>	<p>Содержание</p> <p>1. Планирование и нормирование в сфере государственных и муниципальных закупок. Формирование планов-графиков закупок для государственных и муниципальных нужд. Информационное обеспечение контрактной системы в сфере закупок</p>
	<p>В том числе практических занятий</p>
	<p>Практическое занятие 1. Составление планов-графиков закупок для государственных и муниципальных нужд.</p>
<p>Тема 3.3. Процедуры осуществления закупок</p>	<p>Содержание</p> <p>1. Определение объекта закупки. Правила описания объекта закупки. Обеспечение заявок при проведении конкурсов и аукционов. Критерии к товарам: национальный режим. Квотирование закупок.</p>
	<p>2. Определение поставщика (подрядчика, исполнителя) путем проведения запроса предложений в электронной форме. Осуществление закупки у единственного поставщика (подрядчика, исполнителя).</p>
	<p>В том числе практических занятий</p>
	<p>Практическое занятие 2. Подготовка технического задания на закупку.</p>
	<p>Практическое занятие 3–4. Определение поставщиков (подрядчиков, исполнителей) путем проведения открытого конкурса в электронной форме, электронного аукциона, проведения запроса котировок.</p>
	<p>Практическое занятие 5. Определение процедуры закупок (открытый конкурс или аукцион) в зависимости от стоимости закупки и источников средств (собственные, заемные).</p>
	<p>Практическое занятие 6. Расчёт максимального размера обеспечения заявки для аукциона при разных условиях.</p>
<p>Тема 3.4.</p>	<p>Содержание</p>

Государственный и муниципальный контракт	1. Подготовка и заключение государственного и муниципального контракта. Общие требования и существенные условия контракта. Осуществления закупок путем проведения открытого конкурса в электронной форме и конкурса с ограниченным участием в электронной форме. Осуществление закупок путем аукциона в электронной форме. Особенности осуществления закупок путем запроса котировок в электронной форме и запроса предложений в электронной форме. Особенности осуществления закупки у единственного поставщика (исполнителя, подрядчика).
	2. Обеспечение исполнения контракта. Условия банковской гарантии. Реестр банковских гарантий. Основания для отказа в принятии банковской гарантии заказчиком. Особенности исполнения, изменения, расторжения контракта.
	В том числе практических занятий
	Практическое занятие 7. Размещение информации о заключении, изменении, расторжении и исполнении контракта в сети Интернет. Реестр контрактов, заключенных заказчиком.
	Практическое занятие 8. Определение минимальной стоимости одного из контрактов, предоставляемых участником закупки для подтверждения добросовестности.
Тема 3.5. Контроль, аудит и ответственность в сфере закупок.	Содержание
	1. Аудит и контроль в сфере закупок. Способы осуществления контроля. Контрольные органы и их полномочия. Реестр недобросовестных поставщиков.
	2. Ответственность за нарушение законодательства о закупках для государственных и муниципальных нужд.
	В том числе практических занятий
	Практическое занятие 9. Обжалование действий (бездействий) заказчика, уполномоченного органа, специализированной организации, комиссии по осуществлению закупок, должностного лица контрактной службы заказчика.
Тема 3.6. Организация закупок в коммерческих организациях	Содержание
	1. Законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок коммерческих организаций. Планирование и обоснование закупок в коммерческих организациях.
	2. Осуществление закупок в коммерческих организациях. Контракты по закупкам в коммерческих организациях. Мониторинг, контроль, аудит и защита прав и интересов участников закупок.
	В том числе практических занятий
	Практическое занятие 10. Определение ответственности за нарушение условий поставки по ФЗ-44.
Курсовая работа (20 часов)	
Учебная практика (36 часов)	
Виды работ:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Составление перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации. 2. Подготовка рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка. 3. Составление коммерческого предложения, запроса, оферты, сопроводительного письма. 4. Подготовка сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внутреннем и внешнем рынках. 5. Формирование списка потенциальных партнеров для заключения договоров на поставку и/или заключения внешнеторгового контракта. 6. Формирование проекта договора поставки и/или внешнеторгового контракта. 7. Документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; 8. Оформление претензий при нарушении договорных обязательств; 	

<p>9. Подготовка алгоритма по организации претензионной работы.</p> <p>10. Формирование начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта.</p> <p>11. Оформление продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей.</p>
<p>Производственная практика (72 часа)</p> <p>Виды работ:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проведение анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков и подготовка аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках. 2. Осуществление проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта. 3. Подготовка процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом. 4. Составление и оформление закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры. 5. Приемка товаров по количеству и качеству; 6. Изучение инструкций по охране труда.
<p>Промежуточная аттестация (32 часов)</p>
<p>Всего 376 часа</p>

2.4. Курсовая работа

Выполнение Курсовой работы является обязательным.

Тематика курсовых работ:

1. Анализ и оценка спроса на товарную продукцию торговой организации на внутренних и внешних рынках.
2. Исследование конъюнктуры и емкости товарных рынков.
3. Определение конкурентных преимуществ торговой организации на внутреннем (внешнем) рынке.
4. Процедура подготовки и проведения экспортной (импортной) сделки (по выбору студента).
5. Инкотермс: сфера действия, особенности и сравнительная характеристика базисных условий поставки.
6. Организация работы на маркетплейсах
7. Исследование факторов формирования потребительского спроса в розничной торговле.
8. Коммерческая деятельность по изучению и прогнозированию спроса в сфере торговли
9. Организация торгово-технологического процесса в розничных торговых предприятиях.
10. Разработка рекламной информации и инструментов продвижения товаров и услуг на внешний рынок.
11. Анализ и оценка коммерческих рисков в торговой деятельности и пути их снижения
12. Анализ розничной торговли: сущность, функции и тенденции развития в России
13. Отраслевые особенности коммерческой деятельности в сфере оптовой торговли
14. Отраслевые особенности коммерческой деятельности в сфере розничной торговли
15. Взаимоотношения субъектов коммерческой деятельности в сфере потребительского рынка
16. Электронная коммерция как прогрессивная форма развития торговли
17. Формирование экономических ресурсов и их влияние на результаты коммерческой деятельности предприятия

18. Анализ влияния факторов внешней среды предприятия на развитие коммерческой деятельности
19. Анализ влияния факторов внутренней среды предприятия на развитие коммерческой деятельности
20. Анализ и оценка экономических показателей коммерческой деятельности предприятия
21. Анализ и тенденции развития сетевой розничной торговли (на примере розничной торговой сети)
22. Методы стимулирования продаж в розничной торговле как инструмент коммерческой деятельности
23. Организация хозяйственных связей в торговле
24. Поиск поставщиков и договорная работа в коммерческой деятельности
25. Организация хозяйственных связей по закупочно-сбытовой деятельности в предприятиях торговли.
26. Особенности торговой деятельности в сфере малого бизнеса
27. Организация выставочной деятельности как инструмента торговли
28. Инновационные технологии в сфере торговли как фактор повышения конкурентоспособности коммерческой организации
29. Влияние цифровых технологий на результаты торговой деятельности коммерческой организации.
30. Франчайзинг как направление развития торгового бизнеса
31. Влияние конъюнктуры рынка на коммерческую деятельность торгового предприятия.
32. Развитие коммерческого предприятия в эпоху цифровой трансформации
33. Собственная торговая марка как инструмент коммерческой деятельности и конкурентное преимущество торговой сети
34. Коммерческая деятельность по управлению товарными ресурсами
35. Современные форматы розничных торговых сетей
36. Выбор стратегии коммерческой деятельности торговых организаций на потребительском рынке.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинеты «Общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей» оснащенные в соответствии с приложением 3 ОПОП.

Мастерская/зона по видам работ «Учебный магазин», оснащенная в соответствии с приложением 3 ОПОП.

Базы практики, оснащенные в соответствии с приложением 3 ОПОП.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

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/или электронные издания

1. Левкин, Г. Г. Организация торговой деятельности : учебник и практикум для вузов / Г. Г. Левкин, О. А. Никифоров. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт,

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК, ОК	Критерии оценки результата (показатели освоения компетенций)	Формы контроля и методы оценки
ПК 1.1.	<ul style="list-style-type: none"> — осуществляет поиск и систематизацию открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции, в том числе с использованием цифровых технологий; — оценивает объем спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках; — составляет перечень требований внешних рынков к товарной продукции организации; — разрабатывает рекомендации по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка; — проводит анализ конъюнктуры, емкости товарных рынков; осуществляет подготовку аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках 	Контрольные работы, зачеты, квалификационные испытания, защита курсовых проектов (работ), экзамены. Интерпретация результатов выполнения практических и лабораторных заданий, оценка решения ситуационных задач, оценка тестового контроля.
ПК 1.2.	выполняет операции по установлению хозяйственных связей с поставщиками и потребителями в установленной последовательности с соблюдением требований к их содержанию	
ПК 1.3.	<ul style="list-style-type: none"> — определяет начальную цену закупки с учетом требований федерального законодательства и проводит описание объекта закупки; — составляет и оформляет закупочную документацию в соответствии с требованиями и осуществляет ее проверку для проведения закупочной процедуры; — оформляет протоколы заседаний закупочных комиссий; выполняет проверку комплекта закупочной документации для обеспечения государственных, муниципальных и корпоративных нужд. 	
ПК 1.4.	<ul style="list-style-type: none"> — проводит анализ поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках и составляет список отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий); — осуществляет документальное оформление результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта; — составляет сводные отчеты и предложения о потенциальных партнерах на внешних рынках; — составляет список потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта; — формирует проект внешнеторгового контракта и выполняет проверку необходимой документации для его заключения; осуществляет подготовку процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом.	
ПК 1.5.	осуществляет подготовку документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта;	

	<ul style="list-style-type: none"> – проводит сбор информации и документов о ходе исполнения обязательств по внешнеторговому контракту и разрабатывает на их основе план-график контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту; – проводит мониторинг и документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; <p>осуществляет подготовку предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств и выполняет претензионную работу.</p>	
ПК 1.6.	<ul style="list-style-type: none"> – выполняет торгово-технологические операции в соответствии с установленным алгоритмом, в том числе с использованием искусственного интеллекта; – осуществляет приемку товаров по количеству и качеству в полном соответствии с договором поставки; – оформляет документы по приемке товаров в соответствии установленными требованиями; <p>соблюдает правила охраны труда при выполнении торгово-технологических операций</p>	
ОК 01	<p>обоснованность планирования учебной и профессиональной деятельности;</p> <p>соответствие результата выполнения профессиональных задач эталону (стандартам, образцам, алгоритму, условиям, требованиям или ожидаемому результату);</p> <p>степень точности выполнения поставленных задач.</p>	
ОК 02	<p>Полнота охвата информационных источников;</p> <p>скорость нахождения и достоверность информации;</p> <p>обновляемость и пополняемость знаний, влияющих на результаты учебной и производственной деятельности.</p>	
ОК 04	<p>Осознание своей ответственности за результат коллективной, командной деятельности, готовности к сотрудничеству, использованию опыта коллег;</p> <p>отсутствие негативных отзывов со стороны коллег и руководства.</p>	
ОК 05	<p>Демонстрация навыков грамотно общения и оформление документации на государственном языке Российской Федерации, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста</p>	
ОК 09	<p>Демонстрация умений понимать тексты на базовые и профессиональные темы;</p> <p>составлять необходимую документацию на государственном и иностранном языках</p>	

Рабочая программа профессионального модуля
«ПМн.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ»

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. Общая характеристика

- 1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы
- 1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

2. Структура и содержание профессионального модуля

- 2.1. Трудоемкость освоения модуля
- 2.2. Структура профессионального модуля
- 2.3. Содержание профессионального модуля
- 2.4. Курсовой проект (работа)

3. Условия реализации профессионального модуля

- 3.1. Материально-техническое обеспечение
- 3.2. Учебно-методическое обеспечение

4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

«ПМн.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли»

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Цель модуля: освоение вида деятельности «Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли».

Профессиональный модуль включен в обязательную часть образовательной программы.

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

Результаты освоения профессионального модуля соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представленными в матрице компетенций выпускника (п. 4.3.3 ОПОП).

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Код ОК, ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ОК 01	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте, анализировать и выделять её составные части определять этапы решения задачи, составлять план действия, реализовывать составленный план, определять необходимые ресурсы выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить структура плана для решения задач, алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях основные источники информации и ресурсы для решения задач и/или проблем в профессиональном и/или социальном контексте методы работы в профессиональной и смежных сферах порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности	-
ОК 02	определять задачи для поиска информации, планировать процесс поиска, выбирать необходимые источники информации выделять наиболее значимое в перечне	номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности приемы структурирования информации	-

	<p>информации, структурировать получаемую информацию, оформлять результаты поиска</p> <p>оценивать практическую значимость результатов поиска</p> <p>применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач</p> <p>использовать современное программное обеспечение в профессиональной деятельности</p> <p>использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач</p>	<p>формат оформления результатов поиска информации</p> <p>современные средства и устройства информатизации, порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности, в том числе цифровые средства</p> <p>психологические основы деятельности коллектива</p>	
ОК 04	<p>организовывать работу коллектива и команды</p> <p>взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p>	<p>психологические особенности личности</p> <p>правила оформления документов</p>	-
ОК 05	<p>грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке</p> <p>проявлять толерантность в рабочем коллективе</p>	<p>правила построения устных сообщений</p> <p>особенности социального и культурного контекста</p>	-
ОК 09	<p>понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы</p> <p>участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы</p> <p>строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности</p> <p>кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые)</p> <p>писать простые связные сообщения на знакомые</p>	<p>правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы</p> <p>основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика)</p> <p>лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности</p> <p>особенности произношения</p> <p>правила чтения текстов профессиональной направленности</p>	-

	или интересующие профессиональные темы		
ПК 2.1.	<p>маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования; составлять комплексный план проведения маркетингового исследования; составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования; проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга.</p>	<p>задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; методов изучения рынка, анализа окружающей среды; этапов маркетинговых исследований, их результат; методы проведения маркетингового исследования; психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях.</p>	<p>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.</p>
ПК 2.2.	<p>обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций; использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков.</p>	<p>средств удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики</p>	<p>разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации; применения программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации; применения различных платформ в системе</p>

			продвижения товаров (услуг) организации.
ПК 2.3.	обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных	порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен.	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.
ПК 2.4.	анализировать текущую рыночную конъюнктуру.	видов конкуренции, показателей оценки конкурентоспособности; методов оценки конкурентной среды.	установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках.
ПК 2.5	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	норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; роли и значения бизнес-плана; основных функций бизнес-плана; классификации основных типов бизнес-планов; методологии и процессов развития бизнес-идеи; порядка разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью	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.

	<p>внедрения бизнес-модели;</p> <p>обосновывать и оценивать цели и ценности;</p> <p>представлять идеи, дизайн, видения и решения;</p> <p>применять при разработке бизнес-плана специализированные программные продукты;</p> <p>использовать для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии;</p> <p>создавать деловые электронные презентации.</p>		
ПК 2.6.	<p>собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации;</p> <p>использовать методы экономического анализа;</p> <p>анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов;</p> <p>оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами.</p>	<p>принципов и методов управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий;</p> <p>методов экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений;</p> <p>методов сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов;</p> <p>методов, способов и приемов для решения задач по анализу;</p>	<p>расчёта показателей эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов</p>

		<p>типов 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>	
ПК 2.7.	<p>разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда;</p> <p>оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации;</p> <p>предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации.</p>	<p>методических материалов по планированию, учету и анализу деятельности организации;</p> <p>спектра специализированных программных продуктов;</p> <p>интерфейса автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации;</p> <p>инновационных средств и устройств информатизации;</p> <p>порядок их применения и программное обеспечение в предпринимательской деятельности.</p>	<p>определения мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности.</p>
ПК 2.8.	<p>собирать информацию о бизнес-проблемах;</p> <p>анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков.</p>	<p>рисков: понятия и видов;</p> <p>методов оценки риска, связанных с бизнесом;</p> <p>мер снижения риска, связанных с бизнесом;</p> <p>методов оценки выполнимости бизнес-идеи;</p> <p>основных способов анализа и оценки рисков;</p> <p>состава моделей оценки риска; способов оценки риска ликвидности.</p>	<p>сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы.</p>

2.1. Трудоемкость освоения модуля

Наименование составных частей модуля	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	618	194
Курсовой проект (работа)	-	-
Самостоятельная работа	-	-
Практика, в т.ч.:	360	360
учебная	72	72
производственная	288	288
Промежуточная аттестация	28	28
Всего	978	554

2.2. Структура профессионального модуля

Код ОК, ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Обучение по МДК, в т.ч.:	Учебные занятия	Курсовой проект (работа)	Самостоятельная работа	Учебная практика	Производственная практика
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 2.1 ПК 2.2, ПК.2.3 ПК.2.4 ПК.2.5 ПК .2.6 ПК 2.7 ПК 2.8 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09	Раздел 1. Технология проведения маркетинговых исследований	136	50	136	134		2		
ПК 2.1 ПК 2.2, ПК.2.3 ПК.2.4 ПК.2.5 ПК .2.6 ПК 2.7 ПК 2.8 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09	Раздел 2. Ценообразование в торговой деятельности.	264	42	258	216		1		
ПК 2.1 ПК 2.2, ПК.2.3 ПК.2.4 ПК.2.5 ПК .2.6 ПК 2.7 ПК 2.8 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09	Раздел 3. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы.	242	102	236	102		1		
ПК 2.1 ПК 2.2, ПК.2.3 ПК.2.4 ПК.2.5 ПК .2.6 ПК 2.7 ПК 2.8 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05,	Учебная практика	72	72					72	

ОК 09									
ПК 2.1 ПК 2.2, ПК.2.3 ПК.2.4 ПК.2.5 ПК .2.6 ПК 2.7 ПК 2.8 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09	Производственная практика	288	288						288
	Промежуточная аттестация	28	28						
	Всего:	1014	582	630	452		4	72	288

2.3. Содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практических и лабораторных занятия, курсовой проект (работа)
Раздел 1. Технология проведения маркетинговых исследований (126 часа)	
МДК 02.01 Технология проведения маркетинговых исследований	
Тема 1.1. Понятия и сущность маркетинговых исследований	Содержание 1. Цели, задачи и функции маркетинговых исследований. Предмет, объект и основные направления маркетинговых исследований. Понятие и роль маркетинговых исследований в системе маркетинга. 2. Основные этапы становления и развития маркетинговых исследований. Разработка исследований, сбор данных, анализ данных, формирование основных выводов и интерпретация результатов. Специализированные программные продукты, применяемые в маркетинге. 3. Основные понятия, цели и задачи проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга. Принципы маркетинговых исследований. В том числе практических занятий и лабораторных работ Практическое занятие 1. Построение дерева целей маркетинговых исследований. Практическое занятие 2. Постановка цели и определение задач маркетинговых исследований на предприятиях торговли. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач. Практическое занятие 3. Решение ситуационных задач
Тема 1.2. Сущность и содержание маркетинговой информационной системы	Содержание 1. Основные понятия и принципы маркетинговой информационной системы. 2. Структура и основные этапы проведения маркетингового исследования. В том числе практических занятий и лабораторных работ Практическое занятие 4. Выявление проблемы и определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли (предприятие определяется по выбору студентов).
Тема 1.3. Типы маркетинговых исследований	Содержание 1. Поисковые, описательные и пояснительные исследования. Качественные и количественные маркетинговые исследования. Постоянные и разовые исследования В том числе практических занятий и лабораторных работ

	<p>Практическое занятие 5. Определение типа маркетингового исследования по выявленным проблемам деятельности торговой организации.</p> <p>Практическое занятие 6. Сравнительная характеристика типов маркетингового исследования. Их преимущества и недостатки, области применения.</p> <p>Практическое занятие 7. Решение ситуационных задач. Сбор вторичной информации.</p> <p>Практическое занятие 8. Разработайте сценарий проведения маркетингового исследования методом фокус-групп. Раскройте достоинства и недостатки метода фокус-группы.</p>
<p>Тема 1.4. Технология проведения маркетинговых исследований внешней и внутренней среды</p>	<p>Содержание</p>
	<p>1. Методы маркетинговых исследований определения емкости целевого рынка: источники получения маркетинговой информации и способы анализа спроса, в том числе в Яндекс.Вордстат и Google Trends. Методы маркетинговых исследований определения рисков бизнеса, оценки внешней среды компании: PEST-анализ. SWOT – анализ – метод маркетингового исследования внешней и внутренней среды компании.</p>
	<p>2. Методы оценки конкурентной среды и конкурентоспособности товара</p>
	<p>В том числе практических занятий и лабораторных работ</p>
	<p>Практическое занятие 9. Определение емкости целевого рынка предприятия торговли с использованием программных продуктов (предприятие определяется по выбору обучающихся).</p>
	<p>Практическое занятие 10. Решение ситуационных задач методом PEST-анализа</p>
	<p>Практическое занятие 11. Определение конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках (товар определяется по выбору обучающихся).</p>
	<p>Практическое занятие 12. Решение ситуационных задач методом SWOT-анализа</p>
<p>Тема 1.5. Основные понятия и методы кабинетных маркетинговых исследований</p>	<p>Содержание</p>
	<p>1. Сущность кабинетных маркетинговых исследований и их характеристика.</p>
	<p>2. Методы кабинетных маркетинговых исследований: традиционный (классический) анализ; контент-анализ документов; информативно-целевой анализ</p>
	<p>В том числе практических занятий и лабораторных работ</p>
	<p>Практическое занятие 13. Определение рыночной доли присутствия торгового предприятия традиционным методом исследования (предприятие определяется по выбору обучающихся).</p>
	<p>Практическое занятие 14. Решение ситуационной задачи. Проведение кабинетных маркетингового исследования с помощью интернет-ресурсов</p>
	<p>Практическое занятие 15. Оценка финансовых показателей деятельности торговой организации по данным финансовой отчетности, как источник информации для оценки внутренней среды торгового предприятия.</p>
<p>Тема 1.6. Основные понятия и методы полевых маркетинговых исследований</p>	<p>Содержание</p>
	<p>1. Наблюдение как важнейший метод сбора маркетинговой информации. Методы сбора первичной информации (анкетирование, экспертные оценки, телефонное интервью, групповое интервью (фокус-группы).</p>

	<p>2. Панельные исследования. Экспериментальные (опытные) исследования. Проективные методы исследований. Проведение исследований методом Eye tracking (Ай Трекинг).</p> <p>В том числе практических занятий и лабораторных работ</p> <p>Практическое занятие 16. Определение круга вопросов. Выбор типа анкет. Составление анкет с целью проведения маркетингового исследования</p> <p>Практическое занятие 17. Сбор первичной информации для проведения маркетингового исследования с использованием программных продуктов</p>
<p>Тема 1.7. Система выборочных маркетинговых исследований</p>	<p>Содержание</p>
	<p>1. Основные понятия, используемых при проведении выборочных исследований. Виды выборки</p>
	<p>2. Основные этапы проектирования и определения объема выборки.</p>
	<p>В том числе практических занятий и лабораторных работ</p> <p>Практическое занятие 18. Построение программы выборочного маркетингового исследования. Сбор информации для проведения выборочного исследования.</p>
<p>Тема 1.8. Обработка результатов маркетинговых исследований</p>	<p>Содержание</p>
	<p>1. Методы обработки данных маркетинговых исследований</p>
	<p>2. Программные продукты, используемые при обработке данных результатов маркетинговых исследований</p>
	<p>В том числе практических занятий и лабораторных работ</p> <p>Практическое занятие 19. Обработка результатов маркетинговых исследований с применением программных продуктов</p>
<p>Тема 1.9. Оформление отчета маркетинговых исследований</p>	<p>Содержание</p>
	<p>1. Содержание и структура отчета маркетинговых исследований.</p>
	<p>2. Оформление и методы презентации отчета с помощью цифровых технологий.</p>
	<p>В том числе практических занятий и лабораторных работ</p> <p>Практическое занятие 20. Подготовка отчета по результатам маркетингового исследования.</p> <p>Практическое занятие 21. Презентация отчета результатов маркетингового исследования с использованием программных продуктов</p>
<p>Раздел 2. Ценообразование в торговой деятельности (259 часов)</p>	
<p>МДК 03.02. Ценообразование в торговой деятельности</p>	
<p>Тема 2.1. Цена как экономическая категория</p>	<p>Содержание</p>
	<p>1. Понятие цены. Теоретические концепции цены.</p>
	<p>2. Виды и функции цен</p>
	<p>3. Конкурентные и монопольные цены.</p>
	<p>4. Особенности формирования цен на факторы производства</p>
	<p>3. Состав и структура цены.</p>
<p>4. Формы и методы государственного регулирования.</p>	
<p>В том числе практических занятий и лабораторных работ</p> <p>Практическое занятие № 1 Решение задач на определение цены с учетом ее структуры</p>	
<p>Тема 2.2. Методы ценообразования</p>	<p>Содержание</p>
	<p>1. Товарная и ценовая политика предприятия</p>
	<p>2. Механизм установления цены</p>
	<p>3. Затратные методы ценообразования</p>
	<p>4. Определение цены с ориентацией на спрос</p>
<p>5. Определение цены с ориентацией на конкуренцию</p>	

	6. Особенности ценообразования на новые товары и научно-техническую продукцию
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие № 2 Решение задач на расчет цены изготовителя методом полных затрат
	Практическое занятие № 3 Решение задач на расчет цены изготовителя методом стандартных полных затрат
	Практическое занятие № 4 Решение задач на расчет цены методом удельной цены
	Практическое занятие № 5 Решение задач на расчет цены агрегатным методом и методом регрессии
Тема 2.3 Основные ценообразующие факторы, учитываемые при формировании цен торговых предприятий	Содержание
	1. Структура рынка
	2. Конкурентная среда
	3. Тип товара и эластичность спроса.
	4. Ценность товара и прочие факторы, влияющие на ценообразование
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие № 6 Решение задач на определение коэффициента эластичности спроса от цены. Расчет цены методом максимизации продаж с учетом эластичности спроса
	Практическое занятие № 7 Решение задач на определение максимально допустимой цены на единицу продукции
Тема 2.4 Особенности ценообразования в сфере торговли, в том числе в электронной торговле	Содержание
	1. Экономическое содержание торговой услуги
	2. Особенности ценообразования в сфере услуг
	3. Классификация торговых услуг
	4. Цены на отдельные виды услуг
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие № 8 Решение задач на определение цены на отдельные виды торговых услуг: Расчет цен на товары в оптовой, закупочной, розничной, электронной торговле.
Тема 2.5. Торговая надбавка и методы ее определения	Содержание
	1. Понятие, структура и регулирование торговой надбавки (структура торговых надбавок, издержки обращения)
	2. Затратное ценообразование
	3. Рыночные методы ценообразования. Методы ценообразования с ориентацией на покупателя. Ценообразование с учетом конкуренции.
	4. Прочие методы ценообразования
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие № 9 Решение задач на расчет цены балловым методом
	Практическое занятие № 10 Решение задач на расчет цены методом вмененной потребительской оценки
	Практическое занятие № 11 Решение задач на расчет торговых надбавок
Тема 2.6. Политика цен и стратегия ценообразования	Содержание
	1. Понятие политики цен.
	2. Принципы и методы формирования ценовой политики на предприятиях торговли
	3. Психологические аспекты ценообразования и основы принятия ценовых решений
	4. Основные ценовые стратегии предприятий торговли
	5. Прочие элементы комплекса маркетинга и их влияние на цену

	6. Оценка качества сервиса как основа формирования ценовой политики и стратегии торговых предприятий
	7. Имидж торгового предприятия и репутация торгового персонала, их влияние на политику и стратегии ценообразования
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие № 12–13. Решение задач на определение ценовой стратегии.
Тема 2.7 Методы ценового стимулирования продаж	Содержание
	1. Понятие и цели ценового стимулирования продаж
	2. Методы стимулирования продаж
	3. Скидки и надбавки к цене
	4. Причины и условия изменения текущих цен
	5. Оценка ценовых решений в торговле
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие № 14 Решение задач на оценку целесообразности и эффективности ценовых мероприятий по стимулированию продаж
Практическое занятие № 15 Решение задач на определение скидок от цены продаж и покупок. Предложения скидок при разработке программы лояльности для постоянных покупателей	
Тема 2.8 Ценообразование во внешнеэкономической деятельности	Содержание
	1. Внешнеторговые операции и ценообразование
	2. Экспортно-импортные цены
	3. Таможенные пошлины и тарифы
	4. Порядок исчисления таможенных пошлин
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие № 16 Решение задач на определение базисной экспортной цены. Расчет импортных внешнеторговых цен
	Практическое занятие № 17 Расчет эффективности сделки на основе экспортно-импортных цен
Тема 2.9. Налоги и ценообразование	Содержание
	1. Налоги в составе цены
	2. Акцизы
	3. Налог на добавленную стоимость
	4. Налоговый контроль за ценообразованием.
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие № 18 Расчет суммы акциза.
	Практическое занятие № 19 Расчет на определение ставки и суммы налога на добавленную стоимость. Расчет цены с НДС по разным ставкам.
Практическое занятие № 20. Расчет суммы НДС к возмещению/вычету из цены поставки товара.	
Тема 2.10 Государственная политика и ценообразование	Содержание
	1. Государственная ценовая политика и регулирование цен
	2. Государственный контроль ценообразования и применения цен
	3. Единая тарифная политика базовых отраслей Российской Федерации
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
Практическое занятие № 21 Решение задач на определение уровня регулирования оптовой и розничной цены	
Раздел 3. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы (237 часов)	

МДК 02.03. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы	
Тема 3.1. Предпринимательская идея и ее выбор	Содержание
	1. Понятие и содержание предпринимательства. Деловые интересы в предпринимательстве. Предпринимательская идея и ее выбор Источники формирования предпринимательских идей. Методы выработки предпринимательских идей.
	2. Процесс генерации предпринимательской идеи. Общая схема предпринимательских действий. Основные типы ключевых факторов успеха.
	3. Основные стадии жизненного цикла товара: генерирование деловой идеи, экспертная оценка идей, сбор и анализ рыночной информации, экспертная оценка информации, полученной в процессе осмысления идеи, принятие предпринимательского решения
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 1: Разработка товарной модификации, ввод товара.
Тема 3.2. Технология, основные принципы и структура управления бизнесом	Содержание
	1. Технология управления бизнесом. Основные понятия, категории и объекты управления бизнесом. Принципы управления. Система управления: субъект, объект, прямые и обратные связи. Понятие предпринимательской единицы.
	2. Понятие организационной структуры управления предпринимательской единицей. Факторы, определяющие выбор типа организационных структур управления.
	3. Информационные и технические средства управления бизнесом. Показатели оценки эффективности управления бизнесом.
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 2: Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы
Тема 3.3. Бизнес-план и его роль в современном предпринимательстве	Содержание
	1. Бизнес-планирование как элемент экономической политики организации. Основные цели составления бизнес-плана. Финансовые цели бизнес-планирования. Классификация основных типов бизнес-планов. Основные цели составления внутренних бизнес-планов.
	2. Инвестиционный план как разновидность бизнес-плана. Характеристика, назначение, перспективы и область применения. Основные цели составления инвестиционных бизнес-планов.
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 3. Составление визитки команды. Влияние визитки команды, имиджа и деловой репутации разработчиков бизнес-плана на принятие решения инвестора.
	Практическое занятие 4. Определение миссии, цели, задачи бизнеса. Определение формы ведения предпринимательской деятельности.
	Практическое занятие 5. Определение типов бизнес-плана
Тема 3.4. Структура и функции бизнес-плана	Содержание
	1. Основные функции бизнес-плана. Основные правила и схема построения процесса разработки бизнес-плана.
	2. Технология разработки и структура бизнес-плана
	В том числе практических занятий и лабораторных работ

	Практическое занятие 5. Формирование и описание бизнес-идеи
	Практическое занятие 6. Первоначальная подготовка резюме бизнес-плана. Инвестиционное предложение.
Тема 3.5. Основные источники финансирования предпринимательской единицы.	Содержание
	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.
	2. Система налогов и сборов Российской Федерации. Виды систем налогообложения в России. Налоговое планирование как источник финансирования предпринимательской единицы.
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 7–8. Расчет размеров выплат по процентным ставкам кредитования, лизинговым операциям, договорам франчайзинга.
	Практическое занятие 9–10. Выбор системы налогообложения для ведения бизнеса.
Тема 3.6. Анализ и оценка рисков	Содержание
	1. Виды предпринимательских рисков. Экспертный анализ рисков. Количественный анализ риска. Методика оценки предпринимательских рисков.
	2. Модель Остервальдера и Пинье.
	3. Страхование рисков и иные способы минимизации рисков.
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 11. Применение Pest – анализа с целью определения предпринимательских рисков. Выбор форм страхования предпринимательских рисков.
Тема 3.7. Технология разработки разделов бизнес-плана предпринимательской единицы	Содержание
	1. Общая характеристика бизнеса, описание предпринимательской единицы. Описание модели Остервальдера для разработки бизнес-моделей.
	2. Краткая характеристика проекта. Описание бизнес-идеи. Матрица Ансоффа и стратегии роста бизнеса.
	3. Факторы инвестиционной привлекательности бизнес-проекта.
	4. План маркетинга. Применение метода 5W Шеррингтона для сегментации рынка. Сегменты рынка B2B, B2C, B2G, C2C, их характеристика и отличия. Характеристика рынков сбыта.
	5. Производственный и организационный план.
	6. Финансовый план.
	7. Резюме бизнес-плана.
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 12. Описание предпринимательской единицы/компании/бизнеса.
	Практическое занятие 13. Разработка логотипа фирмы и составление слогана с применением специализированных цифровых инструментов.
	Практическое занятие 14. Оценка целевого рынка. Применение метода 5W Шеррингтона для определения целевой аудитории.
	Практическое занятие 15. Составление анкеты для опроса потенциальных клиентов, проведение опроса в сети Интернет, социальных мессенджерах и иных цифровых аналогах.

	<p>Практическое занятие 16. Планирование рабочего процесса. Определение бизнес-процессов и составление схемы ведения предпринимательской деятельности.</p> <p>Практическое занятие 17. Разработка организационной структуры управления компании. Структурные подразделения компании, их описание и функциональное назначение.</p>
<p>Тема 3.8. Финансовое моделирование деятельности предпринимательской единицы</p>	<p>Содержание</p>
	<p>1. Финансовое планирование как раздел бизнес-плана. Основные этапы составления финансового плана компании. Методика расчета финансовых показателей.</p>
	<p>2. Расчет точки безубыточности.</p>
	<p>В том числе практических занятий и лабораторных работ</p>
	<p>Практическое занятие 18. Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов. Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования.</p>
	<p>Практическое занятие 19. Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода. Определение рыночной цены товара. Расчет себестоимости товара, определение розничной цены.</p>
	<p>Практическое занятие 20. Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении.</p>
	<p>Практическое занятие 21–22. Составление плана переменных расходов.</p>
	<p>Практическое занятие 23. Расчет точки безубыточности по данным реального бизнес-плана</p>
<p>Тема 3.9. Методы оценки эффективности инвестиционного проекта</p>	<p>Содержание</p>
	<p>1. Основные показатели оценки экономической эффективности инвестиционного проекта. Методы оценки инвестиционных проектов.</p>
	<p>2. Выбор ставки дисконтирования. Обоснование выбора ставки дисконтирования. Расчет простого периода окупаемости проекта (PaybackPeriod)</p>
	<p>3. Основные показатели оценки социальной эффективности инвестиционного проекта</p>
	<p>В том числе практических занятий и лабораторных работ</p>
	<p>Практическое занятие 24. Расчет экономической окупаемости инвестиционного проекта с учетом различных сценариев</p>
	<p>Практическое занятие 25–26. 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)</p>
	<p>В том числе практических занятий и лабораторных работ</p>
<p>Тема 3.10. Современные программные продукты, используемые для разработки и презентации бизнес-плана/инвестиционного проекта</p>	<p>Содержание</p>
	<p>1. Специализированные программные продукты, используемые для составления бизнес-плана, разработки финансовой модели бизнеса и презентации инвестиционного проекта.</p>
	<p>2. Основные правила оформления презентаций инвестиционного проекта</p>
	<p>В том числе практических занятий и лабораторных работ</p>

	<p>Практическое занятие 27–29. Разработка бизнес-плана с применением специализированных программных продуктов (по выбору образовательной организации)</p>
	<p>Практическое занятие 30–31. Оформление и презентация бизнес-плана / инвестиционного проекта</p>
<p>Учебная практика (72 часов)</p>	
<p>Виды работ</p>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Сбор информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы. 2. Проведение Pest анализа, применение метода Ансоффа-Пинье для описания бизнес-модели предпринимательской единицы 3. Выполнение отдельных этапов разработки бизнес-плана: 4. Составление визитки команды. 5. Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы. 6. Определение целевой аудитории по методу Шеррингтона. 7. Построение модели Остервальдера. 8. Определение бизнес-процессов и составление схемы оказания услуг. 9. Разработка и заполнение финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением специализированных программных продуктов 10. Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов. 11. Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования. 12. Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода. 13. Расчеты цен и себестоимости. 14. Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении 15. Составление плана переменных расходов 16. Расчет точки безубыточности 17. Составление бюджета доходов и расходов 18. Составление бюджета движения денежных средств 19. Составление прогнозного баланса 20. Определение и обоснование источников финансирования 21. Расчеты процентов за пользование заемными средствами и составление графика возврата заемных средств 22. Расчет дисконтированного периода окупаемости проекта (DiscountedPaybackPeriod) 23. Расчет чистой текущей стоимости проекта (NetPresentValue) 24. Расчет внутренней нормы доходности проекта (InternalRateofReturn) 25. Расчет индекса прибыльности проекта (IndexofProfitability) 26. Расчеты других значимых показателей (ARR, MIRR, ROE, ROI, EBIT, EBITDA) 27. Разработка мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности. 	
<p>Производственная практика (288 часа)</p>	
<p>Виды работ</p>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирования целей маркетингового исследования 2. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач. 3. Определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли. 4. Разработка плана проведения маркетингового исследования и согласование с руководителем учебной практики. 5. Определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования. Их описание и назначение в ходе проведения маркетингового исследования. 6. Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации. 	

7. Проведения маркетингового исследования в установленные сроки с использованием инструментов комплекса маркетинга и сквозных цифровых технологий.
8. Выявление конкурентов исследуемого торгового предприятия. Определение конкурентных преимуществ исследуемого торгового предприятия на внутреннем и внешних рынках
9. Подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров, повышения объемов продаж торговой организации.
10. Оформление результатов маркетингового исследования.
11. Исследование рынка, проведение статистических исследований по ценовым показателям
12. Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой организации, по данным которой проводится маркетинговое исследование.
13. Применение сквозных цифровых технологий при проведении работ по анализу ценовых показателей товаров (перечень товаров подбирает обучающийся по согласованию с руководителем учебной практики).
14. Анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации.
15. Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках.
16. Оформление результатов анализа ценовой политики и ценовой стратегии торгового предприятия.
17. Представление презентации по итогам анализа ценообразования торгового предприятия.
18. Проверка обоснованности заявленных цен на товары, работы, услуги
19. Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации

Промежуточная аттестация 28 часов

Всего 1014 часов

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинеты «Общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей» оснащенные в соответствии с приложением 3 ОПОП.

Мастерская/зона по видам работ «Учебный магазин», оснащенные в соответствии с приложением 3 ОПОП.

Базы практики, оснащенные в соответствии с приложением 3 ОПОП.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

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/или электронные издания

1. Бизнес-планирование: учебник / под ред. Т.Г. Попадюк, В.Я. Горфинкеля. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2021. — 296 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0617-4. - Текст: электронный. - URL:

<https://znanium.com/catalog/product/1247086> (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

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

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

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК, ОК	Критерии оценки результата (показатели освоения компетенций)	Формы контроля и методы оценки
ПК 2.1	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	Контрольные работы, зачеты, квалификационные испытания, экзамены. Интерпретация результатов выполнения практических и лабораторных заданий, оценка решения ситуационных задач, оценка тестового контроля.
ПК 2.2	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	Проводит сбор, мониторинг и систематизирует ценовые показатели товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий	
ПК 2.4	Обосновывает конкурентные преимущества товара на внешнем и внутренних рынках	
ПК 2.5	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	Рассчитывает и обосновывает результаты анализа финансовых результатов деятельности организации Применяет различные платформы в системе продвижения товаров (услуг) организации	
ПК 2.7	Обосновывает разработанные мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности	
ПК 2.8	Составляет план сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы Выявляет проблемы и риски предпринимательской деятельности	

ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> - Обоснованность планирования учебной и профессиональной деятельности; - соответствие результата выполнения профессиональных задач эталону (стандартам, образцам, алгоритму, условиям, требованиям или ожидаемому результату); - степень точности выполнения поставленных задач. 	
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> - Полнота охвата информационных источников; - скорость нахождения и достоверность информации; - обновляемость и пополняемость знаний, влияющих на результаты учебной и производственной деятельности. 	
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> - Осознание своей ответственности за результат коллективной, командной деятельности, готовности к сотрудничеству, использованию опыта коллег; - отсутствие негативных отзывы со стороны коллег и руководства. 	
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> - Демонстрация навыков грамотно общения и оформление документации на государственном языке Российской Федерации, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста 	
ОК 09	<ul style="list-style-type: none"> - Демонстрация умений понимать тексты на базовые и профессиональные темы; - составлять необходимую документацию на государственном и иностранном языках 	

Рабочая программа профессионального модуля
«ПМн.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА»

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. Общая характеристика

- 1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы
- 1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

2. Структура и содержание профессионального модуля

- 2.1. Трудоемкость освоения модуля
- 2.2. Структура профессионального модуля
- 2.3. Содержание профессионального модуля
- 2.4. Курсовой проект (работа) (для специальностей СПО, если предусмотрено)

3. Условия реализации профессионального модуля

- 3.1. Материально-техническое обеспечение
- 3.2. Учебно-методическое обеспечение

4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

«ПМн.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга»

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Цель модуля: освоение вида деятельности «Организация и осуществление интернет-маркетинга».

Профессиональный модуль включен в обязательную часть образовательной программы.

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

Результаты освоения профессионального модуля соотносятся с планируемыми результатами освоения образовательной программы, представленными в матрице компетенций выпускника (п. 4.3.3 ОПОП).

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Код ОК, ПК	Уметь	Знать	Владеть навыками
ОК 01	распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте, анализировать и выделять её составные части определять этапы решения задачи, составлять план действия, реализовывать составленный план, определять необходимые ресурсы выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить структура плана для решения задач, алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях основные источники информации и ресурсы для решения задач и/или проблем в профессиональном и/или социальном контексте методы работы в профессиональной и смежных сферах порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности	-
ОК 02	определять задачи для поиска информации, планировать процесс поиска, выбирать необходимые источники информации выделять наиболее значимое в перечне информации, структурировать получаемую информацию, оформлять результаты поиска оценивать практическую значимость результатов поиска применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач использовать современное программное обеспечение в	номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности приемы структурирования информации формат оформления результатов поиска информации современные средства и устройства информатизации, порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности, в том числе цифровые средства психологические основы деятельности коллектива	-

	<p>профессиональной деятельности использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач</p>		
ОК 04	<p>организовывать работу коллектива и команды взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p>	<p>психологические особенности личности правила оформления документов</p>	-
ОК 05	<p>грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке проявлять толерантность в рабочем коллективе</p>	<p>правила построения устных сообщений особенности социального и культурного контекста</p>	-
ОК 09	<p>понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые) писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы</p>	<p>правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика) лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности особенности произношения правила чтения текстов профессиональной направленности</p>	-
ПК 3.1.	<p>выявлять технические ошибки в работе веб-сайта; документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта; формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити); выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов; выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в</p>	<p>основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов; основы веб-технологии; основы веб-дизайна; основы компьютерной грамотности; методы обработки текстовой информации; правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов; основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита; правил составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации;</p>	<p>проведения технического анализа аудируемого веб-сайта; проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта; проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.</p>

	<p>выдаче поисковой машины; использовать инструменты для проведения технического аудита.</p>	<p>основ оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; способов корректировки внутренних ошибок веб-сайта; особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов; особенности функционирования современных поисковых машин; правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта</p>	
<p>ПК 3.2.</p>	<p>определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче; составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи; актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет"; анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины; составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и</p>	<p>внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок; особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов; правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний; стандартов делового общения в письменной и устной форме; особенностей функционирования современных поисковых машин; правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта; правил формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов</p>	<p>анализа поисковой выдачи; анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи; анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет"; определения стратегии поискового продвижения; проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении; анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.</p>

	словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта; анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию.	страницы, описания страниц); методов обработки текстовой и графической информации; основ копирайтинга и веб-райтинга.	
ПК 3.3.	определять маркетинговые стратегии; составлять smm-стратегии; составлять контент-планы; создавать стратегии продвижения; сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов.	основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна; правил реферирования, аннотирования и редактирования текстов.	определения стратегии продвижения в социальных сетях.
ПК 3.4.	разрабатывать уникальные торговые предложения; разрабатывать рекламные модули; создавать стратегии продвижения; сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов; обосновывать выбор целевой аудитории; создавать тексты и рекламные слоганы.	перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети Интернет; особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа.	размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет»; размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет».
ПК 3.5.	создания текстов для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций; различать виды текстов; рассчитать бюджет на создание лендинга; писать технические задания на создание лендинга для сторонних организаций; определять СТА для лендингов; работать с бесплатными сервисами создания лендингов; создавать уникального торгового предложения для определенных задач; работать с сервисами рассылок.		разработки лендинга.
ПК 3.6	составлять информационно-аналитические справки; оформлять отчетные документы.	методов обработки текстовой информации и графической информации.	анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими

			по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы; анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании; составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.
--	--	--	--

2.1. Трудоемкость освоения модуля

Наименование составных частей модуля	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	236	152
Курсовой проект (работа)	-	-
Самостоятельная работа	-	-
Практика, в т.ч.:	108	108
учебная	36	36
производственная	72	72
Промежуточная аттестация	22	22
Всего	356	260

2.2. Структура профессионального модуля

Код ОК, ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Обучение по МДК, в т.ч.:	Учебные занятия	Курсовой проект (работа)	Самостоятельная работа	Учебная практика	Производственная практика
К 3.1. ПК 3.2. К 3.3. ПК 3.4. К 3.5. ПК 3.6 К 01, ОК 02 К 04, ОК 05, ОК 06	Технология интернет-маркетинга	226	152	226	222		4		
К 3.1. ПК 3.2. К 3.3. ПК 3.4. К 3.5. ПК 3.6 К 01, ОК 02 К 04, ОК 05, ОК 06	Учебная практика	36	36					36	
К 3.1. ПК 3.2. К 3.3. ПК 3.4. К 3.5. ПК 3.6 К 01, ОК 02	Производственная практика	72	72						72

К 04, ОК 05, ОК 06									
	Промежуточная аттестация	22	22						
	Всего:	356	282	226	222			36	72

1.3. Содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практических и лабораторных занятия, курсовой проект (работа)
Раздел 1. Технология интернет-маркетинга (226 часов)	
ДКн.03.01 Технология интернет-маркетинга	
Тема 1.1. Основы маркетинга	<p>Содержание</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Процесс управления маркетингом, основные этапы, проблемы реализации. 2. Сегментирование рынка и позиционирование товара на рынке. 3. Организация службы маркетинга на предприятии. 4. Маркетинговая среда предприятия в рыночной экономике. 5. Основные факторы микросреды функционирования фирмы. 6. Основные факторы макросреды функционирования фирмы. 7. Жизненный цикл товаров: основные стадии. 8. Продвижение товаров и услуг. <p>В том числе практических занятий</p> <p>Практическое занятие 1. Разработка схемы жизненного цикла товаров</p>
Тема 1.2. Определение и характеристики интернет-маркетинга	<p>Содержание</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Цели и задачи интернет-маркетинга. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу. 2. Основные клиенты интернет-маркетинга. 3. Преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей 4. Маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы и информационные системы
Тема 1.3. Инновации в маркетинге	<p>Содержание</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сервисные программы для оценки потребительской ценности. Программы лояльности 2. Новые решения для рекламы: Digital Signage, Indoor TV. 3. Информационные системы управления опытом потребителей <p>В том числе практических занятий</p> <p>Практическое занятие 2. Разработка форм опроса для сайта произвольной компании с целью определения отношения клиентов к ее товарам (услугам) с использованием цифровых технологий и электронной почты клиента</p> <p>Практическое занятие 3. Формирование отчета по поиску числа посетителей сайта, используя возможности маркетинговой программы (SerpParser или аналогичной): составьте отчет по поиску числа посетителей сайта предприятия по месяцам и дням, в том числе из разных поисковых систем.</p>
Тема 1.4. Целевая аудитория проекта в интернет-маркетинге	<p>Содержание</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие «целевая аудитория», виды целевой аудитории и способы ее анализа. 2. Определение, сегментация и составление портрета целевой аудитории проекта. <p>В том числе практических занятий</p> <p>Практическое занятие 4. Анализ внешней среды предприятия</p> <p>Практическое занятие 5. Анализ внутренней среды предприятия</p> <p>Практическое занятие 6. Определение целевой аудитории: выделить сегменты целевой аудитории, составить описание каждого сегмента с учетом следующих характеристик: фото типичного представителя, пол, возраст, география проживания, семейное положение, образование, доход, профессиональная деятельность, интересы, стиль жизни</p>
Тема 1.5.	Содержание

<p>Анализ готовности веб-сайта к продвижению</p>	<p>1. Исследование основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, веб-технологии, веб-дизайна, компьютерной грамотности</p>
	<p>2. Методы обработки текстовой информации, правила реферирования, цитирования и редактирования текстов,</p>
	<p>3. Основы письменной деловой коммуникации использования инструментов проведения технического аудита</p>
	<p>4. Правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации.</p>
	<p>5. Основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин. Способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта</p>
	<p>В том числе практических занятий</p>
	<p>Практическое занятие 7. Выявление технических ошибок в работе веб-сайта и их документирование</p>
	<p>Практическое занятие 8. Разработка предложений по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити)</p>
	<p>Практическое занятие 9. Выявление и анализ технических преимуществ веб-сайтов конкурентов</p>
	<p>Практическое занятие 10. Исследование особенностей эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющих на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины</p>
	<p>Практическое занятие 11. Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита</p>
<p>Тема 1.6. Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при риске необходимой информации информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p>Содержание</p>
	<p>1. Анализ внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок, особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов.</p>
	<p>2. Организация правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний, стандартов делового общения в письменной и устной форме, особенностей функционирования современных поисковых машин.</p>
	<p>3. Анализ правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта.</p>
	<p>4. Правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы).</p>
	<p>5. Методы обработки текстовой и графической информации основ копирайтинга и веб-райтинга.</p>
	<p>В том числе практических занятий</p>
	<p>Практическое занятие 12. Анализ практических ситуаций на определение факторов, влияющих на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче. Составление списка ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи.</p>
	<p>Практическое занятие 13. Анализ практических ситуаций на актуализацию информации о поведении пользователей веб-сайтов и заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», анализ собранной информации и принятие решения о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины.</p>
	<p>Практическое занятие 14. Анализ практических ситуаций по составлению списка ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин</p>
	<p>Практическое занятие 15. Анализ релевантности составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта, анализ списка ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию</p>
	<p>Практическое занятие 16. Создание информационных материалов методического характера</p>
	<p>Практическое занятие 17. Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем</p>

	<p>Практическое занятие 18. Анализ конкурентов. Анализ результатов поиска не менее 5 аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, и составление аналитической справки, в которой проведен анализ проектов (конкурентов) не менее чем по 5 критериям.</p>
	<p>Практическое занятие 19. Составление таблицы сравнительного анализа аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, проведение анализа проектов.</p>
	<p>Практическое занятие 20. Выявление страниц и (или) аккаунтов проектов (конкурентов) с проведением сравнительного анализа</p>
<p>Тема 1.7. Разработка стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализация в сети Интернет»</p>	<p>Содержание</p> <p>1. Понятие «стратегия продвижения». Виды и закономерности стратегии продвижения. Концепция продвижения, цели и задачи продвижения.</p> <p>2. Целевая аудитория, модели поведения аудитории и методы влияния на нее</p> <p>3. Понятие «социальная сеть», общие принципы работы виртуальных социальных сетей.</p> <p>4. SMM-стратегия, методы измерения эффективности, методы создания контента.</p> <p>5. Стратегия продаж через «блогосферу»</p> <p>6. Понятие и значение контент-плана в интернет-маркетинге. Виды контент-планов.</p> <p>7. Содержание контент-плана</p> <p>В том числе практических занятий</p> <p>Практическое занятие 21. Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях</p> <p>Практическое занятие 22. Составление рубрикатора с предоставлением не менее трех тем для каждой рубрики, определение форматов постов и описания требований к ним</p> <p>Практическое занятие 23. Разработка примеров для ведения аккаунтов / сообществ в социальных сетях, в том числе стиль текста, дизайн и оформление</p> <p>Практическое занятие 24. Разработка и анализ контент-плана для коммерческого предприятия</p> <p>Практическое занятие 25. Разработка и анализ контент-плана для производственного предприятия</p> <p>Практическое занятие 26. Разработка и анализ контент-плана для образовательного учреждения</p>
<p>Тема 1.8 Организация и проведение рекламных кампаний в социальных медиа, для привлечения пользователей в интернет-сообщество</p>	<p>Содержание</p> <p>1. Изучение перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «Интернет»</p> <p>2. Особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа</p> <p>3. Характеристика социальных медиа</p> <p>4. Анализ рекламных модулей.</p> <p>5. Анализ уникальных торговых предложений и рекламных рассылок</p> <p>В том числе практических занятий</p> <p>Практическое занятие 27. Разработка уникальных торговых предложений.</p> <p>Практическое занятие 28. Разработка рекламных модулей.</p> <p>Практическое занятие 29. Разработка стратегии продвижения товара.</p> <p>Практическое занятие 30. Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара</p>
<p>Тема 1.9. Создание лендинга</p>	<p>Содержание</p> <p>1. Понятие «landing page», классификация, этапы проектирования, структура.</p> <p>2. Конструкторы для создания «landing page».</p> <p>В том числе практических занятий</p> <p>Практическое занятие 31. Разработка лендинга для коммерческого предприятия</p> <p>Практическое занятие 32. Разработка лендинга для производственного предприятия</p>

	Практическое занятие 33. Разработка лендинга для образовательного учреждения
	Практическое занятие 34. Тестирование, внедрение и защита лендинга в сети «Интернет»
Тема 1.10. Анализ эффективности в интернет-маркетинге	Содержание 1. Концепции эффективности в интернет-маркетинге. 2. Методы измерения в интернете. 3. Методы идентификации посетителей. 4. Измерение эффективности интернет-маркетинга. 5. Анализ рекламной компании по стоимости клиентов и конверсии. В том числе практических занятий Практическое занятие 35. Анализ технологии меток. Практическое занятие 36. Анализ результатов маркетинговой активности. Практическое занятие 37. Анализ производных данных о пользователе. Практическое занятие 38. Расчет стоимости рекламной кампании. Практическое занятие 39. Анализ принципов медиапланирования в интернете
Обучающая практика (36 часов) Формы работ	<p>Определение целевой аудитории: выделить сегменты целевой аудитории, составить описание каждого сегмента с учетом следующих характеристик: фото типичного представителя, пол, возраст, география проживания, семейное положение, образование, доход, профессиональная деятельность, интересы, стиль жизни.</p> <p>Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита.</p> <p>Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.</p> <p>Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях.</p> <p>Разработка и анализ контент-плана для разных типов предприятий.</p> <p>Разработка уникальных торговых предложений.</p> <p>Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара.</p> <p>Анализ результатов маркетинговой активности.</p> <p>Расчет стоимости рекламной кампании.</p>
Производственная практика (72 часов) Формы работ	<p>Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта.</p> <p>Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта.</p> <p>Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.</p> <p>Анализ поисковой выдачи.</p> <p>Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи.</p> <p>Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p> <p>Определение стратегии поискового продвижения.</p> <p>Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении.</p> <p>Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.</p> <p>Определение стратегии продвижения в социальных сетях.</p> <p>Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</p> <p>Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</p> <p>Разработка лендинга.</p> <p>Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы.</p> <p>Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании.</p> <p>Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории.</p>
Промежуточная аттестация 12 часов Всего 356 часов	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинеты «Общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей» оснащенные в соответствии с приложением 3 ОПОП.

Базы практики, оснащенные в соответствии с приложением 3 ОПОП.

3.2. Учебно-методическое обеспечение

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/или электронные издания

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

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК, ОК	Критерии оценки результата (показатели освоения компетенций)	Формы контроля и методы оценки
ПК 3.1	<ul style="list-style-type: none">– выявляет технические ошибки в работе веб-сайта;– документирует выявленные ошибки в работе веб-сайта;– формулирует предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);– выявляет технические преимущества веб-сайтов конкурентов;– выявляет особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины; использует инструменты для проведения технического аудита	Контрольные работы, зачеты, квалификационные испытания, экзамены. Интерпретация результатов выполнения практических и лабораторных заданий, оценка решения ситуационных задач, оценка тестового контроля.
ПК 3.2	<ul style="list-style-type: none">– определяет факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче;– составляет список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;– актуализирует информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;– анализирует собранную информацию и принимает решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины;– составляет список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;– анализирует релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта; анализирует список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию	
ПК 3.3	<ul style="list-style-type: none">– определяет маркетинговые стратегии;– составляет SMM-стратегии;– составляет контент-планы;– создает стратегии продвижения;	

	проводит сегментацию целевой аудитории для разных задач и продуктов	
ПК 3.4	<ul style="list-style-type: none"> – разрабатывает уникальные торговые предложения; – разрабатывает рекламные модули; – создает стратегии продвижения; – сегментирует целевую аудиторию для разных задач и продуктов; – обосновывает выбор целевой аудитории; создает тексты и рекламные слоганы	
ПК 3.5	<ul style="list-style-type: none"> – создает тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций; – различает виды текстов; – рассчитывает бюджет на создание лендинга; – составляет техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций; – определяет СТА для лендингов; – работает с бесплатными сервисами создания лендингов; – создает уникальное торговое предложение для определенных задач; – работает с сервисами рассылок. 	
ПК 3.6	<ul style="list-style-type: none"> – составляет информационно-аналитические справки; оформляет отчетные документы.	
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> - Обоснованность планирования учебной и профессиональной деятельности; - соответствие результата выполнения профессиональных задач эталону (стандартам, образцам, алгоритму, условиям, требованиям или ожидаемому результату); - степень точности выполнения поставленных задач. 	
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> - Полнота охвата информационных источников; - скорость нахождения и достоверность информации; - обновляемость и пополняемость знаний, влияющих на результаты учебной и производственной деятельности. 	
ОК 04	<ul style="list-style-type: none"> - Осознание своей ответственности за результат коллективной, командной деятельности, готовности к сотрудничеству, использованию опыта коллег; - отсутствие негативных отзывов со стороны коллег и руководства. 	
ОК 05	<ul style="list-style-type: none"> - Демонстрация навыков грамотно общения и оформление документации на государственном языке Российской Федерации, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста 	
ОК 09	<ul style="list-style-type: none"> - Демонстрация умений понимать тексты на базовые и профессиональные темы; - составлять необходимую документацию на государственном и иностранном языках 	

Приложение 1.4

**к ОПОП по специальности
38.02.08 Торговое дело**

Рабочие программы практик

ОГЛАВЛЕНИЕ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ УП.01.02 ПМ 01 ОРГАНИЗАЦИЯ И
ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ ПП.01.03 ПМ.01 ОРГАНИЗАЦИЯ И
ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ УП.02.01 ПМ 02 ОРГАНИЗАЦИЯ И
ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ ПП.02.02 ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И
ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ УП.03.01 ПМ.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И
ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА (ПО ВЫБОРУ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ ПП.03.01 ПМ.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И
ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА (ПО ВЫБОРУ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

ПМ.01 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Специальность	38.02.08 Торговое дело
Профессиональный модуль	ПМ.01 Организация и осуществление торговой деятельности
Вид практики	Учебная
Наименование практики	УП.01.02 Торговая

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы практики

Рабочая программа практики является частью основной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства просвещения РФ от 19.07.2023 № 548, в части освоения основного вида профессиональной деятельности ПМ.01 Организация и осуществление торговой деятельности и соответствующих профессиональных компетенций:

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

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

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

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

ПК. 1.5. Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту.

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

Программа практики может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области торгового дела при наличии среднего (полного) общего образования.

1.2. Цели и задачи практики – требования к результатам прохождения практики

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

иметь практический опыт:

- поиска и систематизации открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции;
- проведения анализа и оценки объема спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках;
- обработки, формирования и хранения данных, информации, документов, в том числе полученных от поставщиков (подрядчиков, исполнителей);
- составления перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации;
- подготовки рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка;
- проведения анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков, мониторинга внутренних и внешних рынков;
- подготовки аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках;
- оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;

- мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок;
- установления контактов с деловыми партнерами, заключения договоров, предъявления претензий;
- составления деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров, проведения безналичных расчетов;
- формирования начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки,

требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта;

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

уметь:

- пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внешних и внутренних рынках;
- проводить исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров;
- обобщать и систематизировать коммерческую информацию, формировать базы данных с информацией о ценах на товары, работы, услуги, требованиях внешних и внутренних рынков к товарной продукции, статистически ее обрабатывать в формате электронных таблиц и формулировать аналитические выводы;
- анализировать внешнюю конкурентную среду для выявления аналогичных или взаимозаменяемых товаров;
- создавать и вести информационную базу данных поставщиков и покупателей;
- составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию;
- обобщать полученную информацию, обрабатывать ее с применением программных продуктов;
- обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов.
- применять нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений;
- осуществлять выбор поставщиков;
- оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ;
- составлять документы, деловые письма, предложения, заказы на поставку товаров, осуществлять безналичные расчеты, в т.ч. с использованием современных технических средств;
- создавать и вести информационную базу поставщиков и покупателей с применением технологий больших данных;
- обобщать полученную информацию, статистически ее обрабатывать и формулировать аналитические выводы, архивировать полученную информацию и обеспечивать ее безопасность;
- работать в единой информационной системе;
- применять основные положения нормативно-правовых актов в сфере закупочной деятельности;
- составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию;
- обосновывать начальную (максимальную) цену закупки;
- описывать объект закупки;
- разрабатывать закупочную документацию;
- работать в единой информационной системе;
- взаимодействовать с закупочными комиссиями и технически обеспечивать деятельность закупочных комиссий;
- анализировать поступившие заявки, оценивать результаты и подводить итоги закупочной процедуры;
- формировать и согласовывать протоколы заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок;
- проверять необходимую документацию для заключения контрактов и осуществлять процедуру подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями);
- классифицировать товары на внутренних и внешних рынках;
- разрабатывать тексты рекламной информации о товарах отечественного производства на иностранном языке для последующего распространения на внешних рынках;
- осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта;
- осуществлять взаимодействие с участниками внешнеторгового контракта;
- подготавливать коммерческие предложения, запросы;
- оформлять документацию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и международных актов;

- составлять и оформлять отчет, содержащий информацию о ходе исполнения контракта, о соблюдении промежуточных и окончательных сроков исполнения контракта, о ненадлежащем исполнении контракта (с указанием допущенных нарушений) или о неисполнении контракта и о санкциях, которые применены в связи с нарушением условий контракта или его неисполнением, об изменении или о расторжении контракта в ходе его исполнения, об изменении контракта или о расторжении контракта;
 - осуществлять организацию оплаты/возврата денежных средств, организовывать уплату денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях;
 - обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов;
 - осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота;
 - осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ;
 - осуществлять процесс управления доставкой товаров покупателю используя возможности интернет-вещей;
 - проводить анализ перемещения покупателей по торговому залу по данным камер видео наблюдений с целью оптимизации торгового пространства;
 - осуществлять контроль за количеством и сроками хранения продовольственных товаров с применением датчиков контроля (интернет-вещей);
 - использовать технологии дополненной реальности для повышения объема продаж;
 - применять цифровые вывески с использованием компьютерного зрения;
 - применять технологии интернет-вещей в организации работы торговых площадок;
 - управлять полочным пространством магазина в облачной ABM SHELF;
 - оформлять факт продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС;
 - применять электронный документооборот;
 - осуществлять торгово-технологические процессы, в том числе, с использованием техники эффективных коммуникаций.
 - применять основные ИИ-решения - системы распознавания естественного языка, интеллектуальные системы поддержки принятия решений, распознавания и синтез речи, интеллектуальный анализ текстовых документов, роботы, видео аналитика, чат-боты;
 - оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ;
 - осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота;
- пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внутренних внешних рынках.

1.3 Количество часов на освоение рабочей программы практики:

Всего 1 неделя 36 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

Результатом освоения программы практики является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности: ПМ.01 Организация и осуществление торговой деятельности, в том числе профессиональными компетенциями (ПК), общими компетенциями (ОК)

Код	Наименование результата обучения
ПК 1.1.	Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.
ПК 1.2.	Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта.
ПК 1.3.	Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.
ПК 1.4.	Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение.
ПК 1.5.	Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту.
ПК 1.6.	Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
ОК09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

3.1 Тематический план практики (УП.01.02 Торговая)

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов практики	Объем времени, отведенный на освоение практики	
		количество часов	количество недель
1	2	3	4
ПК 1.1. ПК 1.2, ПК 1.6.	1. . Организация и осуществление продаж	36	1
	Всего:	36	1

3.2 Содержание практики (УП.01.02Торговая)

Наименования разделов практики	Виды выполняемых работ/направления деятельности	Содержание работ/деятельности	Количество часов
1. Организация и осуществление продаж	1.1 Вводный инструктаж на рабочем месте	Изучение инструкций по безопасности труда. Противопожарные мероприятия. Промышленно-санитарное законодательство. Основные понятия о гигиене труда. Гигиенические требования к рабочей одежде. Производственная санитария и ее задачи.	6
	1.2 Организация торговой-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынке	Составление перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации. Подготовка рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка. Составление коммерческого предложения, запроса, оферты, сопроводительного письма. Подготовка сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внутреннем и внешнем рынках. Формирование списка потенциальных партнеров для заключения договоров на поставку и/или заключения внешнеторгового контракта. Формирование проекта договора поставки и/или внешнеторгового контракта.	15
	1.3 Организация и осуществление продаж	Документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; Оформление претензий при нарушении договорных обязательств; Подготовка алгоритма по организации претензионной работы. Оформление продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей. Формирование начальной (максимальной) цены закупки описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта.	15
Итого			36

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

4.1 Материально-техническое обеспечение процесса практики

Для реализации программы практики УП 01.02 «Торговая» предусмотрены следующие специальные помещения:

Учебная практика по специальности проводится на учебных лабораториях ОГБПОУ СмолАПО

4.2 Информационное обеспечение процесса практики

Для реализации программы библиотечный фонд колледжа имеет печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе

4.2.1. Основные печатные издания

1. Жулидов, С. И. Организация торговли: учебник / С.И. Жулидов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2024. — 350 с. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/987233. - ISBN 978-5-8199-0842-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1820262>

2. Заволокина, Л. И. Мировая экономика: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. И. Заволокина, Н. А. Диесперова. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 182 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13765-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497346>

3. Иванов, Г. Г. Экономика торговой организации: учебник / Г.Г. Иванов. — Москва: ИНФРА-М, 2024. — 182 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016902-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1343176>

4.2.2. Электронные издания (электронные ресурсы)

1. Образовательная платформа ЮРАЙТ. Режим доступа <https://urait.ru>
2. Электронно-библиотечная система «Znanium». Режим доступа <http://znanium.com>
3. Информационно правовой портал <http://konsultant.ru/>
4. Информационно правовой портал <http://www.garant.ru/>
5. Официальный сайт Министерства Финансов Российской Федерации <https://www.minfin.ru/>

4.3 Общие требования к организации практики

Сроки проведения практики устанавливаются образовательной организацией в соответствии с программой подготовки специалистов среднего звена и графиком учебного процесса по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Учебная практика проводится по окончании изучения МДК 01.01. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках, МДК 01.02. Организация и осуществление продаж, МДК 01.03. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд при условии обеспечения связи между теоретическим обучением и содержанием практики.

Учебная практика реализуется в форме практической подготовки.

4.4 Кадровое обеспечение процесса практики

Учебная практика проводится мастерами производственного обучения и (или) преподавателями дисциплин профессионального цикла.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК. 1.1. Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.	Обоснованный анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.	Экспертная оценка выполнения производственного задания (аттестационные листы, дневник) и задания по практике (отчет); зачёт по практике; квалификационный экзамен; экспертная оценка портфолио (аттестационные листы, свидетельства, сертификаты характеристики, отзывы, грамоты)
ПК. 1.2. Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта.	Установленные хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта.	
ПК. 1.6. Организовывать выполнение торговых технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.	Контроль выполнения торговых технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий	

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

ПМ.01 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Специальность	38.02.08 Торговое дело
Профессиональный модуль	ПМ.01 Организация и осуществление торговой деятельности
Вид практики	Производственная
Наименование практики	ПП.01.03 Управленческая

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы практики

Рабочая программа практики является частью основной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства Просвещения РФ от 19.07.2023 № 548 в части освоения основного вида профессиональной деятельности ПМ.01 Организация и осуществление торговой деятельности и соответствующих профессиональных компетенций:

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

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

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

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

ПК. 1.5. Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту.

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

Программа практики может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области торгового дела при наличии среднего (полного) общего образования.

1.2. Цели и задачи практики – требования к результатам прохождения практики

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

иметь практический опыт:

- поиска и систематизации открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции;
- проведения анализа и оценки объема спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках;
- обработки, формирования и хранения данных, информации, документов, в том числе полученных от поставщиков (подрядчиков, исполнителей);
- составления перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации;
- подготовки рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка;
- проведения анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков, мониторинга внутренних и внешних рынков;
- подготовки аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках;
- оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;

- мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок;
- установления контактов с деловыми партнерами, заключения договоров, предъявления претензий;
- составления деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров, проведения безналичных расчетов;
- формирования начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки,

требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта;

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

уметь:

- пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внешних и внутренних рынках;
- проводить исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров;
- обобщать и систематизировать коммерческую информацию, формировать базы данных с информацией о ценах на товары, работы, услуги, требованиях внешних и внутренних рынков к товарной продукции, статистически ее обрабатывать в формате электронных таблиц и формулировать аналитические выводы;
- анализировать внешнюю конкурентную среду для выявления аналогичных или взаимозаменяемых товаров;
- создавать и вести информационную базу данных поставщиков и покупателей;
- составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию;
- обобщать полученную информацию, обрабатывать ее с применением программных продуктов;
- обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов.
- применять нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений;
- осуществлять выбор поставщиков;
- оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ;
- составлять документы, деловые письма, предложения, заказы на поставку товаров, осуществлять безналичные расчеты, в т.ч. с использованием современных технических средств;
- создавать и вести информационную базу поставщиков и покупателей с применением технологий больших данных;
- обобщать полученную информацию, статистически ее обрабатывать и формулировать аналитические выводы, архивировать полученную информацию и обеспечивать ее безопасность;
- работать в единой информационной системе;
- применять основные положения нормативно-правовых актов в сфере закупочной деятельности;
- составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию;
- обосновывать начальную (максимальную) цену закупки;
- описывать объект закупки;
- разрабатывать закупочную документацию;
- работать в единой информационной системе;
- взаимодействовать с закупочными комиссиями и технически обеспечивать деятельность закупочных комиссий;
- анализировать поступившие заявки, оценивать результаты и подводить итоги закупочной процедуры;
- формировать и согласовывать протоколы заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок;
- проверять необходимую документацию для заключения контрактов и осуществлять процедуру подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями);
- классифицировать товары на внутренних и внешних рынках;
- разрабатывать тексты рекламной информации о товарах отечественного производства на иностранном языке для последующего распространения на внешних рынках;
- осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта;
- осуществлять взаимодействие с участниками внешнеторгового контракта;
- подготавливать коммерческие предложения, запросы;
- оформлять документацию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и международных актов;

- составлять и оформлять отчет, содержащий информацию о ходе исполнения контракта, о соблюдении промежуточных и окончательных сроков исполнения контракта, о ненадлежащем исполнении контракта (с указанием допущенных нарушений) или о неисполнении контракта и о санкциях, которые применены в связи с нарушением условий контракта или его неисполнением, об изменении или о расторжении контракта в ходе его исполнения, об изменении контракта или о расторжении контракта;
 - осуществлять организацию оплаты/возврата денежных средств, организовывать уплату денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях;
 - обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов;
 - осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота;
 - осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ;
 - осуществлять процесс управления доставкой товаров покупателю используя возможности интернет-вещей;
 - проводить анализ перемещения покупателей по торговому залу по данным камер видео наблюдений с целью оптимизации торгового пространства;
 - осуществлять контроль за количеством и сроками хранения продовольственных товаров с применением датчиков контроля (интернет-вещей);
 - использовать технологии дополненной реальности для повышения объема продаж;
 - применять цифровые вывески с использованием компьютерного зрения;
 - применять технологии интернет-вещей в организации работы торговых площадок;
 - управлять полочным пространством магазина в облачной ABM SHELF;
 - оформлять факт продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС;
 - применять электронный документооборот;
 - осуществлять торгово-технологические процессы, в том числе, с использованием техники эффективных коммуникаций.
 - применять основные ИИ-решения - системы распознавания естественного языка, интеллектуальные системы поддержки принятия решений, распознавания и синтез речи, интеллектуальный анализ текстовых документов, роботы, видео аналитика, чат-боты;
 - оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ;
 - осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота;
- пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внутренних внешних рынках.

1.3 Количество часов на освоение рабочей программы практики:

Всего 2 недели 72 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

Результатом освоения программы практики является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности: ПМ.01 Организация и осуществление торговой деятельности, в том числе профессиональными компетенциями (ПК), общими компетенциями (ОК)

Код	Наименование результата обучения
ПК 1.1.	Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.
ПК 1.2.	Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта.
ПК 1.3.	Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.
ПК 1.4.	Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение.
ПК 1.5.	Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту.
ПК 1.6.	Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
ОК09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

3.1 Тематический план практики (ПП.01.03Управленческая)

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов практики	Объем времени, отведенный на освоение практики	
		количество часов	количество недель
1	2	3	4
ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.3	Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	72	2
	Всего:	72	2

3.2 Содержание практики (ПП.01.03Управленческая)

Наименования разделов практики	Виды выполняемых работ/ направления деятельности	Содержание работ/деятельности	Количество часов
1. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	1.1 Вводный инструктаж на рабочем месте	Изучение инструкций по безопасности труда. Противопожарные мероприятия. Промышленно-санитарное законодательство. Основные понятия о гигиене труда. Гигиенические требования к рабочей одежде. Производственная санитария и ее задачи. Анализ состояния техники безопасности в магазине и подготовка выводов о соблюдении правил охраны труда и техники безопасности	6
	1.2 Проведение анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков и подготовка аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках.	Проведение анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков и подготовка аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках. Осуществление проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта. Подготовка процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом.	18
	1.3 Приемка товаров по количеству и качеству;	Осуществление приемки товаров по количеству и качеству; Изучение инструкций по охране труда.	12
	1.4 Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	Составление и оформление закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры.	36
Итого			72

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

4.1 Материально-техническое обеспечение процесса практики

Для реализации программы практики ПП 01.03 «Управленческая» предусмотрены следующие специальные помещения:

Производственная практика по специальности проводится на предприятиях различных форм собственности.

4.2 Информационное обеспечение процесса практики

Для реализации программы библиотечный фонд Академии имеет печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе

4.2.1. Основные печатные издания

4. Жулидов, С. И. Организация торговли: учебник / С.И. Жулидов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2024. — 350 с. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/987233. - ISBN 978-5-8199-0842-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1820262>

5. Заволокина, Л. И. Мировая экономика: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. И. Заволокина, Н. А. Диесперова. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 182 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13765-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497346>

6. Иванов, Г. Г. Экономика торговой организации: учебник / Г.Г. Иванов. — Москва: ИНФРА-М, 2024. — 182 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016902-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1343176>

4.2.2. Электронные издания (электронные ресурсы)

1. Образовательная платформа ЮРАЙТ. Режим доступа <https://urait.ru>
2. Электронно-библиотечная система «Znanium». Режим доступа <http://znanium.com>
3. Информационно правовой портал <http://konsultant.ru/>
4. Информационно правовой портал <http://www.garant.ru/>
5. Официальный сайт Министерства Финансов Российской Федерации <https://www.minfin.ru/>

4.3 Общие требования к организации практики

Сроки проведения практики устанавливаются образовательной организацией в соответствии с программой подготовки специалистов среднего звена и графиком учебного процесса по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Производственная практика проводится по окончании изучения МДК 01.01. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках, МДК 01.02. Организация и осуществление продаж, МДК 01.03. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд при условии обеспечения связи между теоретическим обучением и содержанием практики.

Производственная практика реализуется в форме практической подготовки.

4.4 Кадровое обеспечение процесса практики

Организацию и руководство производственной практикой по профилю специальности и осуществляют руководители практики от образовательной организации и от организации.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
<p>ПК. 1.1. Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.</p>	<p>Обоснованный анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.</p>	<p>Экспертная оценка выполнения производственного задания (аттестационные листы, дневник) и задания по практике (отчет); зачёт по практике; квалификационный экзамен; экспертная оценка портфолио (аттестационные листы, свидетельства, сертификаты характеристики, отзывы, грамоты)</p>
<p>ПК. 1.2. Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта.</p>	<p>Установленные хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта.</p>	
<p>ПК. 1.3. Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.</p>	<p>Точность и грамотность оформления документов в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.</p>	

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

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

Специальность	38.02.08 Торговое дело
Профессиональный модуль	ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли
Вид практики	Учебная
Наименование практики	УП.02.01 Маркетинговая

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы практики

Рабочая программа практики является частью основной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства Просвещения РФ от 19.07.2023 № 548, в части освоения основного вида профессиональной деятельности ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли и соответствующих профессиональных компетенций:

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

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

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

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

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

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

ПК 2.7. Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности.

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

Программа практики может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области торгового дела при наличии среднего (полного) общего образования.

1.2. Цели и задачи практики – требования к результатам прохождения практики

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

иметь практический опыт:

- 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.

1.3 Количество часов на освоение рабочей программы практики:

Всего 2 недели 72 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

Результатом освоения программы практики является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности: ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли, в том числе профессиональными компетенциями (ПК), общими компетенциями (ОК)

Код	Наименование результата обучения
ПК 2.1.	Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.
ПК 2.2.	Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации.
ПК 2.3.	Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий.
ПК 2.4.	Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках.
ПК 2.5.	Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов.
ПК 2.6.	Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов.
ПК 2.7.	Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности.
ПК 2.8.	Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы.
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
ОК09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

3.1 Тематический план практики (УП.02.01Маркетинговая)

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов практики	Объем времени, отведенный на освоение практики	
		количество часов	количество недель
1	2	3	4
ПК 2.1. ПК 2.2 ПК 2.4 ПК 2.5	Технология проведения маркетинговых исследований	72	2
	Всего:	72	2

3.2 Содержание практики (УП.02.01Маркетинговая)

Наименования разделов практики	Виды выполняемых работ/направления деятельности	Содержание работ/деятельности	Количество часов
1. Технология проведения маркетинговых исследований	1.1 Вводный инструктаж на рабочем месте	- Изучение инструкций по безопасности труда. Противопожарные мероприятия. Промышленно-санитарное законодательство. Основные понятия о гигиене труда. Гигиенические требования к рабочей одежде. Производственная санитария и ее задачи.	6
	1.2 Технология проведения маркетинговых исследований	<ul style="list-style-type: none"> - Сбор информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы. - Проведение Pest анализа, применение метода Ансоффа-Пинье для описания бизнес-модели предпринимательской единицы - <i>Выполнение отдельных этапов разработки бизнес-плана:</i> - Составление визитки команды. - Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы. - Определение целевой аудитории по методу Шеррингтона. - Построение модели Остервальдера. 	30

	<p>1.3 Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой организации, по данным которой проводится маркетинговое исследование.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирования целей маркетингового исследования - Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач. - Определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли. - <i>Разработка и заполнение финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением специализированных программных продуктов</i> - Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов. - Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования . - Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода. - Расчеты цен и себестоимости. - Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении - Составление плана переменных расходов - Расчет точки безубыточности - Составление бюджета доходов и расходов 	36
		<ul style="list-style-type: none"> - Составление бюджета движения денежных средств - Построение модели Остервальдера. - Определение бизнес-процессов и составление схемы оказания услуг. 	
Итого			72

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

4.1 Материально-техническое обеспечение процесса практики

Для реализации программы практики УП 02.01 «Маркетинговая» предусмотрены следующие специальные помещения:

Учебная практика по специальности проводится на учебных лабораториях ОГБПОУ СмолАПО

4.2 Информационное обеспечение процесса практики

Для реализации программы библиотечный фонд колледжа имеет печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе

4.2.1. Основные печатные издания

7. Лукина, А. В. Маркетинг: учебное пособие / А.В. Лукина. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2024. — 238 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-694-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2110941>
8. Памбухчиянц, О. В. Основы коммерческой деятельности: учебник / О. В. Памбухчиянц. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 260 с. - ISBN 978-5-394-05058-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2083275>

4.2.2. Электронные издания (электронные ресурсы)

1. Образовательная платформа ЮРАЙТ. Режим доступа <https://urait.ru>
2. Электронно-библиотечная система «Znanium». Режим доступа <http://znanium.com>
3. Информационно правовой портал <http://konsultant.ru/>
4. Информационно правовой портал <http://www.garant.ru/>
5. Официальный сайт Министерства Финансов Российской Федерации <https://www.minfin.ru/>

4.3 Общие требования к организации практики

Сроки проведения практики устанавливаются образовательной организацией в соответствии с программой подготовки специалистов среднего звена и графиком учебного процесса по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Учебная практика проводится по окончании изучения МДК.02.01 Технология проведения маркетинговых исследований.

Учебная практика реализуется в форме практической подготовки

4.4 Кадровое обеспечение процесса практики

Учебная практика проводится мастерами производственного обучения и (или) преподавателями дисциплин профессионального цикла.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 2.1. Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.	Проведенные маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.	Экспертная оценка выполнения производственного задания (аттестационные листы, дневник) и задания по практике (отчет); зачёт по практике; квалификационный экзамен; экспертная оценка портфолио (аттестационные листы, свидетельства, сертификаты характеристики, отзывы, грамоты)
ПК 2.2. Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации.	Разработанные предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации.	
ПК 2.4. Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках.	Определенные 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.	Предложенный бизнес-план и финансовая модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов.	

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

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

Специальность	38.02.08 Торговое дело
Профессиональный модуль	ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли
Вид практики	Производственная
Наименование практики	Рабочая программа ПП.02.02 Предпринимательская

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы практики

Рабочая программа практики является частью основной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства Просвещения РФ от 19.07.2023 № 548 в части освоения основного вида профессиональной деятельности ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли и соответствующих профессиональных компетенций:

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

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

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

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

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

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

ПК 2.7. Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности.

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

Программа практики может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области торгового дела при наличии среднего (полного) общего образования.

1.2. Цели и задачи практики – требования к результатам прохождения практики

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

иметь практический опыт:

- 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.

1.3 Количество часов на освоение рабочей программы практики:

Всего 5 недель 288 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

Результатом освоения программы практики является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности: ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли, в том числе профессиональными компетенциями (ПК), общими компетенциями (ОК)

Код	Наименование результата обучения
ПК 2.1.	Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.
ПК 2.2.	Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации.
ПК 2.3.	Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий.
ПК 2.4.	Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках.
ПК 2.5.	Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов.
ПК 2.6.	Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов.
ПК 2.7.	Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности.
ПК 2.8.	Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы.
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
ОК09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

3.1 Тематический план практики (Рабочая программа ПП.02.02 Предпринимательская)

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов практики	Объем времени, отведенный на освоение практики	
		количество часов	количество недель
1	2	3	4
ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5	Ценообразование в торговой деятельности.	288	5
	Всего:	288	5

3.2 Содержание практики (Рабочая программа ПП.02.02 Предпринимательская)

Наименования разделов практики	Виды выполняемых работ/направления деятельности	Содержание работ/деятельности	Количество часов
1 Ценообразование в торговой деятельности. 2..	1.1 Вводный инструктаж на рабочем месте	<p>- Изучение инструкций по безопасности труда. Противопожарные мероприятия. Промышленно-санитарное законодательство. Основные понятия о гигиене труда. Гигиенические требования к рабочей одежде. Производственная санитария и ее задачи.</p> <p>- Анализ состояния техники безопасности в магазине и подготовка выводов о соблюдении правил охраны труда и техники безопасности</p>	36
	1.2 Ценообразование в торговой деятельности.	<p>- Исследование рынка, проведение статистических исследований по ценовым показателям</p> <p>- Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой организации, по данным которой проводится маркетинговое исследование.</p> <p>- Применение сквозных цифровых технологий при проведении работ по анализу ценовых показателей товаров (перечень товаров подбирает обучающийся по согласованию с руководителем учебной практики).</p> <p>- Анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации.</p> <p>- Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках.</p> <p>- Оформление результатов анализа ценовой политики и ценовой стратегии торгового предприятия.</p> <p>- Представление презентации по итогам анализа ценообразования торгового предприятия.</p> <p>- Проверка обоснованности заявленных цен на товары, работы, услуги</p> <p>- Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации</p>	
Итого			288

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

4.1 Материально-техническое обеспечение процесса практики

Для реализации программы практики ПП 02.02 «Предпринимательская» предусмотрены следующие специальные помещения:

Производственная практика по специальности проводится на предприятиях различных форм собственности.

4.2 Информационное обеспечение процесса практики

Для реализации программы библиотечный фонд колледжа имеет печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе

4.2.1. Основные печатные издания

9. Лукина, А. В. Маркетинг: учебное пособие / А.В. Лукина. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2024. — 238 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-694-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2110941>
10. Памбухчиянц, О. В. Основы коммерческой деятельности: учебник / О. В. Памбухчиянц. - 5-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 260 с. - ISBN 978-5-394-05058-9. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2083275>

4.2.2. Электронные издания (электронные ресурсы)

1. Образовательная платформа ЮРАЙТ. Режим доступа <https://urait.ru>
2. Электронно-библиотечная система «Znanium». Режим доступа <http://znanium.com>
3. Информационно правовой портал <http://konsultant.ru/>
4. Информационно правовой портал <http://www.garant.ru/>
5. Официальный сайт Министерства Финансов Российской Федерации <https://www.minfin.ru/>

4.3 Общие требования к организации практики

Сроки проведения практики устанавливаются образовательной организацией в соответствии с программой подготовки специалистов среднего звена и графиком учебного процесса по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Учебная практика проводится по окончании МДК.02.02 Ценообразование в торговой деятельности при условии обеспечения связи между теоретическим обучением и содержанием практики.

Производственная практика реализуется в форме практической подготовки.

4.4 Кадровое обеспечение процесса практики

Организацию и руководство учебной практикой по профилю специальности и осуществляют руководители практики от образовательной организации и от организации.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 2.3. Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий.	Проведенный сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий.	
ПК 2.4. Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках.	Определенные 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.	Предложенный бизнес-план и финансовая модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов.	

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

**ПМ.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА
(по выбору)**

Специальность	38.02.08 Торговое дело
Профессиональный модуль	ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору)
Вид практики	Учебная
Наименование практики	УП.03.01 Технологическая

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы практики

Рабочая программа практики является частью основной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства Просвещения РФ от 19.07.2023 № 548 в части освоения основного вида профессиональной деятельности ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору) и соответствующих профессиональных компетенций:

ПК 3.1. Определять готовность веб-сайта к продвижению.

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

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

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

ПК 3.5. Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика.

ПК 3.6. Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

Программа практики может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области торгового дела при наличии среднего (полного) общего образования.

1.2. Цели и задачи практики – требования к результатам прохождения практики

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

иметь практический опыт:

- проведения технического анализа аудируемого веб-сайта;
- проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта;
- проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта;
- анализа поисковой выдачи;
- анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи;
- анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";
- определения стратегии поискового продвижения;
- проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении;
- анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем;
- определения стратегии продвижения в социальных сетях;
- размещения текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-

телекоммуникационной сети «Интернет»;

- размещения медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
- разработки лендинга;
- анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы;

- анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании;
- составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.

уметь:

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

1.3 Количество часов на освоение рабочей программы практики:

Всего 1 недели 36 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

Результатом освоения программы практики является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности: ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору), в том числе профессиональными компетенциями (ПК), общими компетенциями (ОК)

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Определять готовность веб-сайта к продвижению.
ПК 3.2.	Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".
ПК 3.3.	Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки.
ПК 3.4.	Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество.
ПК 3.5.	Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика.
ПК 3.6.	Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
ОК09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

7. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

3.1 Тематический план практики (УП.03.01Технологическая)

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов практики	Объем времени, отведенный на освоение практики	
		количество часов	количество недель
1	2	3	4
ПК 3.1. ПК 3.2. ПК 3.3 ПК 3.4 ПК 3.5.ПК 3.6.	1. Технология интернет-маркетинга	36	1
	Всего:	36	1

3.2 Содержание практики (УП.03.01Технологическая)

Наименования разделов практики	Виды выполняемых работ/направления деятельности	Содержание работ/деятельности	Количество часов
1. Технология интернет-маркетинга	1.1 Вводный инструктаж на рабочем месте	Изучение инструкций по безопасности труда. Противопожарные мероприятия. Промыленно-санитарное законодательство. Основные понятия о гигиене труда. Гигиенические требования к рабочей одежде. Производственная санитария и ее задачи.	4
	1.2 Технология интернет-маркетинга	<ol style="list-style-type: none"> 1. Определение целевой аудитории: выделить сегменты целевой аудитории, составить описание каждого сегмента с учетом следующих характеристик: фото типичного представителя, пол, возраст, география проживания, семейное положение, образование, доход, профессиональная деятельность, интересы, стиль жизни. 2. Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита. 3. Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем. 4. Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях. 5. Разработка и анализ контент-плана для разных типов предприятий. 6. Разработка уникальных торговых предложений. 7. Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара. 8. Анализ результатов маркетинговой активности. <p>Расчет стоимости рекламной кампании.</p>	32
Итого			36

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

4.1 Материально-техническое обеспечение процесса практики

Для реализации программы практики УП 03.01 «Технологическая» предусмотрены следующие специальные помещения:

Учебная практика по специальности проводится на учебных лабораториях ОГБПОУ СмолАПО

4.2 Информационное обеспечение процесса практики

Для реализации программы библиотечный фонд колледжа имеет печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе

4.2.1. Основные печатные издания

11. Лукина, А. В. Маркетинг: учебное пособие / А.В. Лукина. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2024. — 238 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-694-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2110941>
12. Герасимова, Е. Б. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / Е.Б. Герасимова. — Москва: ИНФРА-М, 2024. — 262 с. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/1225040. - ISBN 978-5-16-016738-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2115758>
3. Финансовое планирование и бюджетирование: учебное пособие / В.Н. Незамайкин, Н.А. Платонова, И.М. Поморцева [и др.]; под ред. В.Н. Незамайкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 112 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-015705-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1998740>

4.2.2. Электронные издания (электронные ресурсы)

1. Образовательная платформа ЮРАЙТ. Режим доступа <https://ura.it>
2. Электронно-библиотечная система «Znanium». Режим доступа <http://znanium.com>
3. Информационно правовой портал <http://konsultant.ru/>
4. Информационно правовой портал <http://www.garant.ru/>
5. Официальный сайт Министерства Финансов Российской Федерации <https://www.minfin.ru/>

4.3 Общие требования к организации практики

Сроки проведения практики устанавливаются образовательной организацией в соответствии с программой подготовки специалистов среднего звена и графиком учебного процесса по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Учебная практика проводится по окончании изучения МДК МДК.03.01 Технология интернет-маркетинга при условии обеспечения связи между теоретическим обучением и содержанием практики.

Учебная практика реализуется в форме практической подготовки

4.4 Кадровое обеспечение процесса практики

Учебная практика проводится мастерами производственного обучения и (или) преподавателями дисциплин профессионального цикла.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 3.1. Определять готовность веб-сайта к продвижению.	Уметь идентифицировать готовность веб-сайта к продвижению	Экспертная оценка выполнения производственного задания (аттестационные листы, дневник) и задания по практике (отчет); зачёт по практике; квалификационный экзамен; экспертная оценка портфолио (аттестационные листы, свидетельства, сертификаты характеристики, отзывы, грамоты)
ПК 3.2. Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".	Проводить анализ интернет-пространства, а также поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".	
ПК 3.3. Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки.	Уметь оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки.	
ПК 3.4. Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество.	Уметь проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество.	
ПК 3.5. Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика.	Уметь составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика.	
ПК 3.6. Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".	Уметь проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".	

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ

**ПМ.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА
(по выбору)**

Специальность	38.02.08 Торговое дело
Профессиональный модуль	ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору)
Вид практики	Производственная
Наименование практики	ПП.03.01 Сбытовая

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы практики

Рабочая программа практики является частью основной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства Просвещения РФ от 19.07.2023 № 548 в части освоения основного вида профессиональной деятельности ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору) и соответствующих профессиональных компетенций:

ПК 3.1. Определять готовность веб-сайта к продвижению.

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

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

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

ПК 3.5. Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика.

ПК 3.6. Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

Программа практики может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области торгового дела при наличии среднего (полного) общего образования.

1.2. Цели и задачи практики – требования к результатам прохождения практики

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

иметь практический опыт:

- проведения технического анализа аудируемого веб-сайта;
- проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта;
- проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта;
- анализа поисковой выдачи;
- анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи;
- анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";
- определения стратегии поискового продвижения;
- проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении;
- анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем;
- определения стратегии продвижения в социальных сетях;
- размещения текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;

- размещения медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
- разработки лендинга;
- анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы;

- анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании;
- составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.

уметь:

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

1.3 Количество часов на освоение рабочей программы практики:

Всего 2 недели 72 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

Результатом освоения программы практики является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности: ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору), в том числе профессиональными компетенциями (ПК), общими компетенциями (ОК)

Код	Наименование результата обучения
ПК 3.1.	Определять готовность веб-сайта к продвижению.
ПК 3.2.	Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".
ПК 3.3.	Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки.
ПК 3.4.	Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество.
ПК 3.5.	Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика.
ПК 3.6.	Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
ОК09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

8. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

3.1 Тематический план практики (ПП.03.01Сбытовая)

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов практики	Объем времени, отведенный на освоение практики	
		количество часов	количество недель
1	2	3	4
ПК 3.1. ПК 3.2. ПК 3.3 ПК 3.4 ПК 3.5.ПК 3.6.	2. Технология интернет-маркетинга	72	2
	Всего:	72	2

3.2 Содержание практики (ПП.03.01Сбытовая)

Наименования разделов практики	Виды выполняемых работ/ направления деятельности	Содержание работ/деятельности	Количество часов
1. Технология интернет-маркетинга	1.1 Вводный инструктаж на рабочем месте	Изучение инструкций по безопасности труда. Противопожарные мероприятия. Промышленно-санитарное законодательство. Основные понятия о гигиене труда. Гигиенические требования к рабочей одежде. Производственная санитария и ее задачи. Анализ состояния техники безопасности в магазине и подготовка выводов о соблюдении правил охраны труда и техники безопасности	4
	1.2 Технология интернет-маркетинга	9. Производственная практика 10. Виды работ 11. Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта. 12. Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта. 13. Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта. 14. Анализ поисковой выдачи. 15. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи. 16. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» 17. Определение стратегии поискового продвижения. 18. Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении. 19. Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем. 20. Определение стратегии продвижения в социальных сетях. 21. Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». 22. Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». 23. Разработка лендинга. 24. Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы. 25. Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании. 26. Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории.	68
Итого			72

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

4.1 Материально-техническое обеспечение процесса практики

Для реализации программы практики ПП 03.01 «Сбытовая» предусмотрены следующие специальные помещения:

Производственная практика по специальности проводится на предприятиях различных форм собственности

4.2 Информационное обеспечение процесса практики

Для реализации программы библиотечный фонд колледжа имеет печатные и электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе

4.2.1. Основные печатные издания

13. Лукина, А. В. Маркетинг: учебное пособие / А.В. Лукина. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2024. — 238 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-694-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2110941>

14. Герасимова, Е. Б. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / Е.Б. Герасимова. — Москва: ИНФРА-М, 2024. — 262 с. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/1225040. - ISBN 978-5-16-016738-1. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2115758>

3. Финансовое планирование и бюджетирование: учебное пособие / В.Н. Незамайкин, Н.А. Платонова, И.М. Поморцева [и др.]; под ред. В.Н. Незамайкина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2023. — 112 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-015705-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1998740>

4.2.2. Электронные издания (электронные ресурсы)

1. Образовательная платформа ЮРАЙТ. Режим доступа <https://ura.it.ru>
2. Электронно-библиотечная система «Znanium». Режим доступа <http://znanium.com>
3. Информационно правовой портал <http://konsultant.ru/>
4. Информационно правовой портал <http://www.garant.ru/>
5. Официальный сайт Министерства Финансов Российской Федерации <https://www.minfin.ru/>

4.3 Общие требования к организации практики

Сроки проведения практики устанавливаются образовательной организацией в соответствии с программой подготовки специалистов среднего звена и графиком учебного процесса по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Производственная практика проводится по окончании изучения МДК МДК.03.01 Технология интернет-маркетинга при условии обеспечения связи между теоретическим обучением и содержанием практики.

Производственная практика реализуется в форме практической подготовки

4.4 Кадровое обеспечение процесса практики

Организацию и руководство учебной практикой по профилю специальности и осуществляют руководители практики от образовательной организации и от организации.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 3.1. Определять готовность веб-сайта к продвижению.	Уметь идентифицировать готовность веб-сайта к продвижению	Экспертная оценка выполнения производственного задания (аттестационные листы, дневник) и задания по практике (отчет); зачёт по практике; квалификационный экзамен; экспертная оценка портфолио (аттестационные листы, свидетельства, сертификаты характеристики, отзывы, грамоты)
ПК 3.2. Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".	Проводить анализ интернет-пространства, а также поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".	
ПК 3.3. Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки.	Уметь оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки.	
ПК 3.4. Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество.	Уметь проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество.	
ПК 3.5. Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика.	Уметь составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика.	
ПК 3.6. Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".	Уметь проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".	

