

**МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИИ**  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«ОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
(ФГБОУ ВО «ОмГПУ»)  
Университетский колледж

---

УТВЕРЖДАЮ



Директор  
Университетского колледжа

\_\_\_\_\_ М.А. Саньков

«20» мая 2024 г.

**РАБОЧАЯ УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА**  
**по профессиональному модулю ПМ.03 Организация и осуществление предпринимательской**  
**деятельности в сфере торговли**  
**МДК.03.01 Технология проведения маркетинговых исследований**  
**МДК.03.02 Ценообразование в торговой деятельности**  
**МДК 03.03 Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской**  
**единицы**  
**УП 03.01 Учебная практика**  
**ПП 03.01 Производственная практика**  
**ПМ.03.ЭК Квалификационный экзамен**  
  
**для специальности**  
**38.02.08 Торговое дело**  
**форма обучения – очная**

Рабочая программа составлена на основании ФГОС СПО 2023 г.  
и рассмотрена на заседании П(Ц)К  
«02» мая 2024 г. Протокол № 14-10/09  
Председатель П(Ц)К

\_\_\_\_\_ ПМ

наименование П(Ц)К

\_\_\_\_\_ Кабиева Анна Александровна

ФИО председателя

2024 г.

Рабочая учебная программа по профессиональному модулю **ПМ.3 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли** разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 38.02.08 Торговое дело (Приказ Министерства просвещения России от 19.07.2023 г № 548).

Организация-разработчик:  
Университетский колледж ОмГПУ.

Разработчик:  
**Осипенко О.И.** , ст. методист Университетского колледжа ОмГПУ.

## **СОДЕРЖАНИЕ**

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ (по выбору)

## 1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

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

### 1.1.1 Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
<b>ОК 01</b>	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
<b>ОК 02</b>	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
<b>ОК 03</b>	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
<b>ОК 04</b>	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
<b>ОК 05</b>	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
<b>ОК 07</b>	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
<b>ОК 09</b>	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

### 1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
<b>ВД 3 (н.4-5)</b>	Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли
<b>ПК 3.1. (н.4-5)</b>	Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
<b>ПК 3.2. (н.4-5)</b>	Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации
<b>ПК 3.3. (н.4-5)</b>	Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий
<b>ПК 3.4. (н.4-5)</b>	Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках
<b>ПК 3.5. (н.4-5)</b>	Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов

<b>ПК 3.6. (н.4-5)</b>	Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов
<b>ПК 3.7. (н.4-5)</b>	Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности
<b>ПК 3.8. (н.4-5)</b>	Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	<ul style="list-style-type: none"> <li>– выявления проблем и формулирования целей исследования;</li> <li>– планирования проведения маркетингового исследования;</li> <li>– определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования;</li> <li>– подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования;</li> <li>– поиска первичной и вторичной маркетинговой информации;</li> <li>– подготовки процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования;</li> <li>– проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга;</li> <li>– разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации;</li> <li>– применения программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации;</li> <li>– применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации;</li> <li>– проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий;</li> <li>– проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий;</li> <li>– установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках;</li> <li>– применения норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;</li> <li>– использования информации специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана;</li> <li>– разработки бизнес-плана и финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов;</li> <li>– расчёта показателей эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов;</li> <li>– определения мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности;</li> <li>– сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы.</li> </ul>
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>– применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования;</li> <li>– определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования;</li> <li>– составлять комплексный план проведения маркетингового исследования;</li> <li>– анализировать текущую рыночную конъюнктуру;</li> <li>– составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;</li> <li>– обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;</li> <li>– использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков;</li> <li>– обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных;</li> <li>– анализировать текущую рыночную конъюнктуру;</li> <li>– применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;</li> <li>– развивать идеи до бизнес-предложений;</li> <li>– оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке;</li> <li>– оценивать риски, связанные с бизнесом;</li> <li>– анализировать бизнес-концепции;</li> <li>– предлагать идеи для дальнейшего развития;</li> <li>– применять методы принятия оптимальных решений;</li> <li>– находить аргументы в пользу идей;</li> <li>– принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели;</li> <li>– обосновывать и оценивать цели и ценности;</li> <li>– представлять идеи, дизайн, видения и решения;</li> <li>– применять при разработке бизнес-плана специализированные программные продукты;</li> <li>– использовать для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии;</li> <li>– создавать деловые электронные презентации</li> <li>– собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации;</li> <li>– использовать методы экономического анализа;</li> <li>– анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов;</li> <li>– оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами;</li> <li>– разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда;</li> <li>– оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации;</li> <li>– предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации;</li> <li>– собирать информацию о бизнес-проблемах;</li> <li>– анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков.</li> </ul>
Знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>– составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;</li> <li>– методы изучения рынка, анализа окружающей среды;</li> <li>– порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;</li> <li>– этапы маркетинговых исследований, их результат;</li> <li>– методы проведения маркетингового исследования;</li> <li>– психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях;</li> <li>– средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров</li> </ul>

	<p>и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;</li> <li>– виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;</li> <li>– методы оценки конкурентной среды;</li> <li>– нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;</li> <li>– роль и значение бизнес-плана;</li> <li>– основные функции бизнес-плана;</li> <li>– классификацию основных типов бизнес-планов;</li> <li>– методологию и процессы развития бизнес-идеи;</li> <li>– порядок разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью;</li> <li>– принципы и методы управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий;</li> <li>– методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений;</li> <li>– методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов;</li> <li>– методы, способы и приемы для решения задач по анализу;</li> <li>– типы факторных моделей;</li> <li>– схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа;</li> <li>– методику анализа эффективности использования производственных ресурсов</li> <li>– методические материалы по планированию, учету и анализу деятельности организации;</li> <li>– спектр специализированных программных продуктов;</li> <li>– интерфейс автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации;</li> <li>– инновационные средства и устройства информатизации, программное обеспечение в предпринимательской деятельности и порядок их применения;</li> <li>– риски: понятия и видов;</li> <li>– методы оценки риска, связанных с бизнесом;</li> <li>– меры снижения риска, связанных с бизнесом;</li> <li>– методы оценки выполнимости бизнес-идеи;</li> <li>– основные способы анализа и оценки рисков;</li> <li>– состав моделей оценки риска;</li> <li>– способы оценки риска ликвидности.</li> </ul>
--	---

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

Всего часов 313

в том числе в форме практической подготовки 122 часа

Из них на освоение МДК – 222 часов

в том числе самостоятельная работа -8

практики, в том числе учебная - 36 часов

производственная - 36

Промежуточная аттестация- МДК 03.01- итоговая контрольная работа 2 ч

МДК 03.02 – итоговая контрольная работа- 2ч

МДК 03.03- итоговая к.работа (5 сем), экзамен (6 сем)

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ 03

### 2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической. Подготовка	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Обучение по МДК					Практики	
				Всего	В том числе				Учебная	Производственная
					Лабораторных. и практических. Занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация		
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>
ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.4, ПК 3.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09	Раздел 1. Технология проведения маркетинговых исследований	<b>56</b>	36	<b>54</b>	<b>36</b>	-	-	2		
ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09	Раздел 2. Ценообразование в торговой деятельности.	<b>74</b>	36	<b>72</b>	<b>36</b>	-	-	2		
ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09	Раздел 3. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы.	<b>111</b>	50	<b>96</b>	50	-	8	7		
	Учебная практика	<b>36</b>							<b>36</b>	
	Производственная практика	<b>36</b>								<b>36</b>
	Промежуточная аттестация									
	<b>Всего:</b>	<b>313</b>	<b>122</b>	<b>222</b>	<b>122</b>		<b>8</b>	<i>II</i>	<b>36</b>	<b>36</b>



## 2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля ПМ 03

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся.	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч
1	2	3
<b>Раздел 1. Технология проведения маркетинговых исследований</b>		56/36
<b>МДК 02.01 Технология проведения маркетинговых исследований</b>		54/36
<b>Тема 1.1.</b>	<b>Содержание</b>	4/6
<b>Понятия и сущность маркетинговых исследований</b>	1. Цели, задачи и функции маркетинговых исследований. Предмет, объект и основные направления маркетинговых исследований. Понятие и роль маркетинговых исследований в системе маркетинга.	4
	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.	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>6</b>
	<b>Практическое занятие 1.</b> Построение дерева целей маркетинговых исследований.	2

	<b>Практическое занятие 2.</b> Постановка цели и определение задач маркетинговых исследований на предприятиях торговли. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач.	2
	<b>Практическое занятие 3.</b> Решение ситуационных задач	2
<b>Тема 1.2.</b>	<b>Содержание</b>	<b>2/2</b>
<b>Сущность и содержание маркетинговой информационной системы</b>	1. Основные понятия и принципы маркетинговой информационной системы.	2
	2. Структура и основные этапы проведения маркетингового исследования.	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>2</b>
	<b>Практическое занятие 4.</b> Выявление проблемы и определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли (предприятие определяется по выбору студентов).	2
<b>Тема 1.3.</b>	<b>Содержание</b>	<b>2/6</b>
<b>Типы маркетинговых исследований</b>	1. Поисковые, описательные и пояснительные исследования. Качественные и количественные маркетинговые исследования. Постоянные и разовые исследования	2
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>6</b>
	<b>Практическое занятие 5.</b> Определение типа маркетингового исследования по выявленным проблемам деятельности торговой организации. Сравнительная характеристика типов маркетингового исследования. Их преимущества и недостатки, области применения.	2
	<b>Практическое занятие 6.</b> Решение ситуационных задач. Сбор вторичной информации.	2
	<b>Практическое занятие 7.</b> Разработайте сценарий проведения маркетингового исследования методом фокус-групп. Раскройте достоинства и недостатки метода фокус-группы.	2
<b>Тема 1.4.</b>	<b>Содержание</b>	<b>4/8</b>

<b>Технология проведения маркетинговых исследований внешней и внутренней среды</b>	1. Методы маркетинговых исследований определения емкости целевого рынка: источники получения маркетинговой информации и способы анализа спроса, в том числе в Яндекс.Вордстат и Google Trends. Методы маркетинговых исследований определения рисков бизнеса, оценки внешней среды компании: PEST-анализ. SWOT – анализ – метод маркетингового исследования внешней и внутренней среды компании.	4
	2. Методы оценки конкурентной среды и конкурентоспособности товара	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>8</b>
	<b>Практическое занятие 8.</b> Определение емкости целевого рынка предприятия торговли с использованием программных продуктов (предприятие определяется по выбору обучающихся).	2
	<b>Практическое занятие 9.</b> Решение ситуационных задач методом PEST-анализа	2
	<b>Практическое занятие 10.</b> Определение конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках (товар определяется по выбору обучающихся).	2
	<b>Практическое занятие 11.</b> Решение ситуационных задач методом SWOT-анализа	2
<b>Тема 1.5.</b>	<b>Содержание</b>	<b>2/6</b>
<b>Основные понятия и методы кабинетных маркетинговых исследований</b>	1. Сущность кабинетных маркетинговых исследований и их характеристика.	2
	2. Методы кабинетных маркетинговых исследований: традиционный (классический) анализ; контент-анализ документов; информативно-целевой анализ	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>6</b>
	<b>Практическое занятие 12.</b> Определение рыночной доли присутствия торгового предприятия традиционным методом исследования (предприятие определяется по выбору обучающихся).	2
	<b>Практическое занятие 13.</b> Решение ситуационной задачи. Проведение кабинетных	2

	маркетингового исследования с помощью интернет-ресурсов	
	<b>Практическое занятие 14.</b> Оценка финансовых показателей деятельности торговой организации по данным финансовой отчетности, как источник информации для оценки внутренней среды торгового предприятия.	2
<b>Тема 1.6.</b>	<b>Содержание</b>	<b>2/ 2</b>
<b>Основные понятия и методы полевых маркетинговых исследований</b>	1. Наблюдение как важнейший метод сбора маркетинговой информации. Методы сбора первичной информации (анкетирование, экспертные оценки, телефонное интервью, групповое интервью (фокус-групп).	2
	2. Панельные исследования. Экспериментальные (опытные) исследования. Проективные методы исследований. Проведение исследований методом Eye tracking (АйТрекинг).	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>2</b>
	<b>Практическое занятие 15.</b> Определениекруга вопросов. Выбор типа анкет. Составление анкет с целью проведения маркетингового исследования. Сбор первичной информации для проведения маркетингового исследования с использованием программных продуктов	2
<b>Тема 1.7.</b>	<b>Содержание</b>	<b>2/0</b>
<b>Система выборочных маркетинговых исследований</b>	1.Основные понятия, используемых при проведении выборочных исследований. Виды выборки	2
	2. Основные этапы проектирования и определения объема выборки.	
<b>Тема 1.8.</b>	<b>Содержание</b>	<b>2/2</b>
<b>Обработка результатов маркетинговых исследований</b>	1. Методы обработки данных маркетинговых исследований	2
	2. Программные продукты, используемые при обработке данных результатов маркетинговых исследований	

	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>2</b>
	<b>Практическое занятие 16.</b> Построение программы выборочного маркетингового исследования. Сбор информации для проведения выборочного исследования. Обработка результатов маркетинговых исследований с применением программных продуктов	2
<b>Тема 1.9.</b>	<b>Содержание</b>	<b>2/4</b>
<b>Оформление отчета маркетинговых исследований</b>	1. Содержание и структура отчета маркетинговых исследований.	2
	2. Оформление и методы презентации отчета с помощью цифровых технологий.	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>4</b>
	<b>Практическое занятие 17.</b> Подготовка отчета по результатам маркетингового исследования.	2
	<b>Практическое занятие 18.</b> Презентация отчета результатов маркетингового исследования с использованием программных продуктов	2
<b>Учебная практика раздела 1 МДК 03.01</b> Программа практики в отдельном документе		36
<b>Итого аудиторная нагрузка: всего</b>		<b>54</b>
<b>Лекции</b>		18
<b>ПР</b>		36
<b>Промежуточный контроль: итоговая контрольная работа</b>		<b>2</b>
<b>Итого по МДК 03.01</b>		<b>56</b>
<b>Раздел 2.Ценообразование в торговой деятельности</b>		<b>74/36</b>
<b>МДК 03.02. Ценообразование в торговой деятельности</b>		<b>72/36</b>
<b>Тема 2.1.</b>	<b>Содержание</b>	<b>4/2</b>

<b>Цена как экономическая категория</b>	1. Понятие цены. Теоретические концепции цены.	4
	2. Виды и функции цен	
	3. Конкурентные и монопольные цены.	
	4. Особенности формирования цен на факторы производства	
	3. Состав и структура цены.	
	4. Формы и методы государственного регулирования.	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>2</b>
	<b>Практическое занятие № 1</b> Решение задач на определение цены с учетом ее структуры	2
<b>Тема 2.2.</b>  <b>Методы ценообразования</b>	<b>Содержание</b>	<b>4/8</b>
	1. Товарная и ценовая политика предприятия	4
	2. Механизм установления цены	
	3. Затратные методы ценообразования	
	4. Определение цены с ориентацией на спрос	
	5. Определение цены с ориентацией на конкуренцию	
	6. Особенности ценообразования на новые товары и научно-техническую продукцию	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>8</b>
	<b>Практическое занятие № 2</b> Решение задач на расчет цены изготовителя методом полных затрат	2

	<b>Практическое занятие № 3</b> Решение задач на расчет цены изготовителя методом стандартных полных затрат	2
	<b>Практическое занятие № 4</b> Решение задач на расчет цены методом удельной цены	2
	<b>Практическое занятие № 5</b> Решение задач на расчет цены агрегатным методом и методом регрессии	2
<b>Тема 2.3</b>  <b>Основные ценообразующие факторы, учитываемые при формировании цен торговых предприятий</b>	<b>Содержание</b>	<b>2/4</b>
	1. Структура рынка	2
	2. Конкурентная среда	
	3. Тип товара и эластичность спроса.	
	4. Ценность товара и прочие факторы, влияющие на ценообразование	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>4</b>
	<b>Практическое занятие № 6</b> Решение задач на определение коэффициента эластичности спроса от цены. Расчет цены методом максимизации продаж с учетом эластичности спроса	2
	<b>Практическое занятие № 7</b> Решение задач на определение максимально допустимой цены на единицу продукции	2
<b>Тема 2.4</b>  <b>Особенности ценообразования в сфере торговли, в том числе в электронной торговле</b>	<b>Содержание</b>	<b>2/2</b>
	1. Экономическое содержание торговой услуги	2
	2. Особенности ценообразования в сфере услуг	
	3. Классификация торговых услуг	
	4. Цены на отдельные виды услуг	

	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>2</b>
	<b>Практическое занятие № 8</b> Решение задач на определение цены на отдельные виды торговых услуг: Расчет цен на товары в оптовой, закупочной, розничной, электронной торговле.	2
<b>Тема 2.5.</b>	<b>Содержание</b>	<b>4/6</b>
<b>Торговая надбавка и методы ее определения</b>	1. Понятие, структура и регулирование торговой надбавки (структура торговых надбавок, издержки обращения)	4
	2. Затратное ценообразование	
	3. Рыночные методы ценообразования. Методы ценообразования с ориентацией на покупателя. Ценообразование с учетом конкуренции.	
	4. Прочие методы ценообразования	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>6</b>
	<b>Практическое занятие № 9</b> Решение задач на расчет цены балловым методом	2
	<b>Практическое занятие № 10</b> Решение задач на расчет цены методом вмененной потребительской оценки	2
	<b>Практическое занятие № 11</b> Решение задач на расчет торговых надбавок	2
<b>Тема 2.6.</b>	<b>Содержание</b>	<b>6/4</b>
<b>Политика цен и стратегия ценообразования</b>	1. Понятие политики цен.	6
	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	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>4</b>
	<b>Практическое занятие № 12</b> Решение задач на определение ценовой стратегии.	2
<b>Тема 2.7</b>  <b>Методы ценового стимулирования продаж</b>	<b>Содержание</b>	<b>4/4</b>
	1. Понятие и цели ценового стимулирования продаж	4
	2. Методы стимулирования продаж	
	3. Скидки и надбавки к цене	
	4. Причины и условия изменения текущих цен	
	5. Оценка ценовых решений в торговле	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>4</b>
	<b>Практическое занятие № 14</b> Решение задач на оценку целесообразности и эффективности ценовых мероприятий по стимулированию продаж	2
	<b>Практическое занятие № 15</b> Решение задач на определение скидок от цены продаж и покупок. Предложения скидок при разработке программы лояльности для постоянных покупателей	2
<b>Тема 2.8</b>	<b>Содержание</b>	<b>4/4</b>

<b>Ценообразование во внешнеэкономической деятельности</b>	1. Внешнеторговые операции и ценообразование	4
	2. Экспортно-импортные цены	
	3. Таможенные пошлины и тарифы	
	4. Порядок исчисления таможенных пошлин	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>2</b>
	<b>Практическое занятие № 16</b> Решение задач на определение базисной экспортной цены. Расчет импортных внешнеторговых цен. Расчет эффективности сделки на основе экспортно-импортных цен	2
<b>Тема 2.9.</b>  <b>Налоги и ценообразование</b>	<b>Содержание</b>	<b>4/6</b>
	1. Налоги в составе цены	4
	2. Акцизы	
	3. Налог на добавленную стоимость	
	4. Налоговый контроль за ценообразованием.	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>6</b>
	<b>Практическое занятие № 17</b> Расчет суммы акциза. Расчет на определение ставки и суммы налога на добавленную стоимость. Расчет цены с НДС по разным ставкам.	2
	<b>Практическое занятие № 18.</b> Расчет суммы НДС к возмещению/вычету из цены поставки товара.	2
<b>Тема 2.10</b>	<b>Содержание</b>	<b>2/-</b>

<b>Государственная политика и ценообразование</b>	1. Государственная ценовая политика и регулирование цен	2
	2. Государственный контроль ценообразования и применения цен	
	3. Единая тарифная политика базовых отраслей Российской Федерации	
<b>Производственная практика раздела 2 МДК 03.02</b> Программа практики в отдельном документе		36
<b>Итого аудиторная нагрузка: всего</b>		<b>72</b>
<b>Лекции</b>		36
<b>ПР</b>		36
<b>Промежуточный контроль: итоговая контрольная работа</b>		<b>2</b>
<b>Итого по МДК 03.02</b>		<b>74</b>
<b>Раздел 3. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы</b>		<b>111/50</b>
<b>МДК 03.03. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы</b>		<b>96/50</b>
<b>Тема 3.1.</b>	<b>Содержание</b>	<b>6/-</b>
<b>Предпринимательская идея и ее выбор</b>	1. Понятие и содержание предпринимательства. Деловые интересы в предпринимательстве. Предпринимательская идея и ее выбор Источники формирования предпринимательских идей. Методы выработки предпринимательских идей.	6
	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	
<b>Тема 3.2.</b>	<b>Содержание</b>	<b>6/2</b>
<b>Технология, основные принципы и</b>	1. Технология управления бизнесом. Основные понятия, категории и объекты управления	6

<b>структура управления бизнесом</b>	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.	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>2</b>
	<b>Практическое занятие 1:</b> Разработка товарной модификации, ввод товара. Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы	2
<b>Тема 3.3.</b>	<b>Содержание</b>	<b>4/4</b>
<b>Бизнес-план и его роль в современном предпринимательстве</b>	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.	4
	2. Инвестиционный план как разновидность бизнес-плана. Характеристика, назначение, перспективы и область применения. Основные цели составления инвестиционных бизнес-планов.	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>4</b>
	<b>Практическое занятие 2.</b> Составление визитки команды. Влияние визитки команды, имиджа и деловой репутации разработчиков бизнес-плана на принятие решения инвестора.	2
	<b>Практическое занятие 3.</b> Определение миссии, цели, задачи бизнеса. Определение формы ведения предпринимательской деятельности. Определение типов бизнес-плана	2
<b>Тема 3.4.</b>	<b>Содержание</b>	<b>2/4</b>

<b>Структура и функции бизнес-плана</b>	1. Основные функции бизнес-плана. Основные правила и схема построения процесса разработки бизнес-плана.	2
	2. Технология разработки и структура бизнес-плана	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>4</b>
	<b>Практическое занятие 4.</b> Формирование и описание бизнес-идеи	2
	<b>Практическое занятие 5.</b> Первоначальная подготовка резюме бизнес-плана. Инвестиционное предложение.	2
<b>Тема 3.5.</b>  <b>Основные источники финансирования предпринимательской единицы.</b>	<b>Содержание</b>	<b>4/4</b>
	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.	4
	2. Система налогов и сборов Российской Федерации. Виды систем налогообложения в России. Налоговое планирование как источник финансирования предпринимательской единицы.	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>4</b>
	<b>Практическое занятие 6.</b> Расчет размеров выплат по процентным ставкам кредитования, лизинговым операциям, договорам франчайзинга.	2
	<b>Практическое занятие 7.</b> Выбор системы налогообложения для ведения бизнеса.	2
<b>Тема 3.6.</b>  <b>Анализ и оценка рисков</b>	<b>Содержание</b>	<b>4/2</b>
	1. Виды предпринимательских рисков. Экспертный анализ рисков. Количественный анализ риска. Методика оценки предпринимательских рисков.	4
	2. Модель Остервальдера и Пинье.	

	3. Страхование рисков и иные способы минимизации рисков.	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>2</b>
	<b>Практическое занятие 8.</b> Применение Pest – анализа с целью определения предпринимательских рисков. Выбор форм страхования предпринимательских рисков.	2
<b>Тема 3.7.</b>	<b>Содержание</b>	<b>6/10</b>
<b>Технология разработки разделов бизнес-плана предпринимательской единицы</b>	1. Общая характеристика бизнеса, описание предпринимательской единицы. Описание модели Остервальдера для разработки бизнес-моделей.	6
	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.	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>12</b>
	<b>Практическое занятие 9.</b> Описание предпринимательской единицы/компании/бизнеса..Разработка логотипа фирмы и составление слогана с применением специализированных цифровых инструментов.	2
	<b>Практическое занятие 10.</b> Оценка целевого рынка. Применение метода 5W Шеррингтона для определения целевой аудитории.	2

	<b>Практическое занятие 11.</b> Составление анкеты для опроса потенциальных клиентов, проведение опроса в сети Интернет, социальных мессенджерах и иных цифровых аналогах.	2
	<b>Практическое занятие 12.</b> Планирование рабочего процесса. Определение бизнес-процессов и составление схемы ведения предпринимательской деятельности.	2
	<b>Практическое занятие 13.</b> Разработка организационной структуры управления компании. Структурные подразделения компании, их описание и функциональное назначение.	2
<b>Тема 3.8.</b>	<b>Содержание</b>	<b>4/10</b>
<b>Финансовое моделирование деятельности предпринимательской единицы</b>	1. Финансовое планирование как раздел бизнес-плана. Основные этапы составления финансового плана компании. Методика расчета финансовых показателей.	4
	2. Расчет точки безубыточности.	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>10</b>
	<b>Практическое занятие 14.</b> Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов. Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования.	2
	<b>Практическое занятие 15.</b> Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода. Определение рыночной цены товара. Расчет себестоимости товара, определение розничной цены.	2
	<b>Практическое занятие 16.</b> Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении.	2
	<b>Практическое занятие 17.</b> Составление плана переменных расходов.	2
	<b>Практическое занятие 18.</b> Расчет точки безубыточности по данным реального бизнес-плана	2
<b>Тема 3.9.</b>	<b>Содержание</b>	<b>4/6</b>
<b>Методы оценки эффективности</b>	1. Основные показатели оценки экономической эффективности инвестиционного проекта.	4

инвестиционного проекта	Методы оценки инвестиционных проектов.	
	2. Выбор ставки дисконтирования. Обоснование выбора ставки дисконтирования. Расчет простого периода окупаемости проекта (PaybackPeriod)	
	3. Основные показатели оценки социальной эффективности инвестиционного проекта	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>6</b>
	<b>Практическое занятие 19.</b> Расчет экономической окупаемости инвестиционного проекта с учетом различных сценариев	2
	<b>Практическое занятие 20-21.</b> 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)	4
<b>Тема 3.10.</b>	<b>Содержание</b>	<b>6/8</b>
<b>Современные программные продукты, используемые для разработки и презентации бизнес-плана/инвестиционного проекта</b>	1. Специализированные программные продукты, используемые для составления бизнес-плана, разработки финансовой модели бизнеса и презентации инвестиционного проекта.	6
	2. Основные правила оформления презентаций инвестиционного проекта	
	<b>В том числе практических занятий и лабораторных работ</b>	<b>8</b>
	<b>Практическое занятие 22-23.</b> Разработка бизнес-плана с применением специализированных	4



	программных продуктов (по выбору образовательной организации)	
	<b>Практическое занятие 24-25.</b> Оформление и презентация бизнес-плана / инвестиционного проекта	4
<b>Учебная практика раздела 3. МДК 03.03</b> Программа практики в отдельном документе		36
<b>Итого аудиторная нагрузка: всего</b>		<b>96</b>
Лекции		46
ПР		50
<b>Самостоятельная работа</b>		<b>8</b>
<b>Промежуточный контроль: экзамен</b>		<b>7</b>
<b>Итого по МДК 03.03</b>		<b>111</b>
<b>Всего по курсу ПМ 03</b>		<b>313</b>

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Кабинеты «Междисциплинарные курсы и модули», оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности.

Кабинет «Междисциплинарные курсы и модули»

№	Наименование оборудования	Техническое описание
<b>I Специализированная мебель и системы хранения</b>		
<b>Основное оборудование</b>		
1	Стол аудиторный	
2	Стол преподавателя	
3	Стул офисный	
<b>Дополнительное оборудование</b>		
1	Доска магнитно-маркерная)	
<b>II Технические средства</b>		
<b>Основное оборудование</b>		
1	Автоматизированное рабочее место преподавателя	
2	Проекторнастольный короткофокусный	
<b>III Демонстрационные учебно-наглядные пособия</b>		
<b>Основное оборудование</b>		
1	Комплект учебного наглядного материала по всем темам программы	
2	Комплекты для индивидуальной и групповой работы по основным темам программы	
<b>Дополнительное оборудование</b>		
1	Комплект демонстрационного оборудования (макеты, манекены) по всем темам программы	
2	Тренировочные комплексы	

Лаборатория «Предпринимательства и интернет – маркетинга», оснащенная в соответствии с п. 6.1.2.3 примерной образовательной программы по специальности.

Лаборатория «Предпринимательства и интернет – маркетинга»

№	Наименование оборудования	Техническое описание
<b>I Специализированная мебель и системы хранения</b>		
<b>Основное оборудование</b>		
1	Стол аудиторный	
2	Стол преподавателя	
3	Стол компьютерный	
4	Стул офисный	
5	Кресло оператора без подлокотников	
<b>Дополнительное оборудование</b>		
1	Доска магнитно-меловая	
<b>II Технические средства</b>		
<b>Основное оборудование</b>		
1	Автоматизированное рабочее место	

	преподавателя	
2	Проектор настольный короткофокусный	
3	Интерактивная панель LED	
4	Автоматизированное рабочее место обучающегося	
5	Подключение к проводному интернету.	
6	МФУ цветное лазерное	
7	Флипчарты	
<b>III Демонстрационные учебно-наглядные пособия</b>		
<b>Основное оборудование</b>		
1	Комплект учебного наглядного материала по всем темам программы	
2	Комплекты для индивидуальной и групповой работы по основным темам программы	
<b>Дополнительное оборудование</b>		
1	Комплект демонстрационного оборудования (макеты, манекены) по всем темам программы	
2	Тренировочные комплексы	

Оснащенные базы практики в соответствии с п 6.1.2.5 примерной образовательной программы по специальности.

#### 6.1.2.5. Оснащение баз практик

Реализация образовательной программы предполагает обязательную учебную и производственную практику.

Учебная практика реализуется в мастерских профессиональной образовательной организации и требует наличия оборудования, инструментов, расходных материалов, обеспечивающих выполнение всех видов работ, определенных содержанием программ профессиональных модулей, отвечающего потребностям отрасли и требованиям работодателей.

Производственная практика реализуется в организациях торгового профиля, обеспечивающих получение обучающимися практического опыта в профессиональной области 08 Финансы и экономика; 33 Сервис, оказание услуг населению.

Оборудование предприятий и технологическое оснащение рабочих мест производственной практики должно соответствовать содержанию профессиональной деятельности и дать возможность обучающемуся овладеть профессиональными компетенциями по всем видам деятельности, предусмотренными программой, с использованием современных технологий, материалов и оборудования.

### 3.2. Информационное обеспечение реализации программы

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

### **3.2.1. Основные печатные и электронные издания**

#### **МДК 03.01 Технология проведения маркетинговых исследований**

1. Парамонова, Т. Н. Маркетинг торгового предприятия : учебник для бакалавров / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк, В. В. Лукашевич ; под редакцией Т. Н. Парамоновой. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2020. — 282 с. — ISBN 978-5-394-03540-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110937.html> — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
2. Захарова, Ю. А. Торговый маркетинг: эффективная организация продаж : практическое пособие / Ю. А. Захарова. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2022. — 133 с. — ISBN 978-5-394-04593-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/137773.html> — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
3. Скляр, Е. Н. Маркетинговые исследования : практикум / Е. Н. Скляр, Г. И. Авдеенко, В. А. Алексунин. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2020. — 215 с. — ISBN 978-5-394-03602-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110952.html> — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

#### **МДК 03.02 Ценообразование в торговой деятельности**

1. Пустынникова, Е. В. Цены и ценообразование : учебное пособие / Е. В. Пустынникова. — Санкт-Петербург : Интермедия, 2024. — 178 с. — ISBN 978-5-4383-0285-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/145309.html> (дата обращения: 26.02.2025). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

#### **МДК 03.03 Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы**

1. Кисова, А. Е. Бизнес-планирование : учебное пособие для СПО / А. Е. Кисова, А. А. Шпиганович, Е. В. Богомолова. — 3-е изд. — Липецк, Саратов : Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2024. — 64 с. — ISBN 978-5-00175-291-2, 978-5-4488-2035-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/139710.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/139710>
2. Горбунов, В. Л. Бизнес-планирование : учебное пособие / В. Л. Горбунов. — 4-е изд. — Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 422 с. — ISBN 978-5-4497-2447-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/133925.html> — Режим доступа: для авторизир. Пользователей
3. Серпухова, Е. П. Основы предпринимательства и бизнес-планирования : учебник для СПО / Е. П. Серпухова, О. Г. Сайманова. — Саратов : Профобразование, 2022. — 175 с. — ISBN 978-5-4488-1373-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL:

<https://www.iprbookshop.ru/116273.html>— Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/116273>

4. Мазилкина, Е. И. Бизнес-планирование : учебное пособие / Е. И. Мазилкина. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 272 с. — ISBN 978-5-4497-1869-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/134682.html>— Режим доступа: для авторизир. Пользователей
5. Каратаева, О. Г. Бизнес-планирование : учебное пособие для СПО / О. Г. Каратаева, О. В. Чеха. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2024. — 68 с. — ISBN 978-5-4488-1905-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/138116.html> — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

### 3.2.2. Дополнительные источники

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ (в действующей редакции)
2. "Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 05.08.2000 N 117-ФЗ (в действующей редакции)
3. Федеральный закон от 18.07.2011 N 223-ФЗ (в действующей редакции) "О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц"
4. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ (в действующей редакции) "О защите конкуренции"
5. Федеральный закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ (в действующей редакции) "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации"
6. "ГОСТ Р 51303–2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения" (утв. Приказом Росстандарта от 28.08.2013 N 582-ст) (в действующей редакции)
7. Ценообразование: учебник / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева, Е.С. Глазова [и др.] ; под ред. В.А. Слепова. — 3-е изд. — Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2022. — 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1840489>.
8. Справочно-правовая система «Консультант+» - URL: <http://www.consultant.ru/>
9. Справочно-правовая система «Гарант» - - URL <https://www.garant.ru/>
10. Новая Цифровая платформа поддержки бизнеса: <https://www.smbn.ru/>
11. Фонд поддержки малого предпринимательства: <https://biznesprost.com/interesno/fond-podderzhki-malogo-predprinimatelstva.html>
12. 10 лучших бизнес-инкубаторов России: <https://viafuture.ru/privlechenie-investitsij/biznes-inkubatory-v-rossii>

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 2.1	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Составляет план проведения маркетингового исследования</li> <li>– Устанавливает сроки и требования к проведению маркетингового исследования</li> <li>– Определяет маркетинговые инструменты, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования</li> <li>– Осуществляет поиск первичной и вторичной маркетинговой информации</li> </ul>	<p>Устный/письменный опрос.</p> <p>Тестирование.</p> <p>Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.</p>
ПК 2.2	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Устанавливает конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках</li> <li>– Рассчитывает показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов</li> <li>– Разрабатывает предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации</li> <li>– Использует программные продукты в системе продвижения товаров (услуг) организации</li> </ul>	<p>Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.</p> <p>Экспертная оценка контрольных / проверочных работ.</p> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.</p>
ПК 2.3	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Проводит сбор, мониторинг и систематизирует ценовые показатели товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий</li> </ul>	
ПК 2.4	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Обосновывает конкурентные преимущества товара на внешнем и внутренних рынках</li> </ul>	Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.
ПК 2.5	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Соблюдает правила и принципы разработки бизнес-плана (полнота и точность составления разделов бизнес-плана)</li> <li>– Использует информационные технологий в процессе составления бизнес-плана</li> <li>– Использует информацию специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана.</li> </ul>	Экспертная оценка создания и представления презентаций.
ПК 2.6	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Рассчитывает и обосновывает результаты анализа финансовых результатов</li> </ul>	

	<p>деятельности организации</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Применяет различные платформы в системе продвижения товаров (услуг) организации</li> </ul>	<p>Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.</p>
ПК 2.7	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Обосновывает разработанные мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности</li> </ul>	
ПК 2.8	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Составляет план сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы</li> <li>– Выявляет проблемы и риски предпринимательской деятельности</li> </ul>	<p>Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.</p>
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;</li> <li>– Выделяет составные части и определяет этапы решения задачи;</li> <li>– Выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы;</li> <li>– Составляет план действия и определяет необходимые ресурсы;</li> <li>– Демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;</li> </ul> <p>Реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).</p>	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.</p>
ОК 02	<ul style="list-style-type: none"> <li>– определяет задачи для поиска информации и их необходимые источники и планирует процесс поиска;</li> <li>– структурирует и выделяет наиболее значимое в полученной информации;</li> <li>– оценивает практическую значимость результатов поиска и оформляет его результаты;</li> </ul> <p>применяет средства информационных технологий, использует современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</p>	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– на практических занятиях;</li> <li>– при выполнении работ на различных этапах учебной практики;</li> <li>– при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества.</li> </ul>
ОК 03	<ul style="list-style-type: none"> <li>– определяет актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;</li> <li>– применяет современную научную профессиональную терминологию;</li> </ul> <p>определяет и выстраивает траектории профессионального развития и самообразования</p>	
ОК 04	<p>эффективно взаимодействует с преподавателями, обучающимися в ходе профессиональной деятельности.</p>	
ОК 05	<p>грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на</p>	

	государственном языке, проявляя толерантность в рабочем коллективе	
ОК 07	выполняет работы с соблюдением принципов бережливого производства и ресурсосбережения	
ОК 09	<ul style="list-style-type: none"> <li>– понимает общий смысл четко произнесенных высказываний и текстов на профессиональные темы;</li> <li>– участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;</li> <li>– строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;</li> </ul> <p>пишет простые связные сообщения на интересующие профессиональные темы.</p>	