

**АДАптиРОВАННАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.02. ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ
(для студентов с инвалидностью опорно-двигательного аппарата (ОДА))**

2024 г.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности 38.02.08 Торговое дело, утверждённого приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 19 июля 2023 года № 548, Письма Министерства просвещения РФ от 9 сентября 2022 года № 05-1999 «О направлении информации» (вместе с "Методическими рекомендациями по разработке (актуализации) и реализации примерных адаптированных образовательных программ среднего профессионального образования").

СОДЕРЖАНИЕ

| | стр. |
|--|------|
| 1. ПАСПОРТ АДАптиРОВАННОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 4 |
| 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 10 |
| 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 11 |
| 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ АДАптиРОВАННОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ | 24 |
| 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ) | 28 |

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

1.1. Область применения программы

Адаптированная программа профессионального модуля – является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **ВД2. Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):**

ПК 2.1. Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплексмаркетинга.

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.

Адаптированная рабочая программа профессионального модуля предназначена для студентов с инвалидностью опорно-двигательного аппарата (ОДА) в профессиональных образовательных организациях, реализующих образовательную программу подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ).

Программа, адаптированная для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и при необходимости обеспечивающая коррекцию нарушений развития и социальную адаптацию указанных лиц.

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

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

Владеть навыками:

- выявления проблем и формулирования целей исследования;
- планирования проведения маркетингового исследования;
- определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования;
- подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования;
- поиска первичной и вторичной маркетинговой информации;
- подготовки процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования;
- проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга;
- разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации;
- применения программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации;
- применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации;
- проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий;
- 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 определении рисков предпринимательской единицы.

уметь:

- применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования;
- определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования;
- составлять комплексный план проведения маркетингового исследования;
- анализировать текущую рыночную конъюнктуру;
- составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования;
- проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;
- обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
- использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков;
- обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных;
- анализировать текущую рыночную конъюнктуру;
- применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;
- развивать идеи до бизнес-предложений;
- оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке;
- оценивать риски, связанные с бизнесом;
- анализировать бизнес-концепции;
- предлагать идеи для дальнейшего развития;
- применять методы принятия оптимальных решений;
- находить аргументы в пользу идей;
- принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели;
- обосновывать и оценивать цели и ценности;
- представлять идеи, дизайн, видения и решения;
- применять при разработке бизнес-плана специализированные программные продукты;
- использовать для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии;
- создавать деловые электронные презентации
- собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации;
- использовать методы экономического анализа;
- анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов;
- оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами;
- разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению

рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда;

- оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации;
- предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации;
- собирать информацию о бизнес-проблемах;
- анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков.

знать:

- составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
- методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
- порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;
- этапы маркетинговых исследований, их результат;
- методы проведения маркетингового исследования;
- психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях;
- средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики;
- порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;
- виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;
- методы оценки конкурентной среды;
- нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;
- роль и значение бизнес-плана;
- основные функции бизнес-плана;
- классификацию основных типов бизнес-планов;
- методологию и процессы развития бизнес-идеи;
- порядок разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью;
- принципы и методы управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий;
- методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений;
- методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов;
- методы, способы и приемы для решения задач по анализу;
- типы факторных моделей;
- схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе

комплексного экономического анализа;

- методику анализа эффективности использования производственных ресурсов
- методические материалы по планированию, учету и анализу деятельности организации;
- спектр специализированных программных продуктов;
- интерфейс автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации;
- инновационные средства и устройства информатизации, программное обеспечение в предпринимательской деятельности и порядок их применения;
- риски: понятия и видов;
- методы оценки риска, связанных с бизнесом;
- меры снижения риска, связанных с бизнесом;
- методы оценки выполнимости бизнес-идеи;
- основные способы анализа и оценки рисков;
- состав моделей оценки риска;
- способы оценки риска ликвидности.

Освоение адаптированной рабочей программы профессионального модуля ориентированы на решение следующих задач:

- повышение уровня доступности среднего профессионального образования для лиц с инвалидностью;
- повышение качества среднего профессионального образования лиц с инвалидностью;
- создание в колледже специальных условий, необходимых для получения среднего профессионального образования лицами с инвалидностью, их адаптации и социализации;
- возможность формирования индивидуальной образовательной траектории для обучающихся с инвалидностью;
- формирование в колледже толерантной социокультурной среды.

Для студентов с инвалидностью опорно-двигательного аппарата (ОДА) предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производится с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 476 часов, в том числе:

объем образовательной программы – 476 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 324 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 8 часов;

учебной и производственной практики – 4 недели (144 часов)

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности **ВД 2. Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

| Код | Наименование результата обучения |
|---------------|---|
| ПК2.1. | Проводить маркетинговые исследования с использованием Инструментов комплекса маркетинга |
| ПК2.2. | Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации |
| ПК2.3. | Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых Показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий |
| ПК2.4. | Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках |
| ПК2.5. | Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов |
| ПК2.6. | Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов |
| ПК2.7. | Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности |
| ПК2.8. | Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы |
| ОК01 | Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам |
| ОК02 | Использовать современные средства поиска, анализа и выполнения задач профессиональной деятельности |
| ОК03 | Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в |
| ОК04 | Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде |
| ОК05 | Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста |
| ОК07 | Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях |
| ОК09 | Пользоваться профессиональной документацией на Государственном и иностранном языках |

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля ПМ.02. ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ

| Коды профессиональных компетенций | Наименования разделов профессионального модуля * | Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики) | Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов) | | | | | Практика | |
|--|---|---|---|--|---|-------------------------------------|---|----------------|--|
| | | | Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося | | | Самостоятельная работа обучающегося | | Учебная, часов | Производственная (по профилю специальности), часов |
| | | | Всего, часов | в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов | в т.ч., курсовая работа (проект), часов | Всего, часов | в т.ч., курсовая работа (проект), часов | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| ПК2.1, ПК2.2, ПК2.4, ПК2.5 ОК01, ОК02, ОК04, ОК05, ОК09 | МДК.02.01 Технология проведения маркетинговых исследований | 108 | 104 | 64 | | 4 | - | - | |
| ПК2.3, ПК2.5 ОК01, ОК02, ОК04, ОК05, ОК09 | МДК.02.02 Ценообразование в торговой деятельности | 116 | 116 | 62 | | - | | | |
| ПК2.6, ПК2.7, ПК2.8, ОК01, ОК02, ОК04, ОК05, ОК09 | МДК.02.03 Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы. | 108 | 104 | 62 | 20 | 4 | 4 | | |
| | Учебная практика, часов | 36 | | | | | | 36 | |
| | Производственная практика | 108 | | | | | | | 108 |
| | Промежуточная аттестация | | | | | | | | |
| | Всего | 476 | 324 | 188 | 146 | 8 | 4 | 36 | 108 |

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ.02. ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ

| Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) | Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, внеаудиторная (самостоятельная) учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены) | Уровень усвоения | Объем часов |
|---|---|------------------|-------------|
| Раздел 1. Технология проведения маркетинговых исследований | | | |
| МДК 02.01 Технология проведения маркетинговых исследований | | | |
| Тема 1.1 Понятия и сущность маркетинговых исследований | Содержание учебного материала | | |
| | 1. Цели, задачи и функции маркетинговых исследований. Предмет, объект и основные направления маркетинговых исследований. Понятие и роль маркетинговых исследований в системе маркетинга. | 1 | 2 |
| | 2. Основные этапы становления и развития маркетинговых исследований. Разработка исследований, сбор данных, анализ данных, формирование основных выводов и интерпретация результатов. Специализированные программные продукты, применяемые в маркетинге. | 1 | 2 |
| | 3. Основные понятия, цели и задачи проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга. Принципы маркетинговых исследований. | 1 | 2 |
| | В том числе практических занятий | | |
| | Практическое занятие 1. Построение дерева целей маркетинговых исследований. | 2 | 2 |
| Практическое занятие 2. Постановка цели и определение задач маркетинговых исследований на предприятиях торговли. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач. | 2 | 4 | |
| Тема 1.2 Сущность и содержание маркетинговой информационной системы | Содержание учебного материала | | |
| | 1. Основные понятия и принципы маркетинговой информационной системы. | 1 | 2 |
| | 2. Структура и основные этапы проведения маркетингового исследования. | 1 | 2 |
| В том числе практических занятий | | | |

| | | | |
|--|--|----------|----------|
| | Практическое занятие 4. Выявление проблемы и определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли (предприятие определяется по выбору студентов). | 2 | 4 |
| Тема 1.3 Типы маркетинговых исследований | Содержание учебного материала | | |
| | 1. Поисковые, описательные и пояснительные исследования. Качественные и количественные маркетинговые исследования. Постоянные и разовые исследования В том числе практических занятий и лабораторных работ | 1 | 4 |
| | Практическое занятие 5. Определение типа маркетингового исследования по выявленным проблемам деятельности торговой организации. | 2 | 2 |
| | Практическое занятие 6. Сравнительная характеристика типов маркетингового исследования. Их преимущества и недостатки, области применения. | 2 | 2 |
| | Практическое занятие 7. Решение ситуационных задач. Сбор вторичной информации. | 2 | 4 |
| | Практическое занятие 8. Разработайте сценарий проведения маркетингового исследования методом фокус-групп. Раскройте достоинства и недостатки метода фокус-группы. | 3 | 4 |
| | | | |
| Тема 1.4. Технология проведения маркетинговых исследований внешней и внутренней среды | Содержание учебного материала | | |
| | 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. | 1 | 4 |
| | 2. Методы оценки конкурентной среды и конкурентоспособности товара В том числе практических занятий и лабораторных работ | 1 | 2 |
| | Практическое занятие 9. Определение емкости целевого рынка предприятия торговли с использованием программных продуктов (предприятие определяется по выбору обучающихся). | 3 | 6 |
| | Практическое занятие 10. Решение ситуационных задач методом PEST-анализа | 2 | 2 |
| | Практическое занятие 11. Определение конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках (товар определяется по выбору обучающихся). | 2 | 4 |
| | Практическое занятие 12. Решение ситуационных задач методом SWOT-анализа | 2 | 4 |

| | | | |
|--|---|----------|----------|
| Тема 1.5. Основные понятия и методы кабинетных маркетинговых исследований | Содержание учебного материала | | |
| | 1. Сущность кабинетных маркетинговых исследований и их характеристика. | 1 | 2 |
| | 2. Методы кабинетных маркетинговых исследований: традиционный (классический) анализ; контент-анализ документов; информативно-целевой анализ | 1 | 4 |
| | В том числе практических занятий | | |
| | Практическое занятие 13. Определение рыночной доли присутствия торгового предприятия традиционным методом исследования (предприятие определяется по выбору обучающихся). | 2 | 6 |
| | Практическое занятие 14. Решение ситуационной задачи. Проведение кабинетных маркетингового исследования с помощью интернет-ресурсов | 3 | 4 |
| | Практическое занятие 15. Оценка финансовых показателей деятельности торговой организации по данным финансовой отчетности, как источник информации для оценки внутренней среды торгового предприятия. | 2 | 2 |
| Тема 1.6. Основные понятия и методы полевых маркетинговых исследований | Содержание учебного материала | | |
| | 1. Наблюдение как важнейший метод сбора маркетинговой информации. Методы сбора первичной информации (анкетирование, экспертные оценки, телефонное интервью, групповое интервью (фокус-групп). | 1 | 2 |
| | 2. Панельные исследования. Экспериментальные (опытные) исследования. Проективные методы исследований. Проведение исследований методом Eye tracking (АйТрекинг). | 2 | 4 |
| | В том числе практических занятий и лабораторных работ | | |
| | Практическое занятие 16. Определениекруга вопросов. Выбор типа анкет. Составление анкет с целью проведения маркетингового исследования | 3 | 4 |
| | Практическое занятие 17. Сбор первичной информации для проведения маркетингового исследования с использованием программных продуктов | 2 | 4 |
| Тема 1.7. Система выборочных маркетинговых исследований | Содержание учебного материала | | |
| | 1. Основные понятия, используемых при проведении выборочных исследований. Виды выборки | 1 | 2 |
| | 2. Основные этапы проектирования и определения объема выборки. | 1 | 2 |
| | В том числе практических занятий и лабораторных работ | | |

| | | | |
|--|--|----------|------------|
| | Практическое занятие 18. Построение программы выборочного маркетингового исследования. Сбор информации для проведения выборочного исследования. | 3 | 2 |
| Тема 1.9. Оформление маркетинговых исследований | Содержание учебного материала | | |
| | 1. Содержание и структура отчета маркетинговых исследований. | 1 | 2 |
| | 2. Оформление и методы презентации отчета с помощью цифровых технологий. | 1 | 2 |
| | В том числе практических занятий | | |
| | Практическое занятие 19. Подготовка отчета по результатам маркетингового исследования. | 2 | 2 |
| | Практическое занятие 20. Презентация отчета результатов маркетингового исследования с использованием программных продуктов | 3 | 2 |
| Самостоятельная учебная работа при изучении раздела 1 | | | 4 |
| Раздел 2.Ценообразование в торговой деятельности | | | |
| МДК 03.02. Ценообразование в торговой деятельности | | | 116 |
| Тема 2.1. Цена как экономическая категория | Содержание учебного материала | | |
| | 1. Понятие цены. Теоретические концепции цены. Виды и функции цен. Конкурентные и монопольные цены. | 1 | 2 |
| | 2. Особенности формирования цен на факторы производства. Состав и структура цены. | 1 | 2 |
| | 3. Формы и методы государственного регулирования. | 1 | 2 |
| | В том числе практических занятий | | |
| | Практическое занятие № 1 Решение задач на определение цены с учетом ее структуры | 2 | 4 |
| Тема 2.2. Методы ценообразования | Содержание учебного материала | | |
| | 1. Товарная и ценовая политика предприятия | 1 | 2 |
| | 2. Механизм установления цены. Затратные методы ценообразования | 1 | 2 |
| | 3. Определение цены с ориентацией на спрос. Определение цены с ориентацией на конкуренцию. Особенности ценообразования на новые товары и научно-техническую продукцию | 2 | 2 |
| | В том числе практических занятий | | |
| | Практическое занятие № 2 Решение задач на расчет цены изготовителя методом полных затрат | 2 | 4 |

| | | | |
|--|--|----------|----------|
| | Практическое занятие № 3 Решение задач на расчет цены изготовителя методом стандартных полных затрат | 2 | 4 |
| | Практическое занятие № 4 Решение задач на расчет цены методом удельной цены | 2 | 2 |
| | Практическое занятие № 5 Решение задач на расчет цены агрегатным методом и методом регрессии | 2 | 2 |
| Тема 2.3 Основные ценообразующие факторы, учитываемые при формировании цен торговых предприятий | Содержание учебного материала | | |
| | 1. Структура рынка. Конкурентная среда | 1 | 2 |
| | 2. Тип товара и эластичность спроса | 1 | 2 |
| | 3. Ценность товара и прочие факторы, влияющие на ценообразование | 2 | 2 |
| | В том числе практических занятий | | |
| | Практическое занятие № 6 Решение задач на определение коэффициента эластичности спроса от цены. Расчет цены методом максимизации продаж с учетом эластичности спроса | 2 | 2 |
| | Практическое занятие № 7 Решение задач на определение максимально допустимой цены на единицу продукции | 2 | 2 |
| Тема 2.4 Особенности ценообразования в сфере торговли, в том числе в электронной торговле | Содержание учебного материала | | |
| | 1. Экономическое содержание торговой услуги. Классификация торговых услуг | 1 | 2 |
| | 2. Особенности ценообразования в сфере услуг. Цены на отдельные виды услуг | 1 | 2 |
| | В том числе практических занятий | | |
| | Практическое занятие № 8 Решение задач на определение цены на отдельные виды торговых услуг: Расчет цен на товары в оптовой, закупочной, розничной, электронной торговле. | 2 | 4 |
| Тема 2.5. Торговая надбавка и методы ее определения | Содержание учебного материала | | |
| | 1. Понятие, структура и регулирование торговой надбавки (структура торговых надбавок, издержки обращения). Затратное ценообразование | 1 | 2 |
| | 2. Рыночные методы ценообразования. Методы ценообразования с ориентацией на покупателя. Ценообразование с учетом конкуренции. | 2 | 2 |
| | 3. Прочие методы ценообразования | 1 | 2 |
| | В том числе практических занятий | | |
| | Практическое занятие № 9 Решение задач на расчет цены балловым методом | 2 | 2 |

| | | | |
|---|---|----------|----------|
| | Практическое занятие № 10 Решение задач на расчет цены методом вмененной потребительской оценки | 2 | 2 |
| | Практическое занятие № 11 Решение задач на расчет торговых надбавок | 2 | 4 |
| Тема 2.6. Политика цен и стратегия ценообразования | Содержание учебного материала | | |
| | 1. Понятие политики цен. Принципы и методы формирования ценовой политики на предприятиях торговли | 1 | 2 |
| | 2. Психологические аспекты ценообразования и основы принятия ценовых решений | 1 | 2 |
| | 3. Основные ценовые стратегии предприятий торговли. Прочие элементы комплекса маркетинга и их влияние на цену | 2 | 2 |
| | 4. Оценка качества сервиса как основа формирования ценовой политики и стратегии торговых предприятий. Имидж торгового предприятия и репутация торгового персонала, их влияние на политику и стратегии ценообразования | 2 | 2 |
| | В том числе практических занятий | | |
| | Практическое занятие № 12–13. Решение задач на определение ценовой стратегии. | 2 | 4 |
| Тема 2.7 Методы ценового стимулирования продаж | Содержание учебного материала | | |
| | 1. Понятие и цели ценового стимулирования продаж. Методы стимулирования продаж | 1 | 2 |
| | 2. Скидки и надбавки к цене. Причины и условия изменения текущих цен | 1 | 2 |
| | 3. Оценка ценовых решений в торговле | 1 | 2 |
| | В том числе практических занятий | | |
| | Практическое занятие № 14 Решение задач на оценку целесообразности и эффективности ценовых мероприятий по стимулированию продаж | 2 | 4 |
| | Практическое занятие № 15 Решение задач на определение скидок от цены продаж и покупок. Предложения скидок при разработке программы лояльности для постоянных покупателей | 2 | 4 |
| Тема 2.8 Ценообразование во внешнеэкономической деятельности | Содержание учебного материала | | |
| | 1. Внешнеторговые операции и ценообразование. Экспортно-импортные цены | 1 | 2 |
| | 2. Таможенные пошлины и тарифы. Порядок исчисления таможенных пошлин | 1 | 2 |
| | В том числе практических занятий | | |
| | Практическое занятие № 16 Решение задач на определение базисной экспортной цены. Расчет импортных внешнеторговых цен | 2 | 2 |

| | | | | |
|---|----------|---|----------|------------|
| | | Практическое занятие № 17 Расчет эффективности сделки на основе экспортно-импортных цен | 2 | 4 |
| Тема 2.9. Налоги ценообразование | и | Содержание учебного материала | | |
| | | 1. Налоговый контроль за ценообразованием. Налоги в составе цены | 1 | 2 |
| | | 2. Акцизы. Налог на добавленную стоимость | 1 | 2 |
| | | В том числе практических занятий и лабораторных работ | | |
| | | Практическое занятие № 18 Расчет суммы акциза. | 2 | 2 |
| | | Практическое занятие № 19 Расчет на определение ставки и суммы налога на добавленную стоимость. Расчет цены с НДС по разным ставкам. | 2 | 4 |
| | | Практическое занятие № 20. Расчет суммы НДС к возмещению/вычету из цены поставки товара. | 2 | 4 |
| Тема 2.10 Государственная политика ценообразование | и | Содержание учебного материала | | |
| | | 1. Государственная ценовая политика и регулирование цен. Государственный контроль ценообразования и применения цен | 1 | 2 |
| | | 2. Единая тарифная политика базовых отраслей Российской Федерации | 1 | 2 |
| | | В том числе практических занятий и лабораторных работ | | |
| | | Практическое занятие № 21 Решение задач на определение уровня регулирования оптовой и розничной цены | 2 | 2 |
| Раздел 3. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы (108 часов) | | | | |
| МДК 02.03. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы | | | | 104 |
| Тема 3.1. Предпринимательская идея и ее выбор | | Содержание учебного материала | | |
| | | 1. Предпринимательская идея и ее выбор. Источники формирования предпринимательских идей. Методы выработки предпринимательских идей. Основные типы ключевых факторов успеха. Основные стадии жизненного цикла товара | 1 | 2 |
| | | В том числе практических занятий | | |
| | | Практическое занятие 1: Разработка товарной модификации, ввод товара. | 2 | 2 |
| Тема 3.2. Технология, основные принципы и структура управления бизнесом | | Содержание учебного материала | | |
| | | 1. Основные понятия, категории и объекты управления бизнесом. Принципы управления. Система управления: субъект, объект, прямые и обратные связи. Понятие организационной структуры управления предпринимательской единицей. | 1 | 2 |

| | | | |
|--|--|----------|----------|
| | Информационные и технические средства управления бизнесом. Показатели оценки эффективности управления бизнесом. | | |
| | В том числе практических занятий | | |
| | Практическое занятие 2: Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы | 2 | 2 |
| Тема 3.3. Бизнес-план и его роль в современном предпринимательстве | Содержание учебного материала | | |
| | 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. Инвестиционный план как разновидность бизнес-плана. Характеристика, назначение, перспективы и область применения. Основные цели составления инвестиционных бизнес-планов. | 1 | 2 |
| | В том числе практических занятий | | |
| | Практическое занятие 3. Составление визитки команды. Влияние визитки команды, имиджа и деловой репутации разработчиков бизнес-плана на принятие решения инвестора. | 2 | 2 |
| | Практическое занятие 4. Определение миссии, цели, задачи бизнеса. Определение формы ведения предпринимательской деятельности. | 3 | 2 |
| | Практическое занятие 5. Определение типов бизнес-плана | 2 | 2 |
| Тема 3.4. Структура и функции бизнес-плана | Содержание учебного материала | | |
| | 1. Основные функции бизнес-плана. Основные правила и схема построения процесса разработки бизнес-плана. Структура бизнес-плана | 1 | 2 |
| | В том числе практических занятий | | |
| | Практическое занятие 5. Формирование и описание бизнес-идеи | 2 | 2 |
| | Практическое занятие 6. Первоначальная подготовка резюме бизнес-плана. Инвестиционное предложение. | 2 | 2 |
| Тема 3.5. Основные источники финансирования предпринимательской единицы | Содержание учебного материала | | |
| | 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. Система налогов и сборов Российской Федерации. Виды систем налогообложения в России. Налоговое | 1 | 2 |

| | | | |
|--|--|----------|----------|
| | планирование как источник финансирования предпринимательской единицы. | | |
| | В том числе практических занятий | | |
| | Практическое занятие 7–8. Расчет размеров выплат по процентным ставкам кредитования, лизинговым операциям, договорам франчайзинга. | 2 | 6 |
| | Практическое занятие 9–10. Выбор системы налогообложения для ведения бизнеса. | 2 | 4 |
| Тема 3.6. Анализ и оценка рисков | Содержание учебного материала | | |
| | 1. Виды предпринимательских рисков. Экспертный анализ рисков. Количественный анализ риска. Методика оценки предпринимательских рисков. Модель Остервальдера и Пинье. Страхование рисков и иные способы минимизации рисков. | 1 | 2 |
| | В том числе практических занятий | | |
| | Практическое занятие 11. Применение Pest – анализа с целью определения предпринимательских рисков. Выбор форм страхования предпринимательских рисков. | 2 | 2 |
| Тема 3.7. Технология разработки разделов бизнес-плана предпринимательской единицы | Содержание учебного материала | | |
| | 1. Общая характеристика бизнеса, описание предпринимательской единицы. Описание модели Остервальдера для разработки бизнес-моделей. Описание бизнес-идеи. Матрица Ансоффа и стратегии роста бизнеса. Факторы инвестиционной привлекательности бизнес-проекта. | 1 | 2 |
| | 2. План маркетинга. Применение метода 5W Шеррингтона для сегментации рынка. Сегменты рынка B2B, B2C, B2G, C2C, их характеристика и отличия. Характеристика рынков сбыта. Производственный и организационный план. Финансовый план. | 1 | 2 |
| | В том числе практических занятий и лабораторных работ | | |
| | Практическое занятие 12. Описание предпринимательской единицы/компании/бизнеса. | 2 | 2 |
| | Практическое занятие 13. Разработка логотипа фирмы и составление слогана с применением специализированных цифровых инструментов. | 2 | 2 |
| | Практическое занятие 14. Оценка целевого рынка. Применение метода 5W Шеррингтона для определения целевой аудитории. | 2 | 2 |
| | Практическое занятие 15. Составление анкеты для опроса потенциальных клиентов, проведение опроса в сети Интернет, социальных мессенджерах и иных цифровых аналогах. | 3 | 2 |
| Практическое занятие 16. Планирование рабочего процесса. Определение бизнес-процессов и составление схемы ведения предпринимательской деятельности. | 3 | 2 | |

| | | | |
|--|---|----------|----------|
| | Практическое занятие 17. Разработка организационной структуры управления компании. Структурные подразделения компании, их описание и функциональное назначение. | 3 | 2 |
| Тема 3.8. Финансовое моделирование деятельности предпринимательской единицы | Содержание учебного материала | | |
| | 1. Финансовое планирование как раздел бизнес-плана. Основные этапы составления финансового плана компании. Методика расчета финансовых показателей. Расчет точки безубыточности. | 1 | 2 |
| | В том числе практических занятий | | |
| | Практическое занятие 18. Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов. Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования. | 2 | 2 |
| | Практическое занятие 19. Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода. Определение рыночной цены товара. Расчет себестоимости товара, определение розничной цены. | 2 | 2 |
| | Практическое занятие 20. Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении. | 3 | 2 |
| | Практическое занятие 21–22. Составление плана переменных расходов. | 3 | 4 |
| Практическое занятие 23. Расчет точки безубыточности по данным реального бизнес-плана | 3 | 2 | |
| Тема 3.9. Методы оценки эффективности инвестиционного проекта | Содержание учебного материала | | |
| | 1. Основные показатели оценки экономической эффективности инвестиционного проекта. Методы оценки инвестиционных проектов. Выбор ставки дисконтирования. Обоснование выбора ставки дисконтирования. Расчет простого периода окупаемости проекта (PaybackPeriod) | 1 | 2 |
| | В том числе практических занятий и лабораторных работ | | |
| | Практическое занятие 24. Расчет экономической окупаемости инвестиционного проекта с учетом различных сценариев | 3 | 2 |
| 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) | 3 | 4 | |

| | | | |
|---|--|----------|-----------|
| | Расчеты других значимых показателей (ARR, MIRR, ROE, ROI, EBIT, EBITDA) | | |
| Тема 3.10. Современные программные продукты, используемые для разработки и презентации бизнес-плана/инвестиционного проекта | Содержание учебного материала | | |
| | 1. Специализированные программные продукты, используемые для составления бизнес-плана, разработки финансовой модели бизнеса и презентации инвестиционного проекта. Основные правила оформления презентаций инвестиционного проекта | 1 | 2 |
| | В том числе практических занятий | | |
| | Практическое занятие 27–29. Разработка бизнес-плана с применением специализированных программных продуктов | 2 | 4 |
| | Практическое занятие 30–31. Оформление и презентация бизнес-плана / инвестиционного проекта | 2 | 4 |
| Самостоятельная учебная работа при изучении раздела 3 | | | 4 |
| Курсовой проект (работа) 20 часов | | | 36 |
| Учебная практика по ПМ. Виды работ: 1. Сбор информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы. 2. Проведение Pest анализа, применение метода Ансоффа-Пинье для описания бизнес-модели предпринимательской единицы 3. Выполнение отдельных этапов разработки бизнес-плана: 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 | | 3 | |

| | | |
|--|----------|------------|
| 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 (Discounted Payback Period) 23. Расчет чистой текущей стоимости проекта (Net Present Value) 24. Расчет внутренней нормы доходности проекта (Internal Rate of Return) 25. Расчет индекса прибыльности проекта (Index of Profitability) 26. Расчеты других значимых показателей (ARR, MIRR, ROE, ROI, EBIT, EBITDA) Разработка мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности. | | |
| Производственная практика Виды работ: <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). | 3 | 108 |

| | | |
|---|--|------------|
| 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 | | |
| Всего: | | 476 |

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ АДАПТИРОВАННОЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Организация рабочего места для студента с инвалидностью опорно-двигательного аппарата (ОДА):

- комфортное и удобное рабочее/учебное место, комфортное освещение, минимальное количество предметов в поле зрения;
- специальные приспособления для закрепления предметов на поверхности стола;
- возможность свободного доступа к наглядным, информационным материалам;
- использование специального программного обеспечения и специального оборудования, позволяющих компенсировать двигательное нарушение у обучающегося;
- рабочее/учебное место обучающегося создается индивидуально с учетом его особых образовательных потребностей, а также сопутствующих нейросенсорных нарушений
- увеличение размеров рабочей зоны на одно место, с учетом подъезда и разворота кресла-коляски
- увеличение ширины прохода между рядами столов
- при организации учебного места учитываются возможности и особенности моторики, восприятия, внимания, памяти обучающегося
- для инвалидов-колясочников предусматриваются места в первом ряду, ближайšie от входа в помещение.
- установка (перемещение) учебной доски в зоне доступности инвалида на коляске
- аудитория должна быть оборудована столами, регулируемые по росту обучающихся, а также специализированными креслами-столами с индивидуальными средствами фиксации, предписанными в медицинских рекомендациях
- оснащение аудитории персональными компьютерами, техническими приспособлениями (специальная клавиатура, различные контакторы, заменяющие мышь, джойстики, трекболы, головная компьютерная мышь, выносные кнопки разных цветов и диаметров, сенсорные планшеты и т.д.)
- персональный компьютер должен быть оснащен виртуальной экранной клавиатурой, коммуникационными каналами, программными продуктами
- для крепления тетрадей и книг на столе обучающегося можно разместить специальные магниты и кнопки, наклонные доски для письма

Технические и программные средства общего и специального назначения

- в качестве простых технических средств, служащих для облегчения процесса письма, можно использовать увеличенные в размерах ручки и специальные накладки к ним, позволяющие удерживать ручку и манипулировать ею с

минимальными усилиями, а также утяжеленными (с дополнительным грузом) ручками, снижающими проявления тремора при письме

- специальная клавиатура: клавиатура с большими кнопками и разделяющей клавиши накладкой и/или специализированная клавиатура с минимальным усилием для позиционирования и ввода и/или сенсорная клавиатура
- виртуальная экранная клавиатура
- головная компьютерная мышь
- ножная компьютерная мышь
- выносные компьютерные кнопки
- компьютерный джойстик или компьютерный роллер
- сенсорный планшет
- компьютерная мышь с прикусывателем
- ай-трекер

Учебные и информационные ресурсы

- учебники в электронном и печатном варианте
- учебные пособия, материалы для самостоятельной работы в печатной форме или в форме электронного документа
- программы виртуальных лабораторных работ
- система поддержки учебного процесса образовательной организации, функционирующая на программной образовательной платформе
- электронные образовательные ресурсы
- мультимедийные ресурсы
- сервис видеоконференций
- программное обеспечение для текстовой, голосовой и видеосвязи
- периодические издания в электронном и печатном варианте.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, дополнительной литературы, Интернет-ресурсов

Основные источники:

1. Бизнес-планирование: учебник/под ред. Т.Г. Попадюк, В.Я.Горфинкеля.—Москва: Вузовский учебник:ИНФРА-М,2021.—296с.— (Среднее профессиональное образование).ISBN978-5-9558-0617-4.-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.-159с.-(Среднее профессиональное образование).-ISBN978-5-9558-0628-0.-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.Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для среднего профессионального образования/ С.В. Карпова [и др.]; под общей редакцией С. В. Карповой. —Москва: Издательство Юрайт,2022. — 367 с. —(Профессиональное образование). —ISBN 978-5-9916-9115-4.— Текст: электронный//Образовательная платформа Юрайт [сайт].— URL:<https://urait.ru/bcode/491722>

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

6.Карасев, А. П. Маркетинговые исследования: учебник и практикум для среднего профессионального образования /А. П. Карасев. —2-еизд., перераб. И доп. —Москва: Издательство Юрайт,2022. —315с.— (Профессиональное образование). —ISBN978-5-534-05957-1.—Текст: электронный//Образовательная платформа Юрайт [сайт].— URL:<https://urait.ru/bcode/489822>

7. Маховикова, Г. А. Цены и ценообразование в коммерции: учебник для среднего профессионального образования/Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская. —Москва: Издательство Юрайт,2021.—231с.— (Профессиональное образование). —ISBN978-5-534-03696-1.—Текст: электронный//Образовательная платформа Юрайт [сайт].—URL: <https://urait.ru/bcode/477854>

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

9. Романова,М.В.Бизнес-планирование:учебноепособие/М.В.Романова.—Москва:ФОРУМ:ИНФРА-М,2021.—240с.—(Профессиональное образование).-ISBN978-5-8199-0756-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1446152> (дата обращения:18.06.2022).— Режим доступа: по подписке.

10.Саталкина, Н. И. Экономика торговли: учебное пособие / Н. И. Саталкина, Б. И. Герасимов. Г.И. Терехова.— Москва:ФОРУМ,2021.— 232с.—(Профессиональное образование).-ISBN978-5-91134-485-6.-Текст: электронный.-

URL:<https://znanium.com/catalog/product/1287439>(дата обращения:18.06.2022).–
Режим доступа: по подписке.

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

12. PR в сфере коммерции: учебник/под ред. д-ра экон. наук, проф. И.М. Синяевой.— Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. — 298 с. — (Среднее профессиональное образование).-ISBN978-5-9558-0614-3.-Текст: электронный.-URL:<https://znanium.com/catalog/product/1018359>(дата обращения:18.06.2022).–Режим доступа: по подписке.

Дополнительные источники:

1. Справочно-правовая система «Консультант+»-
URL:<http://www.consultant.ru/>
2. Справочно-правовая система «Гарант»--URL<https://www.garant.ru/>
3. Новая Цифровая платформа поддержки бизнеса: <https://www.smbn.ru/>
4. Фонд поддержки малого предпринимательства:
<https://biznesprost.com/interesno/fond-podderzhki-malogo-predprinimatelstva.html>
5. 10 лучших бизнес-инкубаторов России:
<https://viafuture.ru/privlechenie-investitsij/biznes-inkubatory-v-rossii>

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

При организации учебной практики, лабораторных и практических занятий предполагается деление группы на подгруппы. На занятиях используется учебная, справочная литература, методические пособия, наглядные пособия. Рабочие места оборудованы необходимым оборудованием.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация основной профессиональной образовательной программы по специальности среднего профессионального образования должна обеспечиваться педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля). Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимися профессионального цикла, эти преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже одного раза в 3 года.

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

Текущий контроль успеваемости осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий и лабораторных работ, а также при выполнении индивидуальных работ и домашних заданий, или в режиме тренировочного тестирования в целях получения информации о выполнении обучаемым требуемых действий в процессе учебной деятельности; правильности выполнения требуемых действий; соответствии формы действия данному этапу усвоения учебного материала; формировании действия с должной мерой обобщения, освоения (в том числе автоматизированности, быстроты выполнения) и т.д.

Текущий контроль успеваемости для обучающихся с инвалидностью (ОДА) имеет большое значение, поскольку позволяет своевременно выявить затруднения и отставание в обучении и внести коррективы в учебную деятельность.

Форма проведения текущей и промежуточной аттестации для студентов с инвалидностью устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости студенту с инвалидностью предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на мероприятиях промежуточной аттестации.

Учебно-методический материал, включающий в себя методические указания для студентов и курс лекций, предоставляется студенту с инвалидностью в печатном и электронном виде.

Для студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата используются альтернативные устройства ввода информации.

При необходимости для студентов с инвалидностью промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов. Для этого необходимо использовать рубежный контроль, который является контрольной точкой по завершению изучения раздела или темы дисциплины, междисциплинарного курса, практик и ее разделов с целью оценивания уровня освоения программного материала. Формы и срок проведения рубежного контроля определяются преподавателем с учетом индивидуальных психофизических особенностей обучающихся.

| Результаты (освоенные профессиональные компетенции) | Основные показатели оценки результата | Формы и методы контроля и оценки |
|--|--|---|
| ПК 2.1. Проводить маркетинговые исследования | <ul style="list-style-type: none"> – Составляет план проведения маркетингового исследования – Устанавливает сроки и требования | Текущий контроль в форме: -устного и |

| | | |
|---|---|--|
| использованием инструментов комплекса маркетинга | <p>проведению маркетингового исследования</p> <ul style="list-style-type: none"> – Определяет маркетинговые инструменты, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования – Осуществляет поиск первичной и вторичной маркетинговой информации | <p>письменного опроса;</p> <ul style="list-style-type: none"> -защиты практических занятий; -выполнения тестовых заданий; -проверочных работ по темам. |
| ПК. 2.2. Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации | <ul style="list-style-type: none"> – 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 | <ul style="list-style-type: none"> -Решение практико-ориентированных (ситуационных) заданий. Проверочные работы по темам МДК. Дифференцированный зачет по междисциплинарному курсу. |
| ПК 2.3. Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных технологий | <ul style="list-style-type: none"> – Проводит сбор, мониторинг и систематизирует ценовые показатели товаров, в том числе с использованием информационных технологий | <p>Квалификационный экзамен по профессиональному модулю.</p> <p>Отчет по учебной практике.</p> |
| ПК. 2.4. Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках | <ul style="list-style-type: none"> – Обосновывает конкурентные преимущества товара на внешнем и внутренних рынках | |
| ПК 2.5. Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов | <ul style="list-style-type: none"> – Соблюдает правила и принципы разработки бизнес-плана (полнота и точность составления разделов бизнес-плана) – Использует информационные технологии в процессе составления бизнес-плана – Использует информацию специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана. | |
| ПК 2.6. Рассчитывать показатели эффективности и предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов | <ul style="list-style-type: none"> – Рассчитывает и обосновывает результаты анализа финансовых результатов деятельности организации – Применяет различные платформы в системе продвижения товаров (услуг) организации | |

| | |
|--|--|
| ПК. 2.7. Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности | – Обосновывает разработанные мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности |
| ПК. 2.8. Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы | – Составляет план сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы – Выявляет проблемы и риски предпринимательской деятельности |

| Результаты (освоенные общие компетенции) | Основные показатели оценки результата | Формы и методы контроля и оценки |
|---|--|---|
| ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам | Распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; – Выделяет составные части и определяет этапы решения задачи; – Выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы; – Составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; – Демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; Реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника). | Оценка эффективности и качества выполнения задач |
| ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, выполнения задач профессиональной деятельности | определяет задачи для поиска информации и их необходимые источники и планирует процесс поиска; – структурирует и выделяет наиболее значимое в полученной информации; – оценивает практическую значимость результатов поиска и оформляет его результаты; применяет средства информационных технологий, использует современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач. | Оценка эффективности и качества выполнения задач |
| ОК 03 Планировать и реализовывать собственное | – определяет актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применяет современную научную | Осуществление самообразования, использование современной научной и 31 |

| | | |
|--|--|--|
| <p>профессиональное деятельность сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях</p> | <p>профессиональную терминологию; определяет и выстраивает траектории профессионального развития и самообразования</p> | <p>профессиональной терминологии, участие в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно- практических конференциях, оценка способности находить альтернативные варианты решения стандартных и нестандартных ситуаций, принятие ответственности за их выполнение</p> |
| <p>ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде</p> | <p>эффективно взаимодействует с преподавателями, обучающимися в ходе профессиональной деятельности.</p> | <p>Экспертное наблюдение и оценка результатов формирования поведенческих навыков в ходе обучения</p> |
| <p>ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста</p> | <p>грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявляя толерантность в рабочем коллективе</p> | <p>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> |
| <p>ОК 07 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания ситуациях</p> | <p>выполняет работы с соблюдением принципов бережливого производства и ресурсосбережения</p> | <p>Оценка соблюдения правил экологической в ведении профессиональной деятельности; формирование навыков эффективного действия в чрезвычайных ситуациях.</p> |
| <p>ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией государственном и</p> | <p>понимает общий смысл четко произнесенных высказываний и текстов на профессиональные темы; – участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;</p> | <p>Оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на</p> |

| | | |
|--------------------|--|---|
| иностранном языках | строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; пишет простые связанные сообщения на интересующие профессиональные темы. | государственном языке Российской Федерации и иностранных языках |
|--------------------|--|---|