# Приложение 2. Примерные программы профессиональных модулей

**Приложение 2.1**

**к ПОП по** **специальности**

**38.02.08 Торговое дело**

**ПРИМЕРНАЯ РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**«ПМ.01 Организация и осуществление торговой деятельности»**

**2023 г.**

**СОДЕРЖАНИЕ**

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

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**«ПМ.01 Организация и осуществление торговой деятельности»**

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

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

* + 1. Перечень общих компетенций

|  |  |
| --- | --- |
| Код | Наименование общих компетенций |
| **ОК 01** | Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам |
| **ОК 02** | Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности |
| **ОК 03** | Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях. |
| **ОК 04** | Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде |
| **ОК 05** | Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста |
| **ОК 06** | Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения |
| **ОК 07** | Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях |
| **ОК 09** | Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках |

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

|  |  |
| --- | --- |
| Код | Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций |
| **ВД 1** | Организация и осуществление торговой деятельности |
| **ПК 1.1.** | Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий |
| **ПК 1.2.** | Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта |
| **ПК 1.3.** | Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий |
| **ПК 1.4.** | Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение. |
| **ПК 1.5.** | Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту |
| **ПК 1.6.** | Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий |

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

|  |  |
| --- | --- |
| Владеть навыками | поиска и систематизации открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции; |
| проведения анализа и оценки объема спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках; |
| обработки, формирования и хранения данных, информации, документов, в том числе полученных от поставщиков (подрядчиков, исполнителей); |
| составления перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации; |
| подготовки рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка; |
| проведения анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков, мониторинга внутренних и внешних рынков; |
| подготовки аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках; |
| оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг; |
| мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок; |
| установления контактов с деловыми партнерами, заключения договоров, предъявления претензий; |
| составления деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров, проведения безналичных расчетов; |
| формирования начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта; |
| составления и оформления закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры; |
| осуществления подготовки протоколов заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок; |
| публичного размещения полученных результатов; осуществления проверки необходимой документации для заключения контрактов и процедуры подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями); |
| публичного размещения отчетов, информации о неисполнении контракта, о санкциях, об изменении или о расторжении контракта, за исключением сведений, составляющих государственную тайну; |
| организации осуществления оплаты поставленного товара, выполненной работы (ее результатов), оказанной услуги, а также отдельных этапов исполнения контракта, денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случая, организации возврата денежных средств, внесенных в качестве обеспечения исполнения заявок или обеспечения исполнения контрактов; |
| направления запросов, приглашений и информации потенциальным участникам внешнеторгового контракта; |
| проведения предварительного анализа поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках; |
| составления списка отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий); |
| документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта; |
| подготовки сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внешних рынках; |
| формирования списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта; |
| обработки, формирования, хранения информации и данных об участниках внешнеторгового контракта; |
| формирования проекта внешнеторгового контракта; |
| осуществления проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта; |
| подготовки процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом; |
| подготовки документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта; |
| сбора информации, документов по вопросам исполнения обязательств по внешнеторговому контракту; |
| разработки плана-графика контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту; |
| мониторинга отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; |
| документального оформления отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту и организация претензионной работы; |
| подготовки предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств по внешнеторговому контракту; |
| выполнения торгово-технологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых помощников, чат-ботов для обработки запросов покупателей с максимальной скоростью; |
| организации торговли, в том числе с использованием камер и алгоритмов распознавания лиц для осуществления расчетов с покупателями без применения контрольно-кассовой техники; |
| приемки товаров по количеству и качеству; |
| соблюдения правил охраны труда. |
| Уметь | пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внешних и внутренних рынках; |
| проводить исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров; |
| обобщать и систематизировать коммерческую информацию, формировать базы данных с информацией о ценах на товары, работы, услуги, требованиях внешних и внутренних рынков к товарной продукции, статистически ее обрабатывать в формате электронных таблиц и формулировать аналитические выводы; |
| анализировать внешнюю конкурентную среду для выявления аналогичных или взаимозаменяемых товаров; |
| создавать и вести информационную базу данных поставщиков и покупателей; |
| составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию; |
| обобщать полученную информацию, обрабатывать ее с применением программных продуктов; |
| обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов. |
| применять нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений; |
| осуществлять выбор поставщиков; |
| оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ; |
| составлять документы, деловые письма, предложения, заказы на поставку товаров, осуществлять безналичные расчеты, в т.ч. с использованием современных технических средств; |
| создавать и вести информационную базу поставщиков и покупателей с применением технологий больших данных; |
| обобщать полученную информацию, статистически ее обрабатывать и формулировать аналитические выводы, архивировать полученную информацию и обеспечивать ее безопасность; |
| работать в единой информационной системе; |
| применять основные положения нормативно-правовых актов в сфере закупочной деятельности; |
| составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию; |
| обосновывать начальную (максимальную) цену закупки; |
| описывать объект закупки; |
| разрабатывать закупочную документацию; |
| работать в единой информационной системе; |
| взаимодействовать с закупочными комиссиями и технически обеспечивать деятельность закупочных комиссий; |
| анализировать поступившие заявки, оценивать результаты и подводить итоги закупочной процедуры; |
| формировать и согласовывать протоколы заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок; |
| проверять необходимую документацию для заключения контрактов и осуществлять процедуру подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями); |
| классифицировать товары на внутренних и внешних рынках; |
| разрабатывать тексты рекламной информации о товарах отечественного производства на иностранном языке для последующего распространения на внешних рынках; |
| осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; |
| осуществлять взаимодействие с участниками внешнеторгового контракта; |
| подготавливать коммерческие предложения, запросы; |
| оформлять документацию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и международных актов; |
| составлять и оформлять отчет, содержащий информацию о ходе исполнения контракта, о соблюдении промежуточных и окончательных сроков исполнения контракта, о ненадлежащем исполнении контракта (с указанием допущенных нарушений) или о неисполнении контракта и о санкциях, которые применены в связи с нарушением условий кон-тракта или его неисполнением, об изменении или о расторжении контракта в ходе его исполнения, об изменении кон-тракта или о расторжении контракта; |
| осуществлять организацию оплаты/возврата денежных средств, организовывать уплату денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях; |
| обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов; |
| осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота; |
| осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ; |
| осуществлять процесс управления доставкой товаров покупателю используя возможности интернет-вещей; |
| проводить анализ перемещения покупателей по торговому залу по данным камер видео наблюдений с целью оптимизации торгового пространства; |
| осуществлять контроль за количеством и сроками хранения продовольственных товаров с применением датчиков контроля (интернет-вещей); |
| использовать технологии дополненной реальности для повышения объема продаж; |
| применять цифровые вывески с использованием компьютерного зрения; |
| применять технологии интернет-вещей в организации работы торговых площадок; |
| управлять полочным пространством магазина в облачной ABM SHELF; |
| оформлять факт продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС; |
| применять электронный документооборот; |
| осуществлять торгово-технологические процессы, в том числе, с использованием техники эффективных коммуникаций. |
| применять основные ИИ-решения - системы распознавания естественного языка, интеллектуальные системы поддержки принятия решений, распознавания и синтез речи, интеллектуальный анализ текстовых документов, роботы, видео аналитика, чат-боты; |
| оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ; |
| осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота; |
| пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внутренних внешних рынках. |
| Знать | методы и инструменты работы с базами данных внутренних и внешних рынков; |
| требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота; |
| стандарты и требования внешних рынков к товарной продукции; |
| правовые нормы оформления и заключения договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг; |
| структуру и содержание договора поставки, спецификации и сопроводительного письма критерии поиска и методы отбора поставщиков; |
| методы и инструменты работы с базами больших данных; |
| требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, |
| схем электронного документооборота; |
| законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров; |
| особенности составления закупочной документации; |
| методы определения и обоснования начальных максимальных цен контракта; |
| основные технические характеристики, преимущества и особенности продукции организации, поставляемой на внешние рынки; |
| нормативные правовые акты, регламентирующие внешнеэкономическую деятельность; |
| международные правила толкования наиболее широко используемых торговых терминов в области внешней торговли; |
| международные договоры в сфере стандартов и требований к продукции; |
| стандарты и требования внешних рынков к товарной продукции; |
| методы и инструменты работы с базами данных и источниками маркетинговой информации о внешних рынках внешних рынков; |
| методы разработки рекламной информации для внешних рынков и инструменты продвижения товаров и услуг на внешних рынках; |
| основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций; |
| документооборот внешнеторговых сделок; |
| условия внешнеторгового контракта; |
| нормы этики и делового общения с иностранными партнерами; |
| правила оформления документации по внешнеторговому контракту; |
| порядок документооборота в организации; |
| основы риск-менеджмента во внешнеэкономической деятельности; |
| виды торговых структур; |
| формы и виды торговли, составные элементы торговой деятельности; |
| материально-техническую базу торговли; |
| инфраструктуру потребительского рынка; |
| средства, методы, инновации в отрасли; |
| организацию торгово-технологических процессов в офлайн и онлайн торговле; |
| требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота; |
| основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты внутренней и внешней торговли; |
| требования законодательства Российской Федерации, нормативные правовые акты, регулирующие торговую деятельность; |
| правила торговли; |
| количественные и качественные показатели оценки эффективности торговой деятельности. |

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

Всего часов - 240-396

в том числе в форме практической подготовки - 240-396

Из них на освоение МДК – 132-288

в том числе самостоятельная работа\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

практики, в том числе учебная – 36-36

производственная – 72-72

Промежуточная аттестация *-*

**2. Структура и содержание профессионального модуля**

**2.1. Структура профессионального модуля**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Коды профессиональных и общих компетенций | Наименования разделов профессионального модуля | Всего, час. | В т.ч. в форме практической. подготовки | Объем профессионального модуля, ак. час. | | | | | | | | |
| Обучение по МДК | | | | | | | Практики | |
| Всего | В том числе | | | | | |
| Лабораторных. и практических. занятий | Курсовых работ (проектов) | Самостоятельная работа*[[1]](#footnote-1)* | Промежуточная аттестация | Учебная | | | Производственная |
| *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* | *9* | *10* | | | *11* |
| ПК 1.1, ПК 1.2,  ПК 1.4, ПК 1.5,  ПК 1.6, ОК 01,  ОК 02, ОК 03,  ОК 04, ОК 05,  ОК 07, ОК 09 | Раздел 1. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках | 44-96 | 44-96 | 44-96 |  |  |  |  |  | | |  |
| ПК 1.1, ПК 1.2,  ПК 1.6, ОК 01,  ОК 02, ОК 03,  ОК 04, ОК 05,  ОК 07, ОК 09 | Раздел 2. Организация и осуществление продаж | 44-96 | 44-96 | 44-96 |  |  |  |  | | |  |
| ПК 1.1, ПК 1.2,  ПК 1.3, ОК 01,  ОК 02, ОК 03,  ОК 04, ОК 05,  ОК 07, ОК 09 | Раздел 3. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд | 44-96 | 44-96 | 44-96 |  |  |  |  | | |  |
|  | Учебная практика, часов | 36-36 | 36-36 |  |  |  |  |  | **36-36** | | |  |
|  | Производственная практика | 72-72 | 72-72 |  |  |  | | | | | | **72-72** |
|  | Промежуточная аттестация |  |  |  |  |  | | | | | |  |
|  | ***Всего:*** | **240-396** | **240-396** | **132-288** |  |  |  |  | | **36-36** | | **72-72** |

**2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)** | | **Содержание учебного материала,**  **лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)** | | **Объем, акад. ч / в том числе  в форме практической подготовки, акад. ч[[2]](#footnote-2)** | | **Код ПК, ОК** |
| **1** | | **2** | | **3** | | **4** |
|  | |  | | **Обязат. часть ОП с учетом интенсификации 40%** | **Обязат. часть ОП** |  |
| **Раздел 1. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках** | | | | **44/44** | **96/96** |  |
| **МДК. 01.01. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынке** | | | | **44/44** | **96/96** |  |
| **Тема 1.1.**  **Информационное обеспечение торгово-сбытовой деятельности** | **Содержание** | | |  |  |  |
| **1.** Понятие, значение, классификация, источники и комплексный подход к формированию информации. | | | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05 |
| **2.** Информация о покупателях, мотивах покупок, требованиях к товару. Требования внешних и внутренних рынков к товарной продукции. | | |
| **3.** Информация о спросе, товарном предложении и рыночной коньюнктуре: основные понятия, информация о соотношении спроса и предложения, о тенденциях развития коньюнктуры рынка, использование в практической деятельности. Источники информации. Методы изучения и прогнозирования спроса. | | |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** | | |  |  |  |
| **Практическое занятие 1–2.** Изучение потенциальных возможностей торговой организации и ее конкурентного положения на рынке, формирование базы данных поставщиков на основе полученной информации. | | |  |  | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6 |
| **Практическое занятие 3**. Систематизация и анализ внешней конкурентной среды для выявления аналогичных или взаимозаменяемых товаров, сбор и обобщение полученной информации. | | |  |  | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6 |
| **Тема 1.2.**  **Установление хозяйственных связей с поставщиками и потребителями товаров и услуг** | **Содержание** | | |  |  |  |
| **1.** Организация хозяйственных связей в торговле: понятие, функции, классификация. Изучение и поиск коммерческих партнеров: критерии поиска поставщиков, методы отбора поставщиков. | | | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05 |
| **2.** Требования к структуре и содержанию договора поставки, спецификации, протоколу разногласий. Документальное подтверждение исполнения договоров. Организация претензионной работы. | | |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** | | |  |  |  |
| **Практическое занятие 4.** Изучение и анализ предложений поставщиков - производителей и поставщиков - посредников с учетом их географического положения. | | |  |  | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6 |
| **Практическое занятие 5**. Заполнение конкурентного листа и выставление приоритетов по поставщикам для заключения внешнеторгового контракта. | | |  |  | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6 |
| **Практическое занятие 6.** Расчет и оформление заказов на поставку товаров. | | |  |  | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6 |
| **Тема 1.3.**  **Заключение внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение** | **Содержание** | | |  |  |  |
| **1.** Условия внешнеторгового контракта. Базисные условия поставки Incoterms-2010. Документооборот внешнеторговых сделок: товаросопроводительные документы, товарораспорядительные документы, счет-фактура. | | | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05 |
| **2.** Методы разработки рекламной информации для внешних рынков, инструментов продвижения товаров и услуг отечественных производителей на внешних рынках. | | |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** | | |  |  |  |
| **Практическое занятие 7.** Проверка документации для заключения внешнеторгового контракта. Контроль правильности оформления предоставленного внешнеторгового контракта. | | |  |  | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6 |
| **Тема 1.4.**  **Осуществление контроля исполнения обязательств по внешнеторговому контракту** | **Содержание** | | |  |  |  |
| **1.** Риски в коммерческой деятельности: понятие, классификация рисков, причины возникновения, последствия. Системы управления коммерческими рисками при ведении торговой деятельности. | | | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05 |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** | | |  |  |  |
| **Практическое занятие 8.** Определение алгоритма действий покупателя при нарушении поставщиком сроков поставки в модельной ситуации. | | |  |  | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6 |
| **Практическое занятие 9.** Составление и оформление отчетности о ходе исполнения контракта. | | |  |  | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6 |
| **Раздел 2. Организация и осуществление продаж** | | | | **44/44** | **96/96** |  |
| **МДК 01.02. Организация и осуществление продаж** | | | | **44/44** | **96/96** |  |
| **Тема 2.1.**  **Организация и управление торгово-технологическими процессами в оптовой торговле** | | **Содержание** | |  |  |  |
| **1.** Понятие оптовой торговли, функции и особенности. Основные понятия: технология торговли, технологические операции. Виды оптовых торговых предприятий и их функции. Услуги оптовой торговли: основные и дополнительные, удовлетворяемые их потребности. | | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.6, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09 |
| **2.** Технология складского товародвижения в торговле. | |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** | |  |  |  |
| **Практическое занятие 1.** Определение технико-экономических показателей работы склада. | |  |  | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.6 |
| **Практическое занятие 2.** Документальное оформление приемки товаров по количеству. | |  |  | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.6 |
| **Тема 2.2.**  **Организация и управление торгово-технологическими процессами в розничной торговле** | | **Содержание** | |  |  |  |
| **1.** Розничная торговля: понятие, назначение, цели, задачи, виды. Классификация розничных торговых сетей. Специализация и типизация магазинов. Размещение розничных торговых предприятий: принципы, правила, виды, факторы, влияющие на размещение магазинов в городах. | | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.6, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09 |
| **2.** Торгово-технологический процесс на предприятиях розничной торговли: понятие, назначение, структура, содержание, их специфика в магазинах разных типов. | |
| **В том числе практических и лабораторных занятий** | |  |  |  |
| **Практическое занятие 3.** Ознакомление с ГОСТ Р. 51304–2009. Услуги торговли. Общие требования и ГОСТ. Р. 51304–2009. Услуги торговли. Общие требования и составление перечня возможных дополнительных услуг в зависимости от типа магазина. | |  |  | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.6 |
| **Тема 2.3.**  **Организация и управление торгово-технологическими процессами в электронной торговле** | | **Содержание** | |  |  |  |
| **1.** Особенности организации и управления торгово-технологическими процессами в электронной коммерции. | | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.6, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09 |
| **В том числе практических и лабораторных занятий** | |  |  |  |
| **Практическое занятие 4.** Поиск, заказ и управление доставкой товаров покупателю с применением цифровых платформ и технологии интернет вещей. | |  |  | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.6 |
| **Практическое занятие 5.** Организация работы торговых площадок на основе технологии интернет-вещей. | |  |  | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.6 |
| **Раздел 3. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд** | | | | **44/44** | **96/96** |  |
| **МДК. 01.03. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд** | | | | **44/44** | **96/96** |  |
| **Тема 3.1.**  **Федеральная контрактная система Российской Федерации: концепция, понятия и термины, цели и принципы, сфера применения** | | | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Законодательство о контрактной системе. Состав субъектов закупок и их функции. Полномочия органов исполнительной власти и органов местного самоуправления в ФКС. Требования к участникам закупки. | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09 |
| **2.** Контрактная служба. Комиссия по осуществлению закупок. Специализированная организация. Эксперты. Экспертные организации. |
| **Тема 3.2.**  **Прогнозирование и планирование закупок для государственных и муниципальных нужд** | | | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Планирование и нормирование в сфере закупок. Формирование планов-графиков закупок для государственных и муниципальных нужд. | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09 |
| **В том числе практических занятий** |  |  |  |
| **Практическое занятие** **1**. Составление планов-графиков закупок для государственных и муниципальных нужд. |  |  |  |
| **Тема 3.3.**  **Процедуры осуществления закупок** | | | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Определение объекта закупки. Правила описания объекта закупки. Обеспечение заявок при проведении конкурсов и аукционов. | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09 |
| **2.** Определение поставщика (подрядчика, исполнителя) путем проведения запроса предложений в электронной форме. Осуществление закупки у единственного поставщика (подрядчика, исполнителя). |
| **В том числе практических занятий** |  |  |  |
| **Практическое занятие 2.** Подготовка технического задания на закупку. |  |  | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3 |
| **Практическое занятие 3–4**. Определение поставщиков (подрядчиков, исполнителей) путем проведения открытого конкурса в электронной форме, электронного аукциона, проведения запроса котировок. |  |  | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3 |
| **Практическое занятие 5.** Определение процедуры закупок (открытый конкурс или аукцион) в зависимости от стоимости закупки и источников средств (собственные, заемные). |  |  | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3 |
| **Практическое занятие 6.** Расчёт максимального размера обеспечения заявки для аукциона при разных условиях. |  |  | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3 |
| **Тема 3.4.**  **Государственный и муниципальный контракт** | | | **Содержание** |  |  |  |
| **1**. Подготовка и заключение государственного и муниципального контракта. Общие требования и существенные условия контракта. | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09 |
| **2**. Обеспечение исполнения контракта. Условия банковской гарантии. Реестр банковских гарантий. Основания для отказа в принятии банковской гарантии заказчиком. Особенности исполнения, изменения, расторжения контракта. |
| **В том числе практических занятий** |  |  |  |
| **Практическое занятие 7.** Размещение информации о заключении, изменении, расторжении и исполнении контракта в сети Интернет. Реестр контрактов, заключенных заказчиком. |  |  | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3 |
| **Практическое занятие 8.** Определение минимальной стоимости одного из контрактов, предоставляемых участником закупки для подтверждения добросовестности. |  |  | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3 |
| **Тема 3.5.**  **Контроль, аудит и ответственность в сфере закупок.** | | | **Содержание** |  |  |  |
| **1**. Аудит и контроль в сфере закупок. Способы осуществления контроля. Контрольные органы и их полномочия. Реестр недобросовестных поставщиков. | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09 |
| **2.** Ответственность за нарушение законодательства о закупках для государственных и муниципальных нужд. |
| **В том числе практических занятий** |  |  |  |
| **Практическое занятие 9**. Обжалование действий (бездействий) заказчика, уполномоченного органа, специализированной организации, комиссии по осуществлению закупок, должностного лица контрактной службы заказчика. |  |  | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3 |
| **Тема 3.6.**  **Организация закупок в коммерческих организациях** | | | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок коммерческих организаций. Планирование и обоснование закупок в коммерческих организациях. |  |  | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09 |
| **2.** Осуществление закупок в коммерческих организациях. Контракты по закупкам в коммерческих организациях. Мониторинг, контроль, аудит и защита прав и интересов участников закупок. |  |
| **В том числе практических занятий** |  |  |  |
| **Практическое занятие 10**. Определение ответственности за нарушение условий поставки по ФЗ-44. |  |  | ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3 |
| **Курсовой проект (работа)**  **Тематика курсовых проектов (работ):**   1. Исследование и систематизация открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции. 2. Оценка объема спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках. 3. Анализ требований внешнего рынка к товарной продукции организации и разработка рекомендаций ее омологации. 4. Исследование конъюнктуры и емкости товарных рынков. 5. Определение конкурентных преимуществ продукции организации на внешних рынках. 6. Оценка исполнения обязательств по внешнеторговому контракту. 7. Содержание и характер международных торговых сделок (на конкретные виды и группы товаров по выбору). 8. Процедура подготовки и проведения экспортной (импортной) сделки (товар и покупатель по выбору студента). 9. Страхование грузов при исполнении контрактов купли-продажи. 10. Инкотермс. Сфера действия, особенности и сравнительная характеристика базисных условий поставки. 11. Анализ содержания отдельных контрактов. 12. Международная электронная торговля. 13. Проблемы и тенденции ведения электронной торговли в глобальной информационной сети «Интернет». 14. Коммерческая деятельность розничной торговой организации и ее эффективность. 15. Коммерческая деятельность по изучению и прогнозированию спроса. 16. Организация выбора поставщиков в торговой организации. 17. Организация хозяйственных связей по поставкам товаров в предприятиях торговли. 18. Коммерческая деятельность по выбору поставщиков и заключению договоров на поставку товаров. 19. Организация торгово-технологического процесса в розничных торговых предприятиях. 20. Разработка рекламной информации и инструментов продвижения товаров и услуг на внешний рынок. 21. Совершенствование организации приемки товаров. 22. Развитие дополнительных услуг в коммерческой организации. 23. Систематизация информации о закупочной деятельности государственного заказчика. 24. Оценка предложенных котировочных заявок участников размещения государственных закупок. 25. Организация контроля над размещением государственных закупок. | | | |  |  |  |
| **Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту (работе***)*   1. Выбор темы курсовой работы, формулировка актуальности исследования, определение цели, постановка задач. 2. Подбор источников и литературы, проверка актуальности предлагаемой в них информации, составление библиографического списка и плана курсовой работы плана. 3. Теоретический анализ источников и литературы, определение понятийного аппарата. Систематизация собранного фактического и цифрового материала путем сведения его в таблицы, диаграммы, графики и схемы. 4. Написание введения курсовой работы. Формулировка актуальности, цели, задач, объекта, предмета, методов предстоящего исследования 5. Обобщение теоретических аспектов по проблеме исследования в главе первой курсовой работы. 6. Оформление результатов практических исследований в главе второй курсовой работы. 7. Подбор и оформление приложений по теме курсовой работы. 8. Составление заключения курсовой работы, содержащее формулировку выводов и предложений по результатам теоретического и практического материала. 9. Требования к содержанию презентации курсовой работы и составление презентации курсовой работы. 10. Защита курсовой работы (возможно проведение открытых форм защиты курсовой работы). | | | |  |  |  |
| **Учебная практика (если предусмотрена итоговая (концентрированная) практика)**  **Виды работ**   1. Составление перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации. 2. Подготовка рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка. 3. Составление коммерческого запроса, оферты, сопроводительного письма. 4. Подготовка сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внутреннем и внешнем рынках. 5. Формирование списка потенциальных партнеров для заключения договоров на поставку и/или заключения внешнеторгового контракта. 6. Формирование проекта договора поставки и/или внешнеторгового контракта. 7. Документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; 8. Оформление претензий при нарушении договорных обязательств; 9. Подготовка алгоритма по организации претензионной работы. 10. Оформление продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС. 11. Формирование начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта. | | | | **36** | **36** |  |
| **Производственная практика (если предусмотрена итоговая (концентрированная) практика)**  **Виды работ**   1. Проведение анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков и подготовка аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках. 2. Осуществление проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта. 3. Подготовка процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом. 4. Изучение инструкций по охране труда. 5. Проведение анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков и подготовка аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках. 6. Осуществление проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта. 7. Подготовка процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом. 8. Приемка товаров по количеству и качеству. 9. Составление и оформление закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры. | | | | **72** | **72** |  |
| **Промежуточная аттестация** | | | |  |  |  |
| **Всего** | | | | **240** | **396** |  |

**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

Кабинеты *«*Автоматизации торгово-технологических процессов», «Междисциплинарных курсов», «Эксплуатации торгово-технологического оборудования и охрана труда», оснащенные в соответствии с п. 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п 6.1.2.4 примерной образовательной программы по специальности.

**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**

1. Жулидов, С. И. Организация торговли: учебник / С.И. Жулидов. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 350 с. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/987233. - ISBN 978-5-8199-0842-6. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1820262 (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
2. Заволокина, Л. И.  Мировая экономика: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. И. Заволокина, Н. А. Диесперова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 182 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13765-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497346>
3. Иванов, Г. Г. Экономика торговой организации: учебник / Г.Г. Иванов. — Москва: ИНФРА-М, 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. 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.
5. Изотова, Г. С. Управление государственными и муниципальными закупками: учебник для среднего профессионального образования / Г. С. Изотова, С. Г. Еремин, А. И. Галкин. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 396 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15057-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495531>
6. Кнутов, А. В. Управление государственными и муниципальными закупками и контрактами: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Кнутов. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 316 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11348-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/495532
7. Мамедова, Н. А. Управление государственными и муниципальными закупками: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Мамедова, А. Н. Байкова, О. Н. Морозова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 420 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13829-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/495169
8. Методы стимулирования продаж в торговле: учебник / С.Б. Алексина, Г.Г. Иванов, В.К. Крышталев, Т.В. Панкина. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2020. — 304 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-8199-0796-2. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1077649 (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
9. Саталкина, Н. И. Экономика торговли: учебное пособие / Н. И. Саталкина, Б. И. Герасимов. Г. И. Терехова. — Москва: ФОРУМ, 2021. — 232 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-91134-485-6. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1287439 (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
10. Стерлигова, А. Н. Управление запасами в цепях поставок: учебник / А.Н. Стерлигова. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 430 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-011223-7. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1832388 (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

**3.2.2. Дополнительные источники**

1. Безлапов В.В. Технологии управления внешнеторговой деятельностью региона: монография /В.В Безналов, С.А.Лочан, Д.В.Федюнин, А.Д.Петросян, руков. авт.колл. В.В. Безпалов.- Москва: РУСАЙИС, 2022-586 с.
2. Волгина Н.А. Международная торговля: учебник/Н.А Волгина.- Москва: КНОРУС, 2022.- 274с- (Бакалавриат)
3. Иванов Г.Г. Организация торговли (торговой деятельности): учебник/Г.Г. Иванов. – Москва: КНОРУС, 2022. -222 с.-( среднее профессиональное образование) ISBN 978-5-406-09325-2
4. Лазарева Н.В. Актуальные проблемы учета внешнеэкономической деятельности: учебное пособие/ Н. В. Лазарева. – Москва: РУСАЙНС, 2023. -122 с. ISBN978-5-4365-9920-5
5. Современное торговое дело: учебное пособие/ кол. авторов; под ред. Л.Б. Нюренбергер Н.А Лучиной.- Москва: РУСАЙИС, 2022 – 138с. ISBN 978-5-4365-8388-4
6. Сулоева А.А. Управление закупками в процессе принятия управленческих решений: учебное пособие (А.А Сулоев- Москва: РУСАЙИС, 2022-104 с. ISBN 978- 5- 4365-9728-7
7. Трофимовская А.В. Эффективность контрактной системы в сфере государственных и муниципальных закупок в современных социально-экономических условиях: учебное пособие / А.В. Трофимовская, С.А. Сергеева, И.П. Гладилина – Москва: РУСАЙИС, 2022 – 80 с. ISBN 978-5-4365-9730-0

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля | Критерии оценки | Методы оценки |
| ПК 1.1. Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий. | осуществляет поиск и систематизацию открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции, в том числе с использованием цифровых технологий;  оценивает объем спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках;  составляет перечень требований внешних рынков к товарной продукции организации;  разрабатывает рекомендации по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка;  проводит анализ конъюнктуры, емкости товарных рынков;  осуществляет подготовку аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках | Устный/письменный опрос.  Тестирование.  Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.  Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий по установленным критериям.  Экспертная оценка контрольных / проверочных работ по установленным критериям.  Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.  Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно- практических конференциях.  Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации, в т.ч. иностранных языках.  Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной, производственной практике.  Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.  Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:  – на практических занятиях;  – при выполнении и защите курсовой работы (проекта);  – при выполнении работ на различных этапах учебной, производственной практики;  - при проведении защиты отчетов по учебной, производственной практик;  – при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена / профессионального экзамена по оценочным средствам организаций партнеров и/или профессионального сообщества. |
| ПК 1.2. Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта. | выполняет операции по установлению хозяйственных связей с поставщиками и потребителями в установленной последовательности с соблюдением требований к их содержанию |
| ПК 1.3. Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий. | определяет начальную цену закупки с учетом требований федерального законодательства и проводит описание объекта закупки;  составляет и оформляет закупочную документацию в соответствие с требованиями и осуществляет ее проверку для проведения закупочной процедуры;  оформляет протоколы заседаний закупочных комиссий;  выполняет проверку комплекта закупочной документации для обеспечения государственных, муниципальных и корпоративных нужд. |
| ПК 1.4. Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение. | проводит анализ поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках и составляет список отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий);  осуществляет документальное оформление результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта;  составляет сводные отчеты и предложения о потенциальных партнерах на внешних рынках;  составляет список потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта;  формирует проект внешнеторгового контракта и выполняет проверку необходимой документации для его заключения;  осуществляет подготовку процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом. |
| ПК 1.5. Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту. | осуществляет подготовку документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта;  проводит сбор информации и документов о ходе исполнения обязательств по внешнеторговому контракту и разрабатывает на их основе план-график контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту;  проводит мониторинг и документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту;  осуществляет подготовку предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств и выполняет претензионную работу. |
| ПК 1.6. Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий | выполняет торгово-технологические операции в соответствие с установленным алгоритмом, в том числе с использованием искусственного интеллекта;  осуществляет приемку товаров по количеству и качеству в полном соответствии с договором поставки;  оформляет документы по приемке товаров в соответствие установленными требованиями;  соблюдает правила охраны труда при выполнение торгово-технологических операций |
| ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам. | распознает, анализирует и выделяет составные части задачи и/или проблемы в профессиональном контексте;  определяет этапы решения задачи;  эффективно осуществляет поиск необходимой для решения проблемы информации, составляет план действия и определяет необходимые ресурсы;  демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;  реализовывает составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) |
| ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности. | определяет задачи для поиска информации и их необходимые источники и планирует процесс поиска;  структурирует и выделяет наиболее значимое в полученной информации;  оценивает практическую значимость результатов поиска и оформляет его результаты;  применяет средства информационных технологий, использует современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач. |
| ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях. | определяет актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;  применяет современную научную профессиональную терминологию;  определяет и выстраивает траектории профессионального развития и самообразования. |
| ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде. | эффективно взаимодействует с преподавателями, обучающимися в ходе профессиональной деятельности. |
| ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста. | грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявляя толерантность в рабочем коллективе |
| ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения | применяет стандарты антикоррупционного поведения |
| ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях | выполняет работы с соблюдением принципов бережливого производства и ресурсосбережения. |
| ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках. | понимает общий смысл четко произнесенных высказываний и текстов на профессиональные темы;  участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;  строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;  пишет простые связные сообщения на интересующие профессиональные темы. |

**Приложение 2.2**

**к ПОП-П по** **специальности**

**38.02.08 Торговое дело**

**ПРИМЕРНАЯ РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**«ПМ.02 Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров»**

**2023 г.**

**СОДЕРЖАНИЕ**

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

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**«ПМ.02 Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров»**

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

В результате изучения профессионального модуля обучающий должен освоить основной вид деятельности «Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

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

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

|  |  |
| --- | --- |
| Код | Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций |
| **ВД 2** | Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров (по выбору) |
| **ПК 2.1.** | Осуществлять кодирование товаров, в том числе с применением цифровых технологий |
| **ПК 2.2.** | Идентифицировать ассортиментную принадлежность потребительских товаров |
| **ПК 2.3.** | Создавать условия для сохранности количественных и качественных характеристик товара на разных этапах товародвижения товаров |
| **ПК 2.4.** | Выполнять операции по оценке качества и организации экспертизы потребительских товаров |
| **ПК 2.5.** | Осуществлять управление ассортиментом товаров, в том числе с использованием искусственного интеллекта и сквозных цифровых технологий |

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

|  |  |
| --- | --- |
| Владеть навыками | применения методик идентификации ассортиментной принадлежности потребительских товаров; |
| решения задач классификации и кодирования потребительских товаров, в том числе с помощью цифровых технологий; |
| применения технических регламентов и национальных стандартов для оценки маркировки потребительских товаров; |
| осуществления контроля над обеспечением оптимальных условия хранения и реализации потребительских товаров; |
| выявления дефектов, вызывающих ухудшение качественных и количественных характеристик потребительских товаров; |
| разработки мероприятий по предупреждению и сокращению потерь товаров; |
| выявления современных тенденций в области обеспечения качества и безопасности товаров, в том числе с использованием аналитики больших данных; |
| подбора необходимых нормативно-технических документов для оценки качества и организации экспертизы товаров с использование современных баз данных; |
| организации подготовки и проведения экспертизы потребительских товаров и оформления ее результатов; |
| оценки качественных и количественных характеристик товаров на соответствие требованиям нормативно-технической документации; |
| регистрации данных о соответствии качества поступающих в организацию товаров техническим регламентам, стандартам (техническим условиям), условиям поставок и договоров; |
| систематизации данных о фактическом уровне качества товаров; |
| оформления документов для предъявления претензий к поставщикам о несоответствии качества поступивших товаров техническим регламентам, стандартам (техническим условиям), условиям поставок и договоров; |
| анализа ассортимента товаров и ассортиментной политики торгового предприятия, в том числе с применением современных цифровых технологий. |
| Уметь | применять цифровые технологии кодирования потребительских товаров; |
| идентифицировать ассортиментную принадлежность продовольственных и непродовольственных товаров; |
| оценивать маркировку потребительских товаров на соответствие с требованиями технических регламентов и национальных стандартов; |
| идентифицировать ассортиментную принадлежность продовольственных и непродовольственных товаров; |
| применять документы в области технического регулирования, стандартизации и подтверждения соответствия в профессиональной деятельности; |
| оценивать маркировку потребительских товаров на соответствие с требованиями технических регламентов и национальных стандартов; |
| устанавливать и обеспечивать оптимальные условия хранения, транспортирования и реализации потребительских товаров; |
| выявлять дефекты потребительских товаров при приемке, хранении и реализации; |
| реализовывать мероприятия по предупреждению и сокращению потерь товаров; |
| обобщать и анализировать современный российский и зарубежный опыт в области обеспечения качества и безопасности товаров, в том числе с использованием аналитики больших данных; |
| проводить оценку качественных и количественных характеристик товаров по требованиям нормативно-технических документов; |
| организовывать экспертизу потребительских товаров и оформлять ее результаты; |
| анализировать ассортимент товаров и выявлять приоритетные направления его совершенствования, в том числе с применением современных цифровых технологии формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах; |
| применять цифровые технологии кодирования потребительских товаров; |
| устанавливать и обеспечивать оптимальные условия хранения, транспортирования и реализации потребительских товаров; |
| реализовывать мероприятия по предупреждению и сокращению потерь товаров. |
| Знать | классификацию продовольственных и непродовольственных товаров; |
| методы и способы кодирования потребительских товаров, в том числе с применением цифровых технологий; |
| обязательных требований к маркировке потребительских товаров; |
| основные понятия в сфере товароведения потребительских товаров; |
| технические требования и градации качества потребительских товаров, установленных в нормативно-технической документации; |
| обязательные требования к маркировке потребительских товаров; |
| факторы, формирующие и сохраняющие качество товаров; |
| условия хранения, транспортирования и реализации потребительских товаров; |
| дефекты потребительских товаров; товарных потерь и способы их сокращения; |
| законодательство Российской Федерации и ЕАЭС в области технического регулирования, стандартизации и подтверждения соответствия; |
| современный российский и зарубежный опыт в области обеспечения качества и безопасности товаров; |
| основные методы оценки качества и безопасности потребительских товаров; |
| организацию проведения экспертизы товаров и оформления ее результатов; |
| сквозные цифровые технологии, применяемые в сфере обеспечения качества и безопасности товаров; |
| ассортимент товаров, показатели ассортимента и факторы, влияющие на его формирование; |
| приоритетные направления совершенствования ассортимента товаров; |
| основные положения категорийного менеджмента; |
| специфику процесса управления в категорийном менеджменте; |
| алгоритм разработки ассортиментной матрицы товарной категории; |
| порядок формирования категорий в ассортименте; |
| структуру АВС – и XYZ – анализа; |
| классификации продовольственных и непродовольственных товаров; |
| методов и способов кодирования потребительских товаров, в том числе с применением цифровых технологий; |
| обязательных требований к маркировке потребительских товаров; |
| сквозных цифровых технологий, применяемых в сфере обеспечения качества и безопасности товаров. |

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

Всего часов - 276-396

в том числе в форме практической подготовки - 276-396

Из них на освоение МДК – 168-288 часа

в том числе самостоятельная работа\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

практики, в том числе учебная 36-36

производственная 72-72

Промежуточная аттестация

**2. Структура и содержание профессионального модуля**

**2.1. Структура профессионального модуля**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Коды профессиональных, общих компетенций | Наименования разделов профессионального модуля | Всего, час. | В т.ч. в форме практической. подготовки | Объем профессионального модуля, ак. час. | | | | | | |
| Обучение по МДК | | | | | Практики | |
| Всего | В том числе | | | |
| Лабораторных. и практических. занятий | Курсовых работ (проектов)[[3]](#footnote-3) | Самостоятельная работа*[[4]](#footnote-4)* | Промежуточная аттестация | Учебная | Производственная |
| *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* | *9* | *10* | *11* |
| ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ОК 01, ОК 03 | Раздел 1. Основы товароведения | 42-72 | 42-72 | 42-72 |  |  |  |  |  |  |
| ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ОК 07, ОК 09 | Раздел 2. Товароведение потребительских товаров | 42-72 | 42-72 | 42-72 |  |  |  |  |  |
| ПК 2.4, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 | Раздел 3. Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров | 42-72 | 42-72 | 42-72 |  |  |  |  |  |
| ПК 2.5, ОК 02, ОК 05, ОК 09 | Раздел 4. Управление ассортиментом товаров | 42-72 | 42-72 | 42-72 |  |  |  |  |  |
|  | Учебная практика | 36-36 | 36-36 |  |  |  | | | ***36-36*** | ***72-72*** |
|  | Производственная практика | 72-72 | 72-72 |  |  |  | | |  |  |
|  | Промежуточная аттестация |  |  |  |  |  | | |  |  |
|  | ***Всего:*** | ***276-396*** | ***276-396*** | ***168-288*** |  |  |  |  | ***36-36*** | ***72-72*** |

**2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)** | **Содержание учебного материала,**  **лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)** | **Объем, акад. ч / в том числе  в форме практической подготовки, акад. ч[[5]](#footnote-5)** | | **Код ПК, ОК** |
| **1** | **2** | **3** |  |  |
|  |  | **Обязат. часть ОП с учетом интенсификации 40%** | **Обязат. часть ОП** |  |
| **Раздел 1. Основы товароведения** | | **42/42** | **72/72** |  |
| **МДК 02.01 Основы товароведения** | | **42/42** | **72/72** |  |
| **Тема 1.1.**  **Предмет и основные категории товароведения** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Ключевые понятия товароведения: предмет, цели и задачи, принципы товароведения. | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ОК 01, ОК 03 |
| **2.** Основополагающие характеристики товаров. |
| **Тема 1.2.**  **Методы товароведения** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Классификация и характеристика методов, применяемых в товароведении. Иерархический и фасетный методы классификации. Преимущества и недостатки. Товароведная классификация товаров | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ОК 01, ОК 03 |
| **2.** Кодирование товаров: понятие, цели, правила, методы. Классификаторы: понятие, классификация, назначение. Современные способы кодирования товаров |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 1**. Распознавание разновидности метода классификации и составление классификации товаров фасетным и иерархическим методами |  |  | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3 |
| **Практическое занятие 2.** Установление количества ступеней классификации и их наименований для кодов товаров, установленных общероссийским классификатором продукции. Идентификация товаров по штриховому коду (ШК) |  |  | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3 |
| **Тема 1.3.**  **Качество товаров и свойства товаров** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Понятие качества. Актуальность проблемы качества товаров. Потребности и требования к качеству товаров. Градации качества. Товарный и природный сортаменты. | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ОК 01, ОК 03 |
| **2.** Основные понятия и классификация потребительских свойств и показателей качества товаров. Номенклатура потребительских свойств товаров |
| **3.** Свойства товаров и их природа: физические, химические, биологические и смешанные |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 3**. Исследование номенклатуры потребительских свойств продовольственных товаров и показателей качества товаров |  |  | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3 |
| **Практическое занятие 4**. Исследование номенклатуры потребительских свойств непродовольственных товаров» |  |  | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3 |
| **Практическое занятие 5**. Определение градации качества продовольственных товаров. |  |  | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3 |
| **Тема 1.4.**  **Обеспечение качества и количества товаров** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Факторы, формирующие качество товаров | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ОК 01, ОК 03 |
| **2.** Факторы, сохраняющие качество товаров: упаковка, хранение, товарная обработка. |
| **3.** Товарные потери |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 6**. Выбор рациональных способов размещения товаров на хранение и регулирования режима их хранения для обеспечения сохраняемости. |  |  | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3 |
| **Практическое занятие 7.** Расчет фактических и нормируемых потерь и разработка мероприятий по их сокращению |  |  | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3 |
| **Тема 1.5.**  **Товарная информация** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Виды и формы товарной информации. Требования к товарной информации. | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ОК 01, ОК 03 |
| **2.** Средства и носители товарной информации |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 8.** Анализ структуры и информации на маркировке товаров. Исследование порядка маркировки товаров в системе «Честный ЗНАК»». |  |  | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3 |
| **Раздел 2. Товароведение потребительских товаров** | | **42/42** | **72/72** |  |
| **МДК 02.02 Товароведение потребительских товаров** | | **42/42** | **72/72** |  |
| **Тема 2.1.**  **Товароведение продовольственных товаров** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Товароведение продовольственных товаров растительного происхождения | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ОК 07, ОК 09 |
| **2.** Товароведение продовольственных товаров животного и смешанного происхождения |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 1.** Идентификация ассортиментной принадлежности товаров растительного происхождения |  |  | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3 |
| **Практическое занятие 2.** Идентификация ассортиментной принадлежности товаров животного происхождения |  |  | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3 |
| **Практическое занятие 3**. Идентификация ассортиментной принадлежности товаров смешанного происхождения |  |  | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3 |
| **Тема 2.2.**  **Товароведение непродовольственных товаров** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Товароведение одежно-обувных товаров | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ОК 07, ОК 09 |
| **2.** Товароведение парфюмерно-косметических товаров и ювелирных товаров |
| **3.** Товароведение культурно-бытовых и хозяйственных товаров |  |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 4**. Идентификация ассортиментной принадлежиности одежно-обувных и парфюмерно-косметических товаров |  |  | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3 |
| **Практическое занятие 5.** Идентификация ассортиментной принадлежиности культурно-бытовых и хозяйственных товаров |  |  | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3 |
| **Курсовой проект (работа)**  **Тематика курсовых проектов (работ)** **раздела 2**   1. Сравнительная характеристика потребительских свойств продовольственных/непродовольственных товаров. 2. Естественная убыль продовольственных товаров и пути ее снижения. 3. Исследование факторов, влияющих на формирование качества продовольственного / непродовольственного товара (на примере конкретного вида или наименования товара). 4. Анализ факторов, влияющих на сохраняемость продовольственного / непродовольственного товара (на примере конкретного вида или наименования товара). 5. Изменения качества продовольственных/ непродовольственных товаров при хранении. 6. Влияние режимов хранения на потери продовольственных товаров. 7. Идентификация и выявление фальсификации продовольственного / непродовольственного товара (на примере конкретной однородной группы / подгруппы / наименования товара). 8. Анализ ассортимента и оценка качества продовольственного / непродовольственного товара (на примере конкретного вида или наименования товара). 9. Современное информационное обеспечение продовольственных/непродовольственных товаров. 10. Расчет оптимальной структуры как результат эффективной работы по управлению ассортиментом. 11. Анализ структуры ассортимента предприятия розничной торговли. 12. Влияние различных видов упаковки на качество товаров и длительность их хранения. 13. Экспертиза и оценка качества продовольственного / непродовольственного товара (на примере конкретного вида или наименования товара). 14. Средства товарной экспертизы. 15. Идентификационная экспертиза продовольственных/непродовольственных товаров как способ установления их подлинности. 16. Содержание и особенности проведения экологической экспертизы продовольственных/непродовольственных товаров (на примере конкретных товаров). 17. Организация и проведение экспертизы и оценки качества товаров (на примере конкретной однородной группы / подгруппы товара). 18. Классификация и кодирование потребительских товаров. 19. Диагностика дефектов и причин их возникновения (на примере конкретных товаров). 20. Влияние химического состава продовольственных товаров на их потребительские свойства. 21. Балльная оценка качества продовольственных товаров как один из методов исследования. 22. Дегустация как метод органолептической оценки качества продовольственных товаров. 23. Уровень качества продовольственных/непродовольственных товаров и методы его определения 24. Эксплуатационно-сопроводительная и рекламно-справочная информация о продовольственных/ непродовольственных товарах. 25. Органолептическая оценка качества продовольственных/ непродовольственных товаров. | |  |  |  |
| **Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту (работе)**   1. Выбор темы курсовой работы, формулировка актуальности исследования, определение цели, постановка задач. 2. Подбор источников и литературы, проверка актуальности предлагаемой в них информации, составление библиографического списка и плана курсовой работы. 3. Теоретический анализ источников и литературы, определение понятийного аппарата. Систематизация собранного фактического и цифрового материала путем сведения его в таблицы, диаграммы, графики и схемы. 4. Написание введения курсовой работы. Формулировка актуальности, цели, задач, объекта, предмета, методов предстоящего исследования 5. Обобщение теоретических аспектов по проблеме исследования в главе первой курсовой работы 6. Оформление результатов практических исследований в главе второй курсовой работы 7. Подбор и оформление приложений по теме курсовой работы. 8. Составление заключения курсовой работы, содержащее выводы и предложения по результатам проведенных исследований 9. Требования к содержанию и подготовка презентации курсовой работы 10. Защита курсовой работы | |  |  |  |
| **Раздел 3. Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров** | | **42/42** | **72/72** |  |
| **МДК 02.03 Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров** | | **42/42** | **72/72** |  |
| **Тема 3.1.**  **Оценочная деятельность в товароведении** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Основные понятия оценочной деятельности | ПК 2.4, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Контроль качества, оценка качества и оценка уровня качества |
| **3.** Основные этапы оценки качества |
| **4.** Оценка товаров по количеству и качеству |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 1**. Применение правил отбора проб при выборочном контроле качества товарных партий. Расчет приёмочных и браковочных чисел товарных партий и приёмочного уровня дефектности |  |  | ПК 2.4 |
| **Практическое занятие 2.** Количественная идентификация товаров |  |  |  |
| **Тема 3.2.**  **Идентификация потребительских товаров** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Основы идентификации потребительских товаров | ПК 2.4, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2**. Характеристика идентификации товаров, ее видов |
| **3.** Особенности идентификации при выявлении фальсифицированных товаров |
| **4.** Виды и способы фальсификации товаров |
| **5.** Фальсификация продовольственных товаров |
| **6.** Фальсификация непродовольственных товаров |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 3.** Исследование общих правил проведения идентификации продовольственных / непродовольственных товаров. Выявление показателей пригодных для целей ассортиментной (видовой) идентификации. |  |  | ПК 2.4 |
| **Практическое занятие 4.** Порядок идентификации и способы обнаружения фальсификации однородной группы продовольственных товаров. |  |  | ПК 2.4 |
| **Практическое занятие 5.** Порядок идентификации и способы обнаружения фальсификации однородной группы непродовольственных товаров. |  |  | ПК 2.4 |
| **Тема 3.3.**  **Методы определения показателей качества товаров** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Объективные методы определение показателей качества. Измерительный метод | ПК 2.4, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Основные виды погрешностей |
| **3.** Эвристические методы. Органолептический метод |
| **4.** Экспертный метод |
| **5.** Статистические методы контроля и управления качеством |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 6.** Оценка органолептических и физико-химических показателей качества продовольственного / непродовольственного товаров. Определение товарного сорта товара |  |  | ПК 2.4 |
| **Практическое занятие 7.** Балльная оценка органолептических показателей качества продовольственного / непродовольственного товара. |  |  | ПК 2.4 |
| **Практическое занятие 8.** Оценка качества продовольственного / непродовольственного товара экспертным методом. |  |  | ПК 2.4 |
| **Тема 3.4.**  **Основы экспертизы потребительских товаров** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Понятия и виды экспертизы | ПК 2.4, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Товарная экспертиза: цель и задачи |
| **3.** Классификация товарной экспертизы |
| **4.** Правила проведения товарной экспертизы |
| **5.** Структура и порядок заполнения акта экспертизы |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 9**. Подготовка к проведению экспертизы качества продовольственного или непродовольственного товара. |  |  | ПК 2.4 |
| **Практическое занятие 10.** Организация проведения экспертизы качества продовольственного / непродовольственного товара |  |  | ПК 2.4 |
| **Практическое занятие 11.** Документальное оформление экспертизы качества продовольственного / непродовольственного товара |  |  | ПК 2.4 |
| **Раздел 4. Управление ассортиментом товаров** | | **42/42** | **72/72** |  |
| **МДК 02.04 Управление ассортиментом товаров** | | **42/42** | **72/72** |  |
| **Тема 4.1**  **Основные понятия в области управления ассортиментом товаров** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Понятие ассортимента. Классификация, свойства и показатели ассортимента | ПК 2.5, ОК 02, ОК 05, ОК 09 |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 1** Расчет показателей ассортимента. |  |  | ПК 2.5 |
| **Тема 4.2.**  **Стратегия и ассортиментная политика розничного торгового предприятия** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Выявление потребностей в товаре: оценка и прогнозирование конъюнктуры потребительского рынка | ПК 2.5, ОК 02, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Анализ ассортиментной политики организации |
| **3.** Пути формирования ассортимента |
| **Тема 4.3.**  **Методы управления товарным ассортиментом** | **Содержание** |  |  |  |
| **1**. ABC-анализ. Методика стратификации множества элементов | ПК 2.5, ОК 02, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** XYZ-анализ. Совмещенный АВС- и XYZ-анализ |
| **3.** Анализ портфеля товарных марок и методы оптимизации ассортиментного перечня товаров |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 2**. Расчет основных показателей ассортимента розничного магазина |  |  | ПК 2.5 |
| **Практическое занятие 3**. ABC-анализ ассортимента розничного магазина |  |  | ПК 2.5 |
| **Практическое занятие 4.** XYZ-анализ, совмещенный АВС- и XYZ-анализ ассортимента розничного магазина |  |  | ПК 2.5 |
| **Практическое занятие 5.** Оценка ассортиментной политики розничного торгового предприятия |  |  | ПК 2.5 |
| **Тема 4.4.**  **Основы категорийного менеджмента** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Введение в категорийный менеджмент и его философия | ПК 2.5, ОК 02, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Концепция управления категориями товаров (CM – Category Management) |
| **3.** Особенности внедрения и процесс категорийного менеджмента, его основные преимущества и недостатки. Основные этапы перехода на категорийный менеджмент |
| **4.** Специфика процесса управления в категорийном менеджменте. |
| **5.** Организационная концепция категорийного менеджмента |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 6.** Выполнение расчетов для внедрения принципов категорийного менеджмента с применением специализированных программных продуктов |  |  | ПК 2.5 |
| **Тема 4.5.**  **Методология категорийного ассортимента** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Структурирование и выделение категорий в товарном ассортименте | ПК 2.5, ОК 02, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Формирование категорий в ассортименте |
| **3.** Балансировка ассортимента по широте и глубине |
| **4.** Распределение торговых площадей между категориями |
| **5.** Ассортиментная матрица и ее построение |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 7**. Составление карточки-кейса и перевод его на язык «категорийного менеджмента». |  |  | ПК 2.5 |
| **Практическое занятие 8.** Составление портрета категории, выбор конкурентов и алгоритмов решения задачи по кейсу |  |  | ПК 2.5 |
| **Учебная практика**  **Виды работ**   1. Идентификация товаров по ассортиментной принадлежности 2. Расшифровка маркировки. Информационная идентификация 3. Оценка качества. Установление градаций качества и выявление дефектов товара 4. Организация подготовки и проведения экспертизы потребительских товаров и оформление ее результатов. 5. Формирование и анализ торгового ассортимента. Расчёт показателей ассортимента товаров. | | **36** | **36** |  |
| **Производственная практика**  **Виды работ**   1. Контроль над обеспечением оптимальных условия хранения и реализации потребительских товаров 2. Организация подготовки и проведения экспертизы потребительских товаров и оформление ее результатов 3. Оформление документов для предъявления претензий к поставщикам о несоответствии качества поступивших товаров техническим регламентам, стандартам (техническим условиям), условиям поставок и договоров 4. Расчет и списание товарных потерь. Разработка мер по предупреждению и сокращению товарных потерь. | | **72** | **72** |  |
| **Промежуточная аттестация** | |  |  |  |
| **Всего** | | **276** | **396** |  |

**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

Лаборатория «Товароведения и организации экспертизы качества товаров», оснащенной в соответствии с п. 6.1.2.3 примерной образовательной программы по специальности.

Мастерская «Учебный магазин»*,* оснащенная в соответствии с п. 6.1.2.2 Примерной образовательной программы по данной специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п 6.1.2.4 примерной образовательной программы по специальности.

**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**

1. Аксенова, Л. И. Товароведение непродовольственных товаров: учебное пособие / Л. И. Аксенова, Н. А. Сариева, Г. В. Герлиц. - Минск: РИПО, 2020. - 450 с. - ISBN 978-985-7234-20-2. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1215087 (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
2. Григорян, Е. С. Товароведение: учебное пособие / Е.С. Григорян. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 265 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-014008-7. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1234692 (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
3. Замедлина, Е. А. Товароведение и экспертиза товаров: учебное пособие / Е.А. Замедлина. — Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2022. — 156 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9557-0269-8. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1862604 (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
4. Калачев, С. Л. Теоретические основы товароведения и экспертизы: учебник для среднего профессионального образования / С. Л. Калачев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 478 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12041-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491121>
5. Левкин, Г. Г. Коммерческая деятельность : учебное пособие для среднего профессионального образования / Г. Г. Левкин, О. А. Никифоров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 247 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15369-9. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/497818
6. Левкин, Г. Г. Основы коммерческой деятельности: учебное пособие для СПО / Г. Г. Левкин, А. Н. Ларин. — Саратов: Профобразование, 2017. — 140 c. — ISBN 978-5-4488-0171-6. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование: [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/73757
7. Лифиц, И. М. Товарный менеджмент: учебник для среднего профессионального образования / И. М. Лифиц, Ф. А. Жукова, М. А. Николаева. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 405 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15276-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/491545
8. Минько, Э. В. Оценка качества товаров и основы экспертизы: учебное пособие для СПО / Э. В. Минько, А. Э. Минько. — Саратов: Профобразование, 2017. — 221 c. — ISBN 978-5-4488-0157-0. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование: [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/70616
9. Минько, Э. В. Теоретические основы товароведения: учебное пособие для СПО / Э. В. Минько, А. Э. Минько. — Саратов: Профобразование, 2017. — 156 c. — ISBN 978-5-4488-0148-8. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование: [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/70617>
10. Николаева, М. А. Идентификация и обнаружение фальсификации продовольственных товаров: учебник / М.А. Николаева, М.А. Положишникова. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 461 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016019-1. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1077751 (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
11. Николаева, М. А. Организация и проведение экспертизы и оценки качества продовольственных товаров: учебник для среднего профессионального образования / М. А. Николаева, Л. В. Карташова. - Москва: Норма: ИНФРА-М, 2021. - 320 с.: ил. - (Ab ovo). - ISBN 978-5-91768-939-5. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1174607 (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
12. Основы коммерческой деятельности : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 506 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08159-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/491497
13. Павлова, Т. С. Основы товароведения продовольственных товаров: учебное пособие / Т.С. Павлова. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 221 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-014724-6. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1817875 (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
14. Памбухчиянц, О. В. Организация коммерческой деятельности: учебник для образовательных учреждений СПО / О. В. Памбухчиянц. — 3-е изд., стер. — Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 268 с. - ISBN 978-5-394-03745-0. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1091543 (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
15. Рябкова, Д. С. Товароведение продовольственных и непродовольственных товаров: учебник для СПО / Д. С. Рябкова, Г. Г. Левкин. — Саратов: Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 200 c. — ISBN 978-5-4486-0533-8, 978-5-4488-0226-3. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/80293
16. Стрижевская, С. Л. Товароведение продовольственных товаров. Практикум: учебное пособие / С. Л. Стрижевская, Е. В. Жвания. - 2-е изд., стер. - Минск: РИПО, 2021. - 125 с. - ISBN 978-985-7253-64-7. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1854756 (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
17. Янушевская, М. Н. Аудит систем качества и сертификация: учебное пособие для СПО / М. Н. Янушевская. — Саратов: Профобразование, 2021. — 102 c. — ISBN 978-5-4488-0926-2. — Текст: электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROFобразование : [сайт]. — URL: https://profspo.ru/books/99923

**3.2.3. Дополнительные источники**

1. Федеральный Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300–1 «О защите прав потребителей».
2. Федеральный Российской Федерации от 02.01.2000 № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов».
3. Федеральный Закон Российской Федерации от 22 ноября 1995 г. № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции».
4. Федеральный закон № 41-ФЗ от 26.03.1998 «О драгоценных металлах и драгоценных камнях».
5. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 005/2011 «О безопасности упаковки».
6. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции».
7. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция в части ее маркировки».
8. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 017/2011 «О безопасности продукции легкой промышленности».
9. Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 009/2011 «О безопасности парфюмерно-косметической продукции».
10. Технический регламент Евразийского экономического союза ТР ЕАЭС 040/2016 «О безопасности рыбы и рыбной продукции».
11. Приказ Министерства промышленности и торговли от 1 марта 2013 года № 252 «Об утверждении норм естественной убыли продовольственных товаров в сфере торговли и общественного питания».
12. ГОСТ 31460-2012 «Кремы косметические. Общие технические условия».
13. ГОСТ Р 50962-96 «Посуда и изделия хозяйственного назначения из пластмасс. Общие технические условия».
14. ГОСТ 30649-99 «Сплавы на основе благородных металлов ювелирные. Марки».
15. ГОСТ Р ИСО 11648-1-2009 «Статистические методы. Выборочный контроль нештучной продукции. Часть 1. Общие принципы».
16. ГОСТ Р ИСО 11648-2-2009 «Статистические методы. Выборочный контроль нештучной продукции. Часть 2. Отбор выборки сыпучих материалов».
17. Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии <http://www.gost.ru>
18. Официальный сайт информационной службы «Интерстандарт» Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии. <http://www.interstandart.ru>
19. Официальный сайт РИА «Стандарты и качество». Журнал «Стандарты и качество». [www.stq.ru](http://www.stq.ru)
20. Официальный сайт журнала Международной конфедерации потребителей «www.spros.ru
21. Торговля, бизнес, товароведение, экспертиза <http://www.znaytovar.ru>.
22. <http://www.falshivkam.net>.

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля | Критерии оценки | Методы оценки |
| ПК 2.1. Осуществлять кодирование товаров, в том числе с применением цифровых технологий*;* | * классифицирует товары при решении профессиональных задач; * осуществляет кодирование товаров с применением цифровых технологий; | Устный/письменный опрос.  Тестирование.  Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.  Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий по установленным критериям.  Экспертная оценка контрольных / проверочных работ по установленным критериям.  Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.  Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно- практических конференциях.  Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации, в т.ч. иностранных языках.  Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной, производственной практике.  Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.  Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:  – на практических занятиях;  – при выполнении и защите курсовой работы (проекта);  – при выполнении работ на различных этапах учебной, производственной практики;  - при проведении защиты отчетов по учебной, производственной практик;  – при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена / профессионального экзамена по оценочным средствам организаций партнеров и/или профессионального сообщества. |
| ПК 2.2. Идентифицировать ассортиментную принадлежность потребительских товаров; | * идентифицирует ассортиментную принадлежность товаров * устанавливает градацию качества товара |
| ПК 2.3. Создавать условия для сохранности количественных и качественных характеристик товара на разных этапах товародвижения товаров; | * определяет и обеспечивает оптимальные условия хранения товаров с учетом принципов и требований к организации хранения товаров однородных и разнородных групп * выявляет дефекты товаров и диагностирует причины их возникновения; * рассчитывает товарные потери в соответствие с принятой методологией * разрабатывает мероприятий по предупреждению и сокращению потерь товаров |
| ПК 2.4. Выполнять операции по оценке качества и организации экспертизы потребительских товаров; | * выявляет современные тенденции в области обеспечения качества и безопасности товаров с использованием аналитики больших данных; * осуществляет поиск необходимых нормативно-технических документов для оценки качества и организации экспертизы товаров с использование современных баз данных * проверяет статус подобранных нормативно-технических документов для оценки качества и организации экспертизы товаров; * выполняет оценку качественных и количественных характеристик товаров на соответствие требованиям нормативно-технической документации в соответствие с установленным порядком; * применяет технические регламенты и национальные стандартоы для оценки маркировки потребительских товаров; * выполняет операции по подготовке и проведению экспертизы потребительских товаров * оформляет документы по результатам проведенной экспертизы; * систематизирует и регистрирует данные о фактическом уровне качества товаров, о соответствии поступающих в организацию товаров техническим регламентам, стандартам (техническим условиям), условиям поставок и договоров; |
| ПК 2.5. Осуществлять управление ассортиментом товаров, в том числе с использованием искусственного интеллекта и сквозных цифровых технологий | * формирует торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах; * анализирует ассортимент товаров с применением существующих методик; * анализирует ассортиментную политику торгового предприятия, в том числе с применением современных цифровых технологий; * выявляет приоритетные направления совершенствования ассортимента, в том числе с применением современных цифровых технологий |
| ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам | * распознает, анализирует и выделяет составные части задачи и/или проблемы в профессиональном контексте; * определяет этапы решения задачи; * эффективно осуществляет поиск необходимой для решения проблемы информации, составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; * демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; * реализовывает составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) |
| ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности | * определяет задачи для поиска информации и их необходимые источники и планирует процесс поиска; * структурирует и выделяет наиболее значимое в полученной информации; * оценивает практическую значимость результатов поиска и оформляет его результаты; * применяет средства информационных технологий, использует современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач. |
| ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях. | * определяет актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; * применяет современную научную профессиональную терминологию; * определяет и выстраивает траектории профессионального развития и самообразования |
| ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде | эффективно взаимодействует с преподавателями, обучающимися в ходе профессиональной деятельности. |
| ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста | грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявляя толерантность в рабочем коллективе |
| ОК 07 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях | выполняет работы с соблюдением принципов бережливого производства и ресурсосбережения |
| ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках | * понимает общий смысл четко произнесенных высказываний и текстов на профессиональные темы; * участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; * строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;   пишет простые связные сообщения на интересующие профессиональные темы. |

**Приложение 2.3**

**к ПОП-П по** **специальности**

**38.02.08 Торговое дело**

**ПРИМЕРНАЯ РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**«ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли (по выбору)»**

**2023 г.**

**СОДЕРЖАНИЕ**

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

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

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

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

1.1.1 Перечень общих компетенций

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

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

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

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

|  |  |
| --- | --- |
| Владеть навыками | выявления проблем и формулирования целей исследования; |
| планирования проведения маркетингового исследования; |
| определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования; |
| подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования; |
| поиска первичной и вторичной маркетинговой информации; |
| подготовки процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования; |
| проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга; |
| разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации; |
| применения программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации; |
| применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации; |
| проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий; |
| проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий; |
| установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках; |
| применения норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; |
| использования информации специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана; |
| разработки бизнес-плана и финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов; |
| расчёта показателей эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов; |
| определения мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности; |
| сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы. |
| Уметь | применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; |
| определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования; |
| составлять комплексный план проведения маркетингового исследования; |
| анализировать текущую рыночную конъюнктуру; |
| составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования; |
| проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; |
| обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций; |
| использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков; |
| обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных; |
| анализировать текущую рыночную конъюнктуру; |
| применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; |
| развивать идеи до бизнес-предложений; |
| оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке; |
| оценивать риски, связанные с бизнесом; |
| анализировать бизнес-концепции; |
| предлагать идеи для дальнейшего развития; |
| применять методы принятия оптимальных решений; |
| находить аргументы в пользу идей; |
| принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели; |
| обосновывать и оценивать цели и ценности; |
| представлять идеи, дизайн, видения и решения; |
| применять при разработке бизнес-плана специализированные программные продукты; |
| использовать для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии; |
| создавать деловые электронные презентации |
| собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации; |
| использовать методы экономического анализа; |
| анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов; |
| оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами; |
| разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда; |
| оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации; |
| предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации; |
| собирать информацию о бизнес-проблемах; |
| анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков. |
| Знать | составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; |
| методы изучения рынка, анализа окружающей среды; |
| порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен; |
| этапы маркетинговых исследований, их результат; |
| методы проведения маркетингового исследования; |
| психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях; |
| средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики; |
| порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен; |
| виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности; |
| методы оценки конкурентной среды; |
| нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; |
| роль и значение бизнес-плана; |
| основные функции бизнес-плана; |
| классификацию основных типов бизнес-планов; |
| методологию и процессы развития бизнес-идеи; |
| порядок разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью; |
| принципы и методы управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий; |
| методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений; |
| методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов; |
| методы, способы и приемы для решения задач по анализу; |
| типы факторных моделей; |
| схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа; |
| методику анализа эффективности использования производственных ресурсов |
| методические материалы по планированию, учету и анализу деятельности организации; |
| спектр специализированных программных продуктов; |
| интерфейс автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации; |
| инновационные средства и устройства информатизации, программное обеспечение в предпринимательской деятельности и порядок их применения; |
| риски: понятия и видов; |
| методы оценки риска, связанных с бизнесом; |
| меры снижения риска, связанных с бизнесом; |
| методы оценки выполнимости бизнес-идеи; |
| основные способы анализа и оценки рисков; |
| состав моделей оценки риска; |
| способы оценки риска ликвидности. |

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

Всего часов – 276-396

в том числе в форме практической подготовки – 276-396

Из них на освоение МДК – 168-288 часов

в том числе самостоятельная работа\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

практики, в том числе учебная - 36-36 часов

производственная - 72-72

Промежуточная аттестация

**2. Структура и содержание профессионального модуля**

**2.1. Структура профессионального модуля**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Коды профессиональных и общих компетенций | Наименования разделов профессионального модуля | Всего, час. | В т.ч. в форме практической. Подготовки | Объем профессионального модуля, ак. час. | | | | | | | |
| Обучение по МДК | | | | | Практики | | |
| Всего | В том числе | | | |
| Лабораторных. и практических. Занятий | Курсовых работ (проектов) | Самостоятельная работа | Промежуточная аттестация | Учебная | | Производственная |
| *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* | *9* | *10* | | *11* |
| ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5  ОК 01, ОК 02,  ОК 04, ОК 05,  ОК 09 | Раздел 1. Технология проведения маркетинговых исследований | 56-96 | 56-96 | 56-96 |  |  |  |  |  | |  |
| ПК 2.3, ПК 2.5  ОК 01, ОК 02,  ОК 04, ОК 05,  ОК 09 | Раздел 2. Ценообразование в торговой деятельности. | 56-96 | 56-96 | 56-96 |  |  |  |  | |  |
| ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8,  ОК 01, ОК 02,  ОК 04, ОК 05,  ОК 09 | Раздел 3. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы. | 56-96 | 56-96 | 56-96 |  |  |  |  |  | |  |
|  | Учебная практика | **36-36** | **36-36** |  |  |  |  |  | **36-36** | |  |
|  | Промежуточная аттестация | **72-72** | **72-72** |  |  |  |  |  |  | | **72-72** |
|  | Промежуточная аттестация |  |  |  |  |  | | | | |  |
|  | ***Всего:*** | ***276-396*** | ***276-396*** | ***168-288*** |  |  |  |  | | ***36-36*** | ***72-72*** |

**2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **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[[6]](#footnote-6)** | | **Код ПК, ОК** |
| **1** | **2** | **3** | | **4** |
|  |  | **Обязат. часть ОП с учетом интенсификации 40%** | **Обязат. часть ОП** |  |
| **Раздел 1. Технология проведения маркетинговых исследований** | | **56/56** | **96/96** |  |
| **МДК 02.01 Технология проведения маркетинговых исследований** | | **56/56** | **96/96** |  |
| **Тема 1.1.**  **Понятия и сущность маркетинговых исследований** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Цели, задачи и функции маркетинговых исследований. Предмет, объект и основные направления маркетинговых исследований. Понятие и роль маркетинговых исследований в системе маркетинга. | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Основные этапы становления и развития маркетинговых исследований. Разработка исследований, сбор данных, анализ данных, формирование основных выводов и интерпретация результатов. Специализированные программные продукты, применяемые в маркетинге. |
| **3.** Основные понятия, цели и задачи проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга. Принципы маркетинговых исследований. |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 1.** Построение дерева целей маркетинговых исследований. |  |  | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 |
| **Практическое занятие 2.** Постановка цели и определение задач маркетинговых исследований на предприятиях торговли. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач. |  |  | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 |
| **Тема 1.2.**  **Сущность и содержание маркетинговой информационной системы** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Основные понятия и принципы маркетинговой информационной системы. | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Структура и основные этапы проведения маркетингового исследования. |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 3.** Выявление проблемы и определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли (предприятие определяется по выбору студентов). |  |  | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 |
| **Тема 1.3.**  **Типы маркетинговых исследований** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Поисковые, описательные и пояснительные исследования. Качественные и количественные маркетинговые исследования. Постоянные и разовые исследования | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 4.** Определение типа маркетингового исследования по выявленным проблемам деятельности торговой организации**.** |  |  | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 |
| **Практическое занятие 5.** Сравнительная характеристика типов маркетингового исследования. Их преимущества и недостатки, области применения. |  |  | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 |
| **Практическое занятие 6.** Разработайте сценарий проведения маркетингового исследования методом фокус-групп. Раскройте достоинства и недостатки метода фокус-группы. |  |  | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 |
| **Тема 1.4.**  **Технология проведения маркетинговых исследований внешней и внутренней среды** | **Содержание** |  |  |  |
| **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. | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Методы оценки конкурентной среды и конкурентоспособности товара |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 7.** Определение емкости целевого рынка предприятия торговли (предприятие определяется по выбору обучающихся). |  |  | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 |
| **Практическое занятие 8.** Определение конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках (товар определяется по выбору обучающихся). |  |  | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 |
| **Тема 1.5.**  **Основные понятия и методы кабинетных маркетинговых исследований** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Сущность кабинетных маркетинговых исследований и их характеристика. | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Методы кабинетных маркетинговых исследований: традиционный (классический) анализ; контент-анализ документов; информативно-целевой анализ |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 9.** Определение рыночной доли присутствия торгового предприятия традиционным методом исследования (предприятие определяется по выбору обучающихся). |  |  | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 |
| **Практическое занятие 10**. Оценка финансовых показателей деятельности торговой организации по данным финансовой отчетности, как источник информации для оценки внутренней среды торгового предприятия. |  |  | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 |
| **Тема 1.6.**  **Основные понятия и методы полевых маркетинговых исследований** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Наблюдение как важнейший метод сбора маркетинговой информации. Методы сбора первичной информации (анкетирование, экспертные оценки, телефонное интервью, групповое интервью (фокус-групп). | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Панельные исследования. Экспериментальные (опытные) исследования. Проективные методы исследований. Проведение исследований методом Eye tracking (Ай Трекинг). |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 11.** Проведите сбор первичной информации для проведения маркетингового исследования с помощью интернет-ресурсов |  |  | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 |
| **Тема 1.7.**  **Система выборочных маркетинговых исследований** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Основные понятия, используемых при проведении выборочных исследований. Виды выборки | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Основные этапы проектирования и определения объема выборки. |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 12.** Построение программы выборочного маркетингового исследования. Сбор информации и обобщение результатов выборочного исследования. |  |  | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 |
| **Тема 1.8.**  **Обработка результатов маркетинговых исследований** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Методы обработки данных маркетинговых исследований | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Программные продукты, используемые при обработке данных результатов маркетинговых исследований |
| **Тема 1.9.**  **Оформление отчета маркетинговых исследований** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Содержание и структура отчета маркетинговых исследований. | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Оформление и методы презентации отчета с помощью цифровых технологий. |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 13.** Презентация отчета результатов маркетингового исследования. |  |  | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 |
| **Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 1.** | |  |  |  |
| **Раздел 2.** **Ценообразование в торговой деятельности** | | **56/56** | **96/96** |  |
| **МДК 02.02. Ценообразование в торговой деятельности** | | **56/56** | **96/96** |  |
| **Тема 2.1.**  **Цена как маркетинговый инструмент хозяйствования.** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Цели ценообразования: цели в отношении прибыли; выживание предприятия как цель ценообразования. Цели ценообразования в условиях конкуренции. Поддержание высокого имидж предприятия как цель ценообразования. | ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Ценовая эластичность. Ценовая конкуренция. |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие** **1.** Ценовая тактика или корректировка цен для достижения генеральных целей бизнеса |  |  | ПК 2.3, ПК 2.5 |
| **Тема 2.2.**  **Антимонопольная политика и государственное регулирование цен на товары** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Цели и объекты государственного регулирования торговых операций. Установление твердых фиксированных цен. Установление предельного уровня торговых надбавок к отпускным ценам производителя для оптовой и розничной торговли. | ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Взаимосвязь ценообразования и системы налогообложения. |
| **3.** Формирование цен на товары, приобретаемые через систему Госзаказа. |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 2.** Расчёт фактической цены товара и ее влияние на заготовительный оборот изменений фактического объёма закупок и среднего уровня закупочных цен. |  |  | ПК 2.3, ПК 2.5 |
| **Практическое занятие 3.** Определение максимальных закупочных цен в системе госзакупок. |  |  | ПК 2.3, ПК 2.5 |
| **Тема 2.3.**  **Ценовая политика торговой организации** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Цели ценовой политики. Принципы ценовой политики. Факторы, определяющие ценовую политику. Формы реализации ценовой политики. Методы реализации ценовой политики. Основные направления ценообразования и ценовой политики организаций торговли. Формирование ценовой политики: определение спроса; оценка издержек производства. | ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Принципы рыночного ценообразования. Влияние инфляции на уровень цен. |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 4.**  Кейс 1.Построение алгоритма разработки ценовой политики торговой организации в зависимости от генеральных целей бизнеса.  Кейс 2. Анализ цен и товаров конкурентов.  Кейс 3. Сравнительный анализ ценовой политики по различным предприятиям региона и страны. |  |  | ПК 2.3, ПК 2.5 |
| **Тема 2.4.**  **Основные методы ценообразования в торговой организации** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Анализ ценообразующих факторов и их влияние на выбор метода ценообразования. Торговая наценка как основной инструмент формирования цен. Наценки оптовой, розничной и электронной торговли. | ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** На основе издержек производства: методы полных и предельных затрат. Себестоимость как основа формирования цен на товары: состав издержек, процедура калькуляции цены. Ценообразование на основе безубыточности. Ценообразование и издержки (управленческий учет и методы затратного ценообразования) |
| **3.** Конкурентный метод. Метод ценообразования по доходу на капитал. Метод определения цен с ориентацией на спрос. Метод установления цены на уровне текущих цен. Инновационные методы ценообразования. Ценообразование в сети Интернет. Формирование цен на товары в интернет-магазине |
| **4.** Система скидок к цене как метод ценообразования. Его роль и современные подходы к разработке программ лояльности торговой организации |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 5.** Практика использования метода полных затрат, практика использования предельных затрат. |  |  |  |
| **Практическое занятие 6**.  Кейс 1. Расчет цен на товары в оптовой, закупочной, розничной, электронной торговле.  Кейс 2 Заполните недостающие элементы в структурно-логической схеме розничной цены товара, поясните на примере конкретного товара классификацию цен в зависимости от стадии товародвижения.  Кейс 3. Предложения скидок при разработке программы лояльности для постоянных покупателей. |  |  | ПК 2.3, ПК 2.5 |
| **Практическое занятие 7.** Практика поправок на базисные условия поставок, на комиссионное вознаграждение посредника, на платеж наличными, на количество, на инфляцию, на уторговывание, на технико-экономические параметры. Учет в конкурентной цене коммерческих поправок и введение поправки на комплектацию |  |  | ПК 2.3, ПК 2.5 |
| **Тема 2.5.**  **Формирование цен в розничной и электронной торговле** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Формы интеграции в торговле. Методы и формы поддержания розничных цен. Особенности ценообразования при ведении электронной торговли. | ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 8.** Анализ и оценка индивидуальных и коллективных соглашений о поддержании розничных цен |  |  | ПК 2.3, ПК 2.5 |
| **Практическое занятие 9.** Формирование цен с помощью торговые скидок. Практика применения системы скидок на конкретном торговом предприятии. Практический опыт крупнейших электронных торговых площадок. |  |  | ПК 2.3, ПК 2.5 |
| **Тема 2.6.**  **Стратегии ценообразования** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Ценовая стратегия торгового предприятия. Факторы, влияющие на решения о выборе стратегии ценообразования. Тактика реализации ценовой стратегии. Взаимодействие предприятий-изготовителей при выпуске товара на рынок и торгового предприятия при различных ценовых стратегиях. | ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Стратегии ценообразования для новых товаров. Стратегия «снятие сливок». Стратегия проникновения на рынок. |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 10.** Анализ и оценка стратегий ценовой и неценовой конкуренции по материалам реального сектора экономики. |  |  | ПК 2.3, ПК 2.5 |
| **Тема 2.7.**  **Ценообразование во внешней торговле** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Тип внешнеэкономической торговой политики. Цены мирового рынка: понятие, критерии определения. Влияние мировых цен на внутренний рынок и уровень цен отечественных производителей. | ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Понятие контрактной цены, методы ее определения и способы фиксации. |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 11.** Методика и практика применения расчета цен внешнеторговых контрактов |  |  | ПК 2.3, ПК 2.5 |
| **Тема 2.8.**  **Таможенные пошлины и их роль в ценообразовании** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Роль торговых пошлин во внешнеторговом ценообразовании. Определение таможенной стоимости ввозимых товаров. Определение таможенной стоимости вывозимых товаров. Формирование цен на экспортируемую и импортируемую продукцию. | ПК 2.3, ПК 2.5, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Таможенные платежи. Таможенная процедура. Таможенная оценка |
| **3.** Виды таможенных пошлин. Антидемпинговые пошлины. Компенсационные пошлины |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 12.** Практика определения размера таможенных пошлин на экспортируемую и импортируемую продукцию, на импортные товары в розничной сети и в сети Интернет. |  |  | ПК 2.3, ПК 2.5 |
| **Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 2** | |  |  |  |
| **Учебная практика раздела 2**  **Виды работ**   1. Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой организации, по данным которой проводится маркетинговое исследование. 2. Применение сквозных цифровых технологий при проведении работ по анализу ценовых показателей товаров (перечень товаров подбирает обучающийся по согласованию с руководителем учебной практики). 3. Анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации. 4. Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках. 5. Выявление причин снижения спроса на отдельные виды товаров. 6. Подготовка предложений по программе лояльности торговой организации с целью повышения объемов продаж торговой организации. 7. Оформление результатов анализа ценовой политики и ценовой стратегии торгового предприятия. 8. Представление презентации по итогам анализа ценообразования торгового предприятия. | |  |  |  |
| **Раздел 3. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы** | | **56/56** | **96/96** |  |
| **МДК 02.03. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы** | | **56/56** | **96/96** |  |
| **Тема 3.1.**  **Технология, основные принципы и структура управления бизнесом** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Технология управления бизнесом. Основные понятия, категории и объекты управления бизнесом. Принципы управления. Система управления: субъект, объект, прямые и обратные связи. | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Факторы, определяющие выбор типа организационных структур управления. Информационные и технические средства управления бизнесом. Показатели оценки эффективности управления бизнесом. |
| **Тема 3.2.**  **Бизнес-план и его роль в современном предпринимательстве** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Бизнес-планирование как элемент экономической политики организации. Основные цели составления бизнес-плана. Финансовые цели бизнес-планирования. Классификация основных типов бизнес-планов. Основные цели составления внутренних бизнес-планов. | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Инвестиционный план как разновидность бизнес-плана. Характеристика, назначение, перспективы и область применения. Основные цели составления инвестиционных бизнес-планов. |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 1.** Составление визитки команды. Влияние визитки команды, имиджа и деловой репутации разработчиков бизнес-плана на принятие решения инвестора. |  |  | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8 |
| **Практическое занятие 2.** Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы |  |  | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8 |
| **Тема 3.3.**  **Структура и функции бизнес-плана** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Основные функции бизнес-плана. Основные правила и схема построения процесса разработки бизнес-плана. Технология разработки и структура бизнес-плана | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Предпринимательская идея и её выбор. Источники формирования предпринимательских идей. Методы выработки предпринимательских идей. |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 3.** Формирование и описание бизнес-идеи |  |  | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8 |
| **Практическое занятие 4.** Первоначальная подготовка резюме бизнес-плана. Инвестиционное предложение. |  |  | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8 |
| **Тема 3.4.**  **Основные источники финансирования предпринимательской единицы.** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Государственное регулирование инвестиционной деятельности. Источники финансирования и анализ инвестиций в структуре бизнес-плана. Основные источники финансирования предпринимательской единицы: банковские и коммерческие кредиты, лизинг, франчайзинг. Венчурное финансирование. Бизнес-ангелы. | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Система налогов и сборов Российской Федерации. Виды систем налогообложения в России. Налоговое планирование как источник финансирования предпринимательской единицы. |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8 |
| **Практическое занятие 5.** Расчет размеров выплат по процентным ставкам кредитования, лизинговым операциям, договорам франчайзинга. |  |  | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8 |
| **Практическое занятие 6.** Выбор системы налогообложения для ведения бизнеса. |  |  | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8 |
| **Тема 3.5.**  **Анализ и оценка рисков** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Виды предпринимательских рисков и методика их оценки. Экспертный анализ рисков. Количественный анализ риска. Методика оценки рисков. Модель Остервальдера и Пинье. Страхование рисков и иные способы минимизации рисков. | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 7.** Возможные риски и формы страхования. Применение Pest – анализа с целью определения предпринимательских рисков. |  |  | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8 |
| **Тема 3.6**  **Технология разработки разделов бизнес-плана предпринимательской единицы** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Общая характеристика бизнеса, описание предпринимательской единицы. Описание модели Остервальдера для разработки бизнес-моделей. | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Краткая характеристика проекта. Описание бизнес-идеи. Матрица Ансоффа и стратегии роста бизнеса. |
| **3.** Факторы инвестиционной привлекательности бизнес-проекта. |
| **4.** План маркетинга. Применение метода 5W Шеррингтона для сегментации рынка. Сегменты рынка B2B, B2C, B2G, C2C, их характеристика и отличия. Характеристика рынков сбыта. |
| **5.** Производственный и организационный план. |
| **6.** Финансовый план. |
| **7.** Резюме бизнес-плана. |  |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 8.** Описание компании. Разработка логотипа фирмы и составление слогана. |  |  | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8 |
| **Практическое занятие 9.** Оценка целевого рынка. Применение метода 5W Шеррингтона для определения целевой аудитории. Разработка анкеты для опроса потенциальных клиентов и распространение ее в сети Интернет, социальных мессенджерах и иных цифровых аналогах. |  |  | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8 |
| **Практическое занятие 10.** Планирование рабочего процесса. Определение бизнес-процессов и составление схемы ведения предпринимательской деятельности. |  |  | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8 |
| **Практическое занятие 11.** Разработка организационной структуры управления компании. Структурные подразделения компании, их описание и функциональное назначение. |  |  | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8 |
| **Тема 3.7.**  **Финансовое моделирование деятельности предпринимательской единицы** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Финансовое планирование как раздел бизнес-плана. Основные этапы составления финансового плана компании. Методика расчета финансовых показателей. | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 12.** Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов. Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования. |  |  | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8 |
| **Практическое занятие 13.** Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода. Расчеты цен и себестоимости. |  |  | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8 |
| **Практическое занятие 14.** Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении. Составление плана переменных расходов. |  |  | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8 |
| **Практическое занятие 15.** Расчет точки безубыточности. |  |  | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8 |
| **Тема 3.8**  **Методы оценки эффективности инвестиционного проекта** | **Содержание** |  |  |  |
| **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) | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Основные показатели оценки социальной эффективности инвестиционного проекта |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 16.** Расчет экономической окупаемости инвестиционного проекта с учетом различных сценариев |  |  | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8 |
| **Практическое занятие 17.** Расчет основных показателей оценки экономической эффективности инвестиционного проекта:   * Расчет дисконтированного периода окупаемости проекта (DiscountedPaybackPeriod) * Расчет чистой текущей стоимости проекта (NetPresentValue) * Расчет внутренней нормы доходности проекта (InternalRateofReturn) * Расчет индекса прибыльности проекта (IndexofProfitability) * Расчеты других значимых показателей (ARR, MIRR, ROE, ROI, EBIT, EBITDA) |  |  | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8 |
| **Тема 3.9**  **Современные программные продукты, используемые для презентации инвестиционного проекта** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Специализированные программные продукты, используемые для составления бизнес-плана, разработки финансовой модели бизнеса и презентации инвестиционного проекта. | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Основные правили оформления презентаций инвестиционного проекта |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 18.** Оформление и презентация бизнес-плана / инвестиционного проекта |  |  | ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8 |
| **Примерная тематика самостоятельной учебной работы при изучении раздела 3** | |  |  |  |
| **Учебная практика**  **Виды работ**   1. Изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирования целей маркетингового исследования 2. Построение дерева целей маркетингового исследования по данным предприятия торговли. 3. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач. 4. Определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли. 5. Разработка плана проведения маркетингового исследования и согласование с руководителем учебной практики. 6. Определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования. Их описание и назначение в ходе проведения маркетингового исследования. 7. Определение емкости целевого рынка предприятия торговли, по данным которого проводится маркетинговое исследование. 8. Выявление конкурентов исследуемого торгового предприятия. Определение конкурентных преимуществ исследуемого торгового предприятия на внутреннем и внешних рынках. 9. Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации. 10. Проведения маркетингового исследования в установленные сроки с использованием инструментов комплекса маркетинга и сквозных цифровых технологий. 11. Подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров, повышения объемов продаж торговой организации. 12. Оформление результатов маркетингового исследования. 13. Подготовка презентации по результатам проведенного маркетингового исследования. 14. Представление и защита результатов проведенного маркетингового исследования. 15. Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой организации, по данным которой проводится маркетинговое исследование. 16. Применение сквозных цифровых технологий при проведении работ по анализу ценовых показателей товаров (перечень товаров подбирает обучающийся по согласованию с руководителем учебной практики). 17. Анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации. 18. Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках. 19. Выявление причин снижения спроса на отдельные виды товаров. 20. Подготовка предложений по программе лояльности торговой организации с целью повышения объемов продаж торговой организации. 21. Оформление результатов анализа ценовой политики и ценовой стратегии торгового предприятия. 22. Представление презентации по итогам анализа ценообразования торгового предприятия. | | **36** | **36** |  |
| **Производственная практика**  **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   *Выполнение отдельных этапов разработки бизнес-плана:*   1. Составление визитки команды. 2. Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы. 3. Определение целевой аудитории по методу Шеррингтона. 4. Построение модели Остервальдера. 5. Определение бизнес-процессов и составление схемы оказания услуг.   *Разработка и заполнение финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением специализированных программных продуктов*   1. Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов. 2. Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования . 3. Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода. 4. Расчеты цен и себестоимости. 5. Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении 6. Составление плана переменных расходов 7. Расчет точки безубыточности 8. Составление бюджета доходов и расходов 9. Составление бюджета движения денежных средств 10. Составление прогнозного баланса 11. Определение и обоснование источников финансирования 12. Расчеты процентов за пользование заемными средствами и составление графика возврата заемных средств 13. Расчет дисконтированного периода окупаемости проекта (DiscountedPaybackPeriod) 14. Расчет чистой текущей стоимости проекта (NetPresentValue) 15. 3. Расчет внутренней нормы доходности проекта (InternalRateofReturn) 16. 4.Расчет индекса прибыльности проекта (IndexofProfitability) 17. Расчеты других значимых показателей (ARR, MIRR, ROE, ROI, EBIT, EBITDA) 18. Разработка мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности. | | **72** | **72** |  |
| **Промежуточная аттестация** | |  |  |  |
| **Всего** | | **276** | **396** |  |

**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 38.02.08 Торговое дело*.*

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

Оснащенные базы практики в соответствии с п 6.1.2.4 примерной образовательной программы по специальности.

**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**

* 1. Бизнес-планирование: учебник / под ред. Т.Г. Попадюк, В.Я. Горфинкеля. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2021. — 296 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0617-4. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1247086 (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
  2. Васильев, Г. А. Маркетинг розничного торгового предприятия: учебное пособие / Г. А. Васильев, А. А. Романов, В. А. Поляков. - Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2022. - 159 с. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0628-0. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/967468 (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
  3. Иванов, Г. Г. Экономика торговой организации: учебник / Г.Г. Иванов. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 182 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016902-6. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1343176 (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
  4. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491722>
  5. Интернет-маркетинг: учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.]. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт. — 301 с. — (Профессиональное образование).
  6. Карасев, А. П.  Маркетинговые исследования: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05957-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489822>
  7. Липсиц, И. В.  Цены и ценообразование: учебное пособие для среднего профессионального образования / И. В. Липсиц. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 160 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9794-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488890>
  8. Маховикова, Г. А.  Цены и ценообразование в коммерции: учебник для среднего профессионального образования / Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 231 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03696-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477854>
  9. Морошкин, В. А. Бизнес-планирование: учебное пособие / В.А. Морошкин, В.П. Буров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 288 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-012223-6. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1832175 (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
  10. Романова, М. В. Бизнес-планирование: учебное пособие / М.В. Романова. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2021. — 240 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-8199-0756-6. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1446152 (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
  11. Саталкина, Н. И. Экономика торговли: учебное пособие / Н. И. Саталкина, Б. И. Герасимов. Г. И. Терехова. — Москва: ФОРУМ, 2021. — 232 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-91134-485-6. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1287439 (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.
  12. Цены и ценообразование: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под редакцией Т. Г. Касьяненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 437 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04773-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490187>
  13. PR в сфере коммерции: учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. И. М. Синяевой. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. — 298 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0614-3. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1018359 (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

**3.2.2. Дополнительные источники**

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

**4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля | Критерии оценки | Методы оценки |
| ПК 2.1*.* Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга | * Составляет план проведения маркетингового исследования * Устанавливает сроки и требования к проведению маркетингового исследования * Определяет маркетинговые инструменты, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования * Осуществляет поиск первичной и вторичной маркетинговой информации | Устный/письменный опрос.  Тестирование.  Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.  Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.  Экспертная оценка контрольных / проверочных работ.  Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.  Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно- практических конференциях.  Экспертная оценка создания и представления презентаций.  Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.  Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.  Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.  Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:  – на практических занятиях;  – при выполнении работ на различных этапах учебной практики;  – при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества. |
| ПК. 2.2. Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации | * Устанавливает конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках * Рассчитывает показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов * Разрабатывает предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации * Использует программные продукты в системе продвижения товаров (услуг) организации |
| ПК 2.3. Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий | * Проводит сбор, мониторинг и систематизирует ценовые показатели товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий |
| ПК. 2.4. Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках | * Обосновывает конкурентные преимущества товара на внешнем и внутренних рынках |
| ПК 2.5. Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов | * Соблюдает правила и принципы разработки бизнес-плана (полнота и точность составления разделов бизнес-плана) * Использует информационные технологий в процессе составления бизнес-плана * Использует информацию специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана. |
| ПК 2.6. Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов | * Рассчитывает и обосновывает результаты анализа финансовых результатов деятельности организации * Применяет различные платформы в системе продвижения товаров (услуг) организации |
| ПК. 2.7. Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности | * Обосновывает разработанные мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности |
| ПК. 2.8. Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы | * Составляет план сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы * Выявляет проблемы и риски предпринимательской деятельности |
| ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам | * Распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; * Выделяет составные части и определяет этапы решения задачи; * Выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы; * Составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; * Демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;   Реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника). |
| ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности | * определяет задачи для поиска информации и их необходимые источники и планирует процесс поиска; * структурирует и выделяет наиболее значимое в полученной информации; * оценивает практическую значимость результатов поиска и оформляет его результаты;   применяет средства информационных технологий, использует современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач. |
| ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях | * определяет актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; * применяет современную научную профессиональную терминологию;   определяет и выстраивает траектории профессионального развития и самообразования |
| ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде | эффективно взаимодействует с преподавателями, обучающимися в ходе профессиональной деятельности. |
| ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста | грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявляя толерантность в рабочем коллективе |
| ОК 07 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях | выполняет работы с соблюдением принципов бережливого производства и ресурсосбережения |
| ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках | * понимает общий смысл четко произнесенных высказываний и текстов на профессиональные темы; * участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; * строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;   пишет простые связные сообщения на интересующие профессиональные темы. |

**Приложение 2.4**

**к ПОП -П по** **специальности**

**38.02.08 Торговое дело**

**ПРИМЕРНАЯ РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**«ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров   
и координация работы с клиентами (по выбору)»**

**2023 г.**

**СОДЕРЖАНИЕ**

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

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**«ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы   
с клиентами (по выбору)»**

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

В результате изучения профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами (по выбору)» и соответствующие ему общие компетенции   
и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

|  |  |
| --- | --- |
| Код | Наименование общих компетенций |
| **ОК 01** | Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам |
| **ОК 02** | Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности |
| **ОК 04** | Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде; |
| **ОК 05** | Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста; |
| **ОК 09** | Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках. |

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

|  |  |
| --- | --- |
| Код | Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций |
| **ВД 3** | Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами (по выбору) |
| **ПК 3.1** | Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий |
| **ПК 3.2** | Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров; |
| **ПК 3.3** | Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использование специализированных программных продуктов |
| **ПК 3.4** | Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж; |
| **ПК 3.5** | Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса |
| **ПК 3.6** | Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов |
| **ПК 3.7** | Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий |
| **ПК 3.8** | Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий |

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

|  |  |
| --- | --- |
| Владеть навыками | сбора, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях; |
| поиска и выявления потенциальных клиентов; |
| формирования и актуализации клиентской базы; |
| проведения мониторинга деятельности конкурентов; |
| определения потребностей клиентов в товарах, реализуемых организацией; |
| формирования коммерческих предложений по продаже товаров, подготовки, проведения, анализа результатов преддоговорной работы и предпродажных мероприятий с клиентами; |
| информирования клиентов о потребительских свойствах товаров; |
| стимулирования клиентов на заключение сделки; |
| взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи товаров; |
| закрытия сделок; |
| соблюдения требований стандартов организации при продаже товаров; |
| использования специализированных программных продуктов в процессе оказания услуги продажи; |
| сопровождения клиентов с момента заключения сделки до выдачи продукции; |
| мониторинг и контроль выполнения условий договоров; |
| анализа и разработки мероприятий по выполнению плана продаж; |
| выполнения запланированных показателей по объему продаж; |
| разработки программ по повышению лояльности клиентов; |
| разработки мероприятий по стимулированию продаж; |
| информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях; |
| участие в проведении конференций и семинаров для существующих и потенциальных покупателей товаров; |
| стимулирования клиентов на заключение сделки; |
| контроля состояния товарных запасов; |
| анализа выполнения плана продаж; |
| информационно-справочного консультирования клиентов; |
| контроля степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания; |
| обеспечения соблюдения стандартов организации. |
| Уметь | работать с различными источниками информации и использовать ее открытые источники для расширения клиентской базы и доступные информационные ресурсы организации; |
| вести и актуализировать базу данных клиентов; |
| формировать отчетную документацию по клиентской базе; |
| анализировать деятельность конкурентов; |
| определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных; |
| планировать исходящие телефонные звонки, встречи, переговоры с потенциальными и существующими клиентами; |
| вести реестр реквизитов клиентов; |
| использовать программные продукты; |
| планировать объемы собственных продаж; |
| устанавливать контакт с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения; |
| использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним; |
| формировать коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента; |
| планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации; |
| использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости; |
| предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме; |
| опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; |
| работать с возражениями клиента; |
| применять техники по закрытию сделки; |
| суммировать выгоды и предлагать план действий клиенту; |
| фиксировать результаты преддоговорной работы в установленной форме; |
| обеспечивать конфиденциальность полученной информации; |
| анализировать результаты преддоговорной работы с клиентом и разрабатывать план дальнейших действий; |
| оформлять и согласовывать договор в соответствии со стандартами и регламентами организации; |
| подготавливать документацию для формирования заказа; |
| осуществлять мероприятия по размещению заказа; |
| следить за соблюдением сроков поставки и информировать клиента о возможных изменениях; |
| принимать корректирующие меры по соблюдению договорных обязательств; |
| осуществлять/контролировать отгрузку/выдачу продукции клиенту в соответствии с регламентами организации; |
| оформлять документацию при отгрузке/выдаче продукции; |
| осуществлять урегулирование спорных вопросов, претензий; |
| организовывать работу и оформлять документацию в соответствии со стандартами организации; |
| соблюдать конфиденциальность информации; |
| предоставлять клиенту достоверную информацию; |
| корректно использовать информацию, предоставляемую клиенту; |
| соблюдать в работе принципы клиентоориентированности; |
| обеспечивать баланс интересов клиента и организации; |
| обеспечивать соблюдение требований охраны; |
| разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров; |
| собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж; |
| планировать работу по выполнению плана продаж; |
| анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации; |
| анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения плана продаж; |
| анализировать возможности увеличения объемов продаж; |
| планировать и контролировать поступление денежных средств; |
| обеспечивать наличие демонстрационной продукции; |
| применять программы стимулирования клиента для увеличения продаж; |
| планировать рабочее время для выполнения плана продаж; |
| планировать объемы собственных продаж; |
| оценивать эффективность проведенных мероприятий стимулирования продаж; |
| разрабатывать мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности; |
| разрабатывать и проводить комплекс мероприятий по поддержанию лояльности клиента; |
| анализировать и систематизировать информацию о состоянии рынка потребительских товаров; |
| анализировать информацию о деятельности конкурентов, используя внешние и внутренние источники; |
| анализировать результаты показателей удовлетворенности клиентов; |
| вносить предложения по формированию мотивационных программ для клиентов и обеспечивать их реализацию; |
| вносить предложения по формированию специальных предложений для различных категорий клиентов; |
| анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков; |
| обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков; |
| анализировать оборачиваемость складских остатков; |
| составлять отчетную документацию по продажам; |
| разрабатывать план послепродажного сопровождения клиента; |
| инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений; |
| инициативно вести диалог с клиентом; |
| резюмировать, выделять главное в диалоге с клиентом и подводить итог по окончании беседы; |
| определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных; |
| разрабатывать рекомендации для клиента; |
| собирать информацию об уровне удовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; |
| анализировать рынок с целью формирования коммерческих предложений для клиента; |
| проводить деловые переговоры, вести деловую переписку с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж; |
| вести деловую переписку с клиентами и партнерами; |
| использовать программные продукты. |
| Знать | методики выявления потребностей клиентов; |
| методики выявления потребностей; |
| технику продаж; |
| методики проведения презентаций; |
| потребительские свойства товаров; |
| требования и стандарты производителя; |
| принципы и порядок ведения претензионной работы; |
| ассортимент товаров; |
| стандарты организации; |
| стандарты менеджмента качества; |
| гарантийную политику организации; |
| специализированные программные продукты; |
| методики позиционирования продукции организации на рынке; |
| методы сегментирования рынка; |
| методы анализа эффективности мероприятий по продвижению продукции; |
| инструкции по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов; |
| Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией; |
| Приказы, положения, инструкции, нормативную документацию по регулированию продаж и организацию послепродажного обслуживания; |
| Основы организации послепродажного обслуживания. |

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

Всего часов - 204-504

в том числе в форме практической подготовки - 204-504

Из них на освоение МДК – 60-360

в том числе самостоятельная работа - \_\_\_\_\_\_\_

практики, в том числе учебная – 36-36

производственная часов 108-108

Промежуточная аттестация

**2. Структура и содержание профессионального модуля**

**2.1. Структура профессионального модуля**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Коды профессиональных и общих компетенций | Наименования разделов профессионального модуля | Всего, час. | В т.ч. в форме практической. подготовки | Объем профессионального модуля, ак. час. | | | | | | |
| Обучение по МДК | | | | | Практики | |
| Всего | В том числе | | | |
| Лабораторных. и практических. занятий | Курсовых работ (проектов) | Самостоятельная работа*[[7]](#footnote-7)* | Промежуточная аттестация | Учебная | Производственная |
| *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* | *9* | *10* | *11* |
| ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8  ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09. | Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами | 60-360 | 60-360 | 60-360 |  |  |  |  |  |  |
|  | Учебная практика | 36-36 | 36-36 |  |  |  |  |  | **36-36** |  |
|  | Производственная практика | 108-108 | 108-108 |  |  |  | | | | **108-108** |
|  | Промежуточная аттестация |  |  |  |  |  | | | |  |
|  | **Всего:** | ***204-504*** | ***204-504*** | ***60-360*** |  |  |  |  | ***36-36*** | ***108-108*** |

**2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)** | **Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)** | **Объем, акад. ч / в том числе  в форме практической подготовки, акад. ч[[8]](#footnote-8)** | | **Код ПК, ОК** |
| **1** | **2** | **3** | | **4** |
|  |  | **Обязат. часть ОП с учетом интенсификации 40%** | **Обязат. часть ОП** |  |
| **Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами** | | **60/60** | **360/360** |  |
| **МДК.03.01. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами** | | **60/60** | **360/360** |  |
| **Тема 1.1.**  **Формирование клиентской базы** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании. | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8  ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09. |
| **2.** Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности. Методы удержания клиентов. |
| **3.** Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, CEM, СMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRM). |
| **4.** Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России |
| **В том числе практических занятий** |  |  |  |
| **Практическое занятие 1.** Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации |  |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 2.** Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров. |  |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Тема 1.2.**  **Организация и осуществление преддоговорной и предпродажной работы** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Установление контактов с поставщиками и клиентами посредством современных технических средств и цифровых технологий, с использованием телефонных переговоров и личных встреч. Подготовка и направление коммерческих предложений. Организация и правила проведения переговоров. | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8  ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09. |
| **2.** Холодные продажи. Особенности телефонного разговора в холодных продажах. Технические особенности холодных звонков. |
| **3.** Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий |
| **4.** Мерчандайзинг. понятие, правила и программы |
| **5.** Современные подходы к планировочным решениям магазина: общие требования к планировочным решениям, сегментация площади торгового зала, оценка правильности выбранной последовательности размещения отделов в магазине. |
| **6.** Выкладка товаров: понятие выкладки и точки продаж, принципы и правила выкладки, основные концепции представления товаров, специальная выкладка, ее виды, рекомендации по выкладке отдельных видов товаров. Применение интернет вещей при организации точки продаж. |
| **7.** Методика построения планограммы. Правила оформления ценников. |
| **8.** Методы планирования продаж: планирование «сверху вниз» (top-down planning), планирование «снизу-вверх» (bottom-up planning), планирование «цели вниз — план вверх» (goals down-plans up planning). Анализ «like to like» |
| **В том числе практических занятий** |  |  |  |
| **Практическое занятие 3.** Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий. |  |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 4.** Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении. |  |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 5.** Формирование портфеля коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж |  |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 6.** Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов. |  |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 7.** Фиксация и анализ результатов преддоговорной работы с клиентом, и разработка плана дальнейших действий с применением специализированных программных продуктов. |  |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 8.** Использование интернет-вещей для оптимизации торговых площадей относительно поведения клиентов. |  |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 9.** Оформление витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий. |  |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 10.** Анализ эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчандайзинговых подходов |  |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Тема 1.3.**  **Организация и осуществление продажи потребительских товаров** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж. | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8  ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09. |
| **2**. Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок |
| **3.** Методики подготовки и проведения презентаций потребительских товаров |
| **В том числе практических занятий** |
| **Практическое занятие 11.** Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи |
| **Практическое занятие 12.** Подготовка презентации товара для клиента с учетом его потребностей |
| **Практическое занятие 13.** Работа с возражениями клиента в процессе продажи товаров |
| **Тема 1.4.**  **Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи и (или) выкупа товаров и соблюдения стандартов организации** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования. | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8  ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09. |
| **2.** Принципы и порядок ведения претензионной работы |
| **В том числе практических занятий** |  |  |  |
| **Практическое занятие 14.** Организация процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации |  |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 15.** Продажа дополнительных услуг торгового предприятия |  |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 16.** Оказание содействия клиентам в процессе продажи |  |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 17.** Урегулирование спорных вопросов, претензий |  |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 18.** Изучениепрограммы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности |  |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Тема 1.5.**  **Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Позиционирование продукции организации на рынке | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8  ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09. |
| **2.** Методы сегментирования рынка |
| **В том числе практических занятий** |  |  |  |
| **Практическое занятие 19–20.** Анализ тенденций развития рынка ассортимента торгового предприятия |  |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 21.** Анализ установленного плана продаж и разработка мероприятий по его реализации |  |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 22–23.** Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж |  |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 24.** Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж |  |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Тема 1.6.**  **Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Формирование отчетов. | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8  ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09. |
| **В том числе практических занятий** |  |  |  |
| **Практическое занятие 25.** Составление отчетной документации по продажам |  |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 26.** ABCXYZ-анализ текущей базы |  |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 27–28.** Формирование отчета о работе с текущей базой (пенетрации, индекса лояльности — NPS, ценности клиента- LTV, показателя удержания покупателя –CRR, среднего дохода на покупателя – ARC) |  |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Тема 1.7.**  **Контроль состояния товарных запасов** | **Содержание** |  |  |  |
| 1. Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8  ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09. |
| **В том числе практических и лабораторных занятий** |  |  |  |
| **Практическое занятие 29.** Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости |  |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Тема 1.8.**  **Организация послепродажного обслуживания, консультационно-информационное сопровождение клиентов** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8  ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09. |
| **В том числе практических занятий** |  |  |  |
| **Практическое занятие 30.** Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров |  |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 31.** Разработка плана послепродажного обслуживания клиента |  |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 32.** Установление контактов с клиентом для сбора информации об уровне удовлетворенности качеством предоставления услуг |  |  | ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Учебная практика**  **Виды работ**   1. Разработка мероприятий по выполнению плана продаж. 2. Разработка мероприятий по стимулированию продаж и программ по повышению лояльности клиентов. | | **36** | **36** |  |
| **Производственная практика**  **Виды работ**   1. Наполнение и поддержание в актуальном состоянии клиентской базы. Анализ эффективности управления портфелем клиентов с использованием цифровых и информационных технологий. 2. Установление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров. 3. Оформление витрин и выставок. 4. Проведение первичного мерчандайзинг- аудита розничных торговых объектов. 5. Подготовка презентации товара, выбор и обоснование метода завершения сделки. 6. Мониторинг и контроль выполнения условий договоров с использованием специальных программных продуктов. 7. Разработка мероприятий по выполнению плана продаж. 8. Разработка мероприятий по стимулированию продаж и программ по повышению лояльности клиентов. 9. Формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов. 10. Выполнение операций по контролю над состоянием товарных запасов. 11. Анализ товарных запасов с применением программных продуктов. 12. Разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания | | **108** | **108** |  |
| **Промежуточная аттестация** | |  |  |  |
| **Всего** | | **204** | **504** |  |

**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

Кабинет «Автоматизация торгово-технологических процессов», «Эксплуатация торгово-технологического оборудования и охрана труда», оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности.

Мастерская «Учебный магазин», оснащенная в соответствии с п. 6.1.2.2 примерной образовательной программы по данной специальности*.*

Оснащенные базы практики в соответствии с п 6.1.2.4 примерной образовательной программы по специальности*.*

**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**

1. Гаврилов, Л. П.  Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 477 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12180-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494509>
2. Основы коммерческой деятельности: учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 506 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08159-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491497>
3. Рамендик, Д. М.  Психология делового общения: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. М. Рамендик. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 207 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06312-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490471>

**3.2.2. Дополнительные источники**

1. Иванов Г.Г. Организация торговли (торговой деятельности): учебник/Г.Г.Иванов.- Москва: КНОРУС, 2022.- 222.с- (Среднее профессиональное образование). ISBN 978-5-406-09325-2
2. Парамонова Т.Н. Мерчандайзинг: учебное пособие/Т.Н. Парамонова, И.А. Рамазанов.- 5-е изд., стер.-Москва: КНОРУС,2022.-144с. ISBN 978-5-406-08897-5
3. Потребительская лояльность: учебник/коллектив авторов; под ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, И. П. Широченской.- Москва: КНОРУС, 2022.-312с (Аспирантура и Магистратура). ISBN 978- 5-406-09730-4

**4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля | Критерии оценки | Методы оценки |
| ПК 3.1. Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях,  в том числе с использованием цифровых и информационных технологий | * Демонстрирует умения получения и уточнения данных о потенциальных клиентах, формирования, актуализации клиентской базы, в том числе с использованием системы электронного документооборота, программных продуктов для анализа данных, управления проектами и принятия решений; * Выделяет приоритетные потребности клиента и фиксирует их в базе данных; * Использует и анализирует информацию о клиенте для планирования и организации работы с клиентом. | Устный/письменный опрос.  Тестирование.  Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.  Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.  Экспертная оценка контрольных / проверочных работ.  Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.  Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно- практических конференциях.  Экспертная оценка создания и представления презентаций.  Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.  Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.  Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.  Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:  – на практических занятиях  – при выполнении работ на различных этапах производственной практики;  – при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества. |
| ПК 3.2. Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров; | * Разрабатывает алгоритм установления контактов; * Формирует коммерческие предложений по продаже товаров; * Информирует клиентов о технических характеристиках и потребительских свойствах товаров в доступной форме; * Использует профессиональные и технические термины, поясняет их в случае необходимости; * Планирует и проводит презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей; * Применяет приемы работы с возражениями клиента; * Выбирает и обосновывает методы завершения сделки; * Определяет алгоритм выдачи и документального оформления товара клиенту. |
| ПК 3.3. Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использование специализированных программных продуктов | * Опознает признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; * Суммирует выгоды и предлагать план действий клиенту; * Демонстрирует способность урегулирования спорных вопросов, претензий клиентов. |
| ПК 3.4. Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж; | * Планирует объемы собственных продаж; * Разрабатывает мероприятия по выполнению плана продаж; * Анализирует выполнения плана продаж. |
| ПК 3.5. Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса | * Предлагает способы информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях; * Применяет методы стимулирования клиентов на заключение сделки. |
| ПК 3.6. Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов | * Анализирует товарные запасы по предоставленным данным с применением программных продуктов |
| ПК 3.7. Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий | * Проводит анализ эффективности управления портфелем клиентов на основе исходных данных; * Составляет аналитический отчет по продажам с применением специализированных программных продуктов для создания аналитических отчетов. |
| ПК 3.8. Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий | * Составляет мероприятия по организации послепродажного обслуживания; * Разрабатывает информационные материалы для послепродажного консультационно-информационного сопровождения клиента. |
| ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам | * Распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; * Выделяет составные части и определяет этапы решения задачи; * Выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы; * Составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; * Демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; * Реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника). |
| ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности | * Определяет задачи для поиска информации, необходимые источники и планирует процесс поиска; * Структурирует получаемую информацию, выделяет наиболее значимое в перечне информации и оценивает практическую значимость результатов поиска; * Оформляет результаты поиска, применяя средства информационных технологий для решения профессиональных задач; используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач. |
| ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде | * Демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды; * В ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ. |
| ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста | * Грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствие с установленными правилами; * Демонстрирует толерантность в рабочем коллективе. |
| ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках | * Понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на базовые профессиональные темы; * Участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; * Строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; * Кратко обосновывает и объясняет свои действия; * Пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы. |

**Приложение 2.5**

**к ПОП по** **специальности**

**38.02.08 Торговое дело**

**ПРИМЕРНАЯ РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**«ПМ.03 Осуществление продаж автотранспортных средств, космических продуктов, услуг и технологий и координация работы с клиентами (по выбору)»**

**2023 г.**

**СОДЕРЖАНИЕ**

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

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**«ПМ.03 Осуществление продаж автотранспортных средств, космических продуктов, услуг и технологий и координация работы с клиентами (по выбору)»**

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

В результате изучения профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности «Осуществление продаж автотранспортных средств, космических продуктов, услуг и технологий и координация работы с клиентами (по выбору)»   
и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

|  |  |
| --- | --- |
| Код | Наименование общих компетенций |
| **ОК 01** | Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам |
| **ОК 02** | Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности |
| **ОК 04** | Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде |
| **ОК 05** | Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста |
| **ОК 09** | Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках |

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

|  |  |
| --- | --- |
| Код | Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций |
| **ВД 3** | Осуществление продаж автотранспортных средств, космических продуктов, услуг и технологий и координация работы с клиентами (по выбору) |
| **ПК 3.1.** | Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий |
| **ПК 3.2.** | Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров |
| **ПК 3.3.** | Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами в процессе оказания услуги продажи и (или) выкупа товаров, в том числе с использование специализированных программных продуктов |
| **ПК 3.4.** | Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж |
| **ПК 3.5.** | Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса |
| **ПК 3.6.** | Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов |
| **ПК 3.7.** | Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий |
| **ПК 3.8.** | Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий |

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

|  |  |
| --- | --- |
| Владеть навыками | сбора, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях; |
| поиска и выявления потенциальных клиентов; |
| наполнения и поддержания в актуальном состоянии клиентской автоматизированной базы данных (клиентской базы); |
| мониторинга деятельности конкурентов; |
| определения потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией; |
| формирования коммерческих предложений по продаже товаров; |
| подготовки, проведения, анализа результатов преддоговорной работы и предпродажных мероприятий с клиентами; |
| информирования клиентов о технических характеристиках и потребительских свойствах продукции; |
| стимулирования клиентов на заключение сделки; |
| взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи и (или) выкупа товаров; |
| осуществления работы с клиентами и смежными структурами в процессе продажи; |
| закрытия сделок; |
| соблюдения требований стандартов организации при организации и осуществлении работ; |
| использования специализированных программных продуктов в процессе оказания услуги продажи и (или) выкупа товаров; |
| сопровождения клиентов с момента заключения сделки до выдачи продукции; |
| мониторинг и контроль выполнения условий договоров; |
| разработки мероприятий по выполнению плана продаж; |
| выполнения запланированных показателей по объему продаж (выкупа и продаж); |
| разработки программ по повышению лояльности клиентов; |
| разработки мероприятий по стимулированию продаж; |
| информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях; |
| проведение конференций и семинаров для существующих и потенциальных покупателей товаров; |
| контроля состояния склада товаров; |
| анализа выполнения плана продаж |
| информационно-справочного консультирования клиентов; |
| контроля степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания; |
| обеспечения соблюдения стандартов организации. |
| Уметь | работать с различными источниками информации, использовать ее открытые источники и доступные информационные ресурсы организации для расширения клиентской базы; |
| осуществлять поиск информации в клиентской базе и глобальной информационно-телекоммуникационной сети «интернет» по продажам; |
| запрашивать информацию у клиента о лицах, потенциально заинтересованных в продукции и услугах; |
| получать информацию о сфере интересов, круге общения и роде занятий клиента с целью расширения клиентской базы; |
| формировать отчетную документацию по клиентской базе; |
| использовать базу данных типовых предложений по продаже инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих; |
| планировать исходящие телефонные звонки, встречи, переговоры, тест-драйвы/пробные поездки с потенциальными и существующими клиентами; |
| разрешать конфликтные ситуации; |
| планировать объемы собственных продаж; |
| устанавливать контакт с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения; |
| использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним; |
| формировать коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента; |
| планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации; |
| использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости; |
| предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме; |
| проводить тест-драйв/пробную поездку, демонстрируя выгоды для клиента с учетом техники продаж и оформлять соответствующую документацию в соответствии со стандартами организации; |
| обеспечивать безопасность клиента при проведении тест-драйва/пробной поездки; |
| опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; |
| работать с возражениями клиента; |
| применять техники по закрытию сделки; |
| взаимодействовать со смежными структурами; |
| суммировать выгоды и предлагать план действий клиенту; |
| фиксировать результаты преддоговорной работы в установленной форме; |
| обеспечивать конфиденциальность полученной информации; |
| анализировать результаты преддоговорной работы с клиентом и разрабатывать план дальнейших действий; |
| оформлять и согласовывать договор в соответствии со стандартами и регламентами организации; |
| подготавливать документацию для формирования заказа продукции в производство; |
| осуществлять мероприятия по размещению заказа; |
| оформлять заказ на установку дополнительного оборудования; |
| следить за соблюдением сроков поставки и информировать клиента о возможных изменениях; |
| отслеживать движение продукта от организации-производителя до места реализации; |
| принимать корректирующие меры по соблюдению договорных обязательств; |
| осуществлять/контролировать отгрузку/выдачу продукции клиенту в соответствии с регламентами организации; |
| оформлять документацию при отгрузке/выдаче продукции; |
| осуществлять урегулирование спорных вопросов, претензий; |
| оформлять документацию в соответствии со стандартами организации; |
| организовывать работу в соответствии со стандартами организации; |
| соблюдать конфиденциальность информации; |
| предоставлять клиенту достоверную информацию; |
| корректно использовать информацию, предоставляемую клиенту; |
| соблюдать в работе принципы клиентоориентированности; |
| обеспечивать баланс интересов клиента и организации; |
| обеспечивать соблюдение требований охраны труда; |
| анализировать тенденции развития рынка и отрасли автомобилестроения; |
| разрабатывать предложения для формирования плана продаж продукта; |
| собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж; |
| планировать работу по выполнению плана продаж; |
| анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации; |
| анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения плана продаж; |
| анализировать возможности увеличения объемов продаж; |
| планировать и контролировать поступление денежных средств; |
| обеспечивать наличие демонстрационной продукции; |
| применять программы стимулирования клиента для увеличения продаж; |
| планировать рабочее время для выполнения плана продаж; |
| оценивать эффективность проведенных мероприятий стимулирования продаж; |
| разрабатывать мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности; |
| разрабатывать и проводить комплекс мероприятий по поддержанию лояльности клиента; |
| анализировать и систематизировать информацию о состоянии автомобильного рынка; |
| анализировать информацию о деятельности конкурентов, используя внешние и внутренние источники; |
| анализировать результаты показателей удовлетворенности клиентов; |
| вносить предложения по формированию мотивационных программ для клиентов и обеспечивать их реализацию; |
| вносить предложения по формированию специальных предложений для различных категорий клиентов; |
| анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков; |
| обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков; |
| анализировать оборачиваемость складских остатков; |
| составлять отчетную документацию по продажам; |
| разрабатывать план послепродажного сопровождения клиента; |
| инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений; |
| инициативно вести диалог с клиентом; |
| резюмировать, выделять главное в диалоге с клиентом и подводить итог по окончании беседы; |
| определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных; |
| разрабатывать рекомендации для клиента; |
| собирать информацию об уровне удовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; |
| анализировать рынок с целью формирования коммерческих предложений для клиента; |
| проводить деловые переговоры, вести деловую переписку с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж; |
| вести деловую переписку с клиентами и партнерами; |
| использовать программные продукты. |
| Знать | специализированные программные продукты; |
| методики выявления потребностей клиентов; |
| состав закупочной документации; |
| методики выявления потребностей клиентов; |
| методики проведения презентаций; |
| основные технические характеристики, преимущества и недостатки продукции российских и мировых производителей; |
| технические и эксплуатационные характеристики продаваемых товаров; |
| устройство и особенности конструкции транспортного средства: двигателя, трансмиссии, систем безопасности, кузова; |
| требования и стандарты производителя; |
| принципы и порядок ведения претензионной работы; |
| модельный ряд продукции; |
| стандарты организации; |
| стандарты менеджмента качества; |
| принципы работы со специализированными программными продуктами; |
| методики позиционирования продукции организации на рынке; |
| методы сегментирования рынка; |
| методы анализа эффективности мероприятий по продвижению продукции; |
| инструкции по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов; |
| приказы, положения, инструкции, нормативную документацию; |
| организацию послепродажного обслуживания. |

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

Всего часов - 204-504

в том числе в форме практической подготовки - 204-504

Из них на освоение МДК - 60-360

в том числе самостоятельная работа *- \_\_\_\_\_\_\_\_\_*

практики, в том числе учебная - 36-36

производственная - 108-108 часов

Промежуточная аттестация

**2. Структура и содержание профессионального модуля**

**2.1. Структура профессионального модуля**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Коды профессиональных и общих компетенций | Наименования разделов профессионального модуля | Всего, час. | В т.ч. в форме практической. подготовки | Объем профессионального модуля, ак. час. | | | | | | | | |
| Обучение по МДК | | | | | | | Практики | |
| Всего | В том числе | | | | | |
| Лабораторных. и практических. занятий | Курсовых работ (проектов)[[9]](#footnote-9) | Самостоятельная работа*[[10]](#footnote-10)* | Промежуточная аттестация | Учебная | | | Производственная |
| *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* | *9* | *10* | | | *11* |
| ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8  ОК 01, ОК 02,  ОК 04, ОК 05, ОК 09 | Раздел 1.  Технология продаж автотранспортных средств, космических продуктов, услуг и технологий и координация работы с клиентами | 60-360 | 60-360 | 60-360 |  |  |  |  |  | | |  |
|  | Учебная практика | 36-36 | 36-36 |  |  |  |  |  | 36-36 | | |  |
|  | Производственная практика | 108-108 | 108-108 |  |  |  | | | | | | 108-108 |
|  | Промежуточная аттестация |  |  |  |  |  | | | | | |  |
|  | ***Всего:*** | ***204-504*** | ***184-454*** | ***60-288*** |  |  |  |  | | ***36-36*** | | ***108-108*** |

**2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)** | **Содержание учебного материала,**  **лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)** | **Объем, акад. ч / в том числе  в форме практической подготовки, акад. ч[[11]](#footnote-11)** | | **Код ПК, ОК** |
| **1** | **2** | **3** | | **4** |
|  |  | **Обязат. часть ОП с учетом интенсификации 40%** | **Обязат. часть ОП** |  |
| **Раздел 1. Технология продаж автотранспортных средств, космических продуктов, услуг и технологий и координация работы с клиентами** | | **60/60** | **360/360** |  |
| **МДК.03.01 Технология продаж автотранспортных средств, космических продуктов, услуг и технологий и координация работы с клиентами** | | **60/60** | **360/360** |  |
| **Тема 1.1.**  **Устройство, конструктивные особенности, технические и эксплуатационные характеристики автотранспортных средств** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Понятие о производстве и классификация автотранспортных средств. | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8  ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Общие сведения о конструкции легковых автомобилей: двигателя, трансмиссии, систем безопасности, кузова |
| **3.** Потребительские свойства автотранспортных средств. Технические и эксплуатационные характеристики продаваемых товаров. |
| **4.** Основные технические характеристики, преимущества и недостатки товаров российских и мировых производителей. Требования и стандарты производителя автотранспортных средств. |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 1.** Исследование конструктивных особенностей и потребительских свойств, автотранспортных средств. |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Тема 1.2.**  **Классификация и область применения космических продуктов.** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Понятие о производстве и классификация космических продуктов, услуг и космических технологий | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8  ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Технические характеристики и область применения космических продуктов и космических технологий. |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 2.** Исследование технических характеристик космических продуктов. |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Тема 1.3.**  **Формирование клиентской базы** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Клиентоориентированность и потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности. Методы удержания клиентов. | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8  ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, CEM, СMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRM). |
| **3.** Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России |
| **В том числе практических занятий** |  |  |  |
| **Практическое занятие 3.** Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 4.** Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров, тест-драйвов, пробных поездок с потенциальными и существующими клиентами |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Тема 1.4.**  **Организация и осуществление преддоговорной и предпродажной работы** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Установление контактов с клиентами посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложений. Методики выявление потребностей клиентов | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8  ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Методы планирования продаж: планирование «сверху вниз» (top-down planning), планирование «снизу вверх» (bottom-up planning), планирование «цели вниз — план вверх» (goals down-plans up planning). Анализ «like to like» |
| **В том числе практических и лабораторных занятий** |  |  |  |
| **Практическое занятие 5.** Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий. |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 6.** Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении. |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 7.** Формирование коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 8.** Фиксация и анализ результатов преддоговорной работы с клиентом, и разработка плана дальнейших действий |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Тема 1.5.**  **Организация и осуществление продажи товаров** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж. Алгоритмы работы с возражениями. Техники закрытия сделок. | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8  ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Методики подготовки и проведения презентаций товара для клиента с учетом его потребностей |
| **В том числе практических и лабораторных занятий** |  |  |  |
| **Практическое занятие 9.** Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 10.** Клиентинг – продажи, ориентированные на интересы и потребности покупателя. |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 11.** Подготовка презентации товара для клиента с учетом его потребностей |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 12.** Подготовка проведения тест-драйва/пробной поездки и оформление соответствующей документацию в соответствии со стандартами торговой организации |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Тема 1.6.**  **Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе продажи и (или) выкупа товаров и соблюдения стандартов торговой организации** | **Содержание** |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8  ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **1.** Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования. |
| **2.** Принципы и порядок ведения претензионной работы |
| **В том числе практических и лабораторных занятий** |  |  |  |
| **Практическое занятие 13.** Оформление договора купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 14.** Оформление заказа на установку дополнительного оборудования для оснащения автотранспортного средства |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 15.** Оформление и при отгрузке/выдаче автотранспортного средства |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 16.** Урегулирование спорных вопросов, претензий |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 17.** Изучение программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Тема 1.7.**  **Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса** | **Содержание** |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8  ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **1.** Позиционирование автотранспортных средств, космических продуктов и технологий на рынках B2B, B2G |
| **2.** Особенности сегментирования рынка автотранспортных средств и космических продуктов и технологий. |
| **В том числе практических и лабораторных занятий** |  |  |  |
| **Практическое занятие 18–19.** Анализ тенденций развития рынка и отрасли автомобилестроения |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 20–21.** Анализ установленного плана продаж и разработка мероприятий по его реализации |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 22–23.** Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 24.** Оценка эффективности мероприятий по стимулированию продажи автотранспортных средств, космических продуктов, услуг и технологий |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Тема 1.8.**  **Организация контроля продаж. Эффективность продаж** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8  ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **2.** Формирование отчетов по продаже. Показатели эффективности продажи и их роль в организации контроля и повышения объема продаж. |
| **В том числе практических и лабораторных занятий** |  |  |  |
| **Практическое занятие 25.** Составление отчетной документации по продажам, в т.ч. с использованием специального программного обеспечения. |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 26.** ABCXYZ-анализ текущей базы |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 27–28.** Формирование отчета о работе с текущей базой: пенетрации, индекса лояльности — NPS, ценности клиента - LTV, показателя удержания покупателя –CRR, среднего дохода на покупателя – ARC |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Тема 1.9.**  **Контроль состояния товарных запасов** | **Содержание** |  |  |  |
| 1. Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8  ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **В том числе практических и лабораторных занятий** |  |  |  |
| **Практическое занятие 29.** Анализ состояния складских остатков и оборачиваемости товарных запасов |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Тема 1.10*.***  **Организация послепродажного консультационно-информационного сопровождение клиентов** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8  ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09 |
| **В том числе практических и лабораторных занятий** |  |  |  |
| **Практическое занятие 30.** Разработка рекомендации для клиентов по эффективному использованию и эксплуатации автотранспортных средств, космических продуктов и технологий с учетом их специфики и назначением. |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 31.** Разработка плана послепродажного обслуживания клиента |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Практическое занятие 32.** Установление контактов **с** клиентом для сбора информации об уровне удовлетворенности качеством предоставления услуг |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7, ПК 3.8 |
| **Производственная практика**  **Виды работ**   1. Разработка мероприятий по выполнению плана продаж 2. Разработка мероприятий по стимулированию продаж и формирование программы по повышению лояльности клиентов | | **36** | **36** |  |
| **Производственная практика**  **Виды работ**   1. Наполнение и поддержание в актуальном состоянии клиентской базы. 2. Анализ эффективности управления портфелем клиентов с использованием цифровых и информационных технологий 3. Определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией – производителем автотранспортных средств, космических продуктов и технологий, и формирование коммерческих предложений по их продаже 4. Подготовка презентации товара, выбор и обоснование метода завершения сделки 5. Мониторинг и контроль выполнения условий договора купли-продажи с использованием специальных программных продуктов 6. Разработка мероприятий по выполнению плана продаж 7. Разработка мероприятий по стимулированию продаж и формирование программы по повышению лояльности клиентов 8. Формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов 9. Выполнение операций по контролю над состоянием товарных запасов. Анализ товарных запасов с применением специальных программных продуктов 10. Разработка мероприятий по организации послепродажного обслуживания клиентов | | **108** | **108** |  |
| **Промежуточная аттестация** | |  |  |  |
| **Всего** | | **204** | **504** |  |

**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

Кабинет «Междисциплинарных курсов и модулей»,оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности.

Лаборатория «Автоматизации и цифровизации торговой деятельности»,оснащенная в соответствии с п. 6.1.2.3 примерной образовательной программы по специальности.

Мастерская «Учебный магазин»,оснащенная в соответствии с п. 6.1.2.4 примерной образовательной программы по данной специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п 6.1.2.4 примерной образовательной программы по специальности.

**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**

1. Гаврилов, Л. П.  Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 477 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12180-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494509>
2. Колышкина, Т. Б.  Основы рекламы: реклама в местах продаж: учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/494946
3. Рамендик, Д. М.  Психология делового общения: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. М. Рамендик. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 207 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06312-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490471

**3.2.2. Дополнительные источники**

1. ГОСТ Р 50646–94. «Услуги населению. Термины и определения».
2. ГОСТ Р 51303–2013 «Торговля. Термины и определения».
3. ГОСТ Р 51304–99 «Услуги торговли. Общие требования».
4. ГОСТ Р 51305–2009 «Услуги торговли. Требования к персоналу».
5. ISO 3779–1983. Дорожные транспортные средства. Идентификационный номер транспортного средства. Содержание и структура
6. ISO 3780–1983. Дорожные транспортные средства. Идентификационный код мирового производителя.
7. ISO 4030–1983. Транспорт дорожный. Идентификационный номер автомобилей. Расположение и установка.
8. ГОСТ 20306–90. Автотранспортные средства. Топливная экономичность. Методы испытаний.
9. ГОСТ 22748–77. Автотранспортные средства. Номенклатура наружных размеров. Методы измерений.
10. ГОСТ 28070–89. Автомобили легковые и грузовые, автобусы. Обзорность с места водителя. Общие технические требования. Методы испытаний.
11. ГОСТ Р 51980–2002. Транспортные средства. Маркировка. Общие технические требования.
12. ГОСТ Р 52051–2003. Механические транспортные средства и прицепы. Классификация и определения.
13. ГОСТ Р 52302–2004. Автотранспортные средства. Управляемость и устойчивость. Технические требования. Методы испытаний.
14. ГОСТ 4.396–88 СПКП. Автомобили легковые. Номенклатура показателей
15. ГОСТ 4.400–85 СПКП. Прицепы и полуприцепы автомобильные. Номенклатура показателей.
16. ГОСТ 4754–97 Шины пневматические для легковых автомобилей, прицепов к ним, легких грузовых автомобилей и автобусов особо малой вместимости. Технические условия.
17. ГОСТ Р 41.51–2004 Единообразные предписания, касающиеся сертификации транспортных средств, имеющих не менее четырех колес, в связи с производимым ими шумом.
18. ГОСТ Р 41.59–2001 Единообразные предписания, касающиеся официального утверждения сменных систем глушителей
19. ГОСТ Р 41.83–2004 Единообразные предписания, касающиеся сертификации транспортных средств в отношении выбросов вредных веществ в зависимости от топлива, необходимого для двигателей.
20. ГОСТ Р 50993–96 Автотранспортные средства. Системы отопления, вентиляции и кондиционирования. Требования к эффективности и безопасности.
21. ГОСТ Р 51709–2001 Автотранспортные средства. Требования безопасности к техническому состоянию и методы проверки
22. Клуб Продажников /Сообщество менеджеров по продажам - [www.prodaznik.ru](http://www.prodaznik.ru)
23. За рулем - <https://www.zr.ru>
24. Устройство авто - <https://ustroistvo-avtomobilya.ru>
25. Retail.ru — портал для ритейлеров и поставщиков - [www.retail.ru](http://www.retail.ru)
26. Сайт Сообщества профессиональной розничной торговли - www. retailer.ru.
27. Сайт «Современная торговля» - [www.sovtorg.panor.ru](http://www.sovtorg.panor.ru)
28. Справочно - правовая система Гарант - www.garant.ru
29. Справочно - правовая система Консультант Плюс - [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля | Критерии оценки | Методы оценки |
| ПК 3.1 Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий | * Демонстрирует умения получения и уточнения данных о потенциальных клиентах, формирования, актуализации клиентской базы, в том числе с использованием специализированных программных продуктов; * Выделяет приоритетные потребности клиента и фиксирует их в базе данных; * Использует и анализирует информацию о клиенте для планирования и организации работы с клиентом. | Устный/письменный опрос.  Тестирование.  Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.  Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.  Экспертная оценка контрольных / проверочных работ.  Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.  Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно- практических конференциях.  Экспертная оценка создания и представления презентаций.  Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.  Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.  Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.  Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:  – на практических занятиях  – при выполнении и защите курсовой работы (проекта);  – при выполнении работ на различных этапах учебной практики;  – при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества. |
| ПК 3.2 Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров; | * Разрабатывает алгоритм установления контактов с клиентами; * Формирует коммерческие предложений по продаже товаров; * Подбирает информацию для клиентов о технических характеристиках и потребительских свойствах товаров в доступной форме; * Использует профессиональные и технические термины, поясняет их в случае необходимости; * Планирует и проводит презентацию товаров для клиента с учетом его потребностей; * Выбирает и обосновывает методы завершения торговой сделки; * Определяет алгоритм выдачи и документального оформления факта выдачи товара клиенту |
| ПК 3.3 Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами в процессе оказания услуги продажи и (или) выкупа товаров, в том числе с использование специализированных программных продуктов | * Распознает признаки неудовлетворенности клиента качеством товара и/или предоставления услуг послепродажного обслуживания; * Определяет выгоды клиента при совершении торговой сделки и предлагать план действий клиенту; * Демонстрирует способность урегулирования спорных вопросов, претензий клиентов; * Применяет приемы работы по возражениям клиента и устранению конфликтных ситуаций. |
| ПК 3.4 Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж; | * Планирует объемы собственных продаж; * Разрабатывает мероприятия по выполнению плана продаж; * Анализирует выполнения плана продаж. |
| ПК 3.5 Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса | * Предлагает способы информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях; * Применяет методы стимулирования клиентов на заключение сделки. |
| ПК 3.6 Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов | * Анализирует товарные запасы по предоставленным данным с применением программных продуктов. |
| ПК 3.7 Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий | * Проводит анализ эффективности управления портфелем клиентов на основе исходных данных; * Составляет аналитический отчет по продажам, в т.ч. с применением специализированных программных продуктов. |
| ПК 3.8 Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий | * Составляет мероприятия по организации послепродажного обслуживания; * Разрабатывает информационные материалы для послепродажного консультационно-информационного сопровождения клиента |
| ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам | * Распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; * Выделяет составные части и определяет этапы решения задачи; * Выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы; * Составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; * Демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; * Реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) |
| ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности | * Определяет задачи для поиска информации, необходимые источники и планирует процесс поиска; * Структурирует получаемую информацию, выделяет наиболее значимое в перечне информации и оценивает практическую значимость результатов поиска; * Оформляет результаты поиска, применяя средства информационных технологий для решения профессиональных задач; используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач. |
| ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде | * Демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды; * В ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами, опираясь на знания психологических основ |
| ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста | * Грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствие с установленными правилами, * Демонстрирует толерантность в рабочем коллективе |
| ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках | * Понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на базовые профессиональные темы; * Участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; * Строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; * Кратко обосновывает и объясняет свои действия; * Пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы |

**Приложение 2.6**

**к ПОП -П по** **специальности**

**38.02.08 Торговое дело**

**ПРИМЕРНАЯ РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**«ПМ.03 Осуществление продаж информационно-коммуникационных продуктов и технологий и координация работы с клиентами (по выбору)»**

**2023 г.**

**СОДЕРЖАНИЕ**

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

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**«ПМ.03 Осуществление продаж информационно-коммуникационных продуктов   
и технологий и координация работы с клиентами (по выбору)»**

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

В результате изучения профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности «Осуществление продаж информационно-коммуникационных продуктов и технологий и координация работы с клиентами (по выбору)»   
и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

|  |  |
| --- | --- |
| Код | Наименование общих компетенций |
| **ОК 01** | Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам |
| **ОК 02** | Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности |
| **ОК 04** | Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде |
| **ОК 05** | Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста |
| **ОК 09** | Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках |

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

|  |  |
| --- | --- |
| Код | Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций |
| **ВД 3** | Осуществлять сопровождение базы данных инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий |
| **ПК 3.1.** | Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров |
| **ПК 3.2.** | Осуществлять подготовку коммерческих предложений и проведение презентаций инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих потенциальным клиентам |
| **ПК 3.3.** | Организовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж |
| **ПК 3.4.** | Консультировать клиентов по использованию и возможностям инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих |
| **ПК 3.5.** | Осуществлять контроль всего цикла продаж инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих, в том числе с использование специализированных программных продуктов |
| **ПК 3.6.** | Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий |
| **ПК 3.7.** | Осуществлять сопровождение базы данных инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий |

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

|  |  |
| --- | --- |
| Владеть навыками | поиска новых покупателей инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих и сбора информации о потребностях клиента; |
| ведения базы данных клиентов, учетной документации по базе клиентов, заключенным договорам на продажу и сопровождение инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих; |
| информирования клиентов о новых поставляемых инфокоммуникационных продуктах и (или) их составляющих, о текущих маркетинговых акциях, новых продуктах и специальных предложениях; |
| проведения мероприятий (конференций, семинаров, вебинаров) для существующих и потенциальных клиентов; |
| заключения договоров на продажу и сопровождение инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих; |
| развития взаимоотношений с клиентами для заключения новых договоров на продажу и сопровождение инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих; |
| подготовки коммерческих предложений с учетом установленных условий поставщиков, правил отгрузки в организации и особенностей клиента; |
| презентации инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих потенциальным клиентам; |
| согласования условий и подготовка контракта на продажу инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих; |
| подбора составляющих для инфокоммуникационной системы согласно техническому заданию; |
| формирования отгрузочных документов на проданные инфокоммуникационные продукты и (или) их составляющие; |
| подготовки необходимых финансовых документов (банковская гарантия, справки); |
| разработка описания предложения по продаже инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих; |
| проверки соответствия и комплектности проданных инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих заявленной спецификации; |
| контроль отгрузки (поставки) товаров по заключенным договорам по продажам инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих; |
| презентации клиентам инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих; |
| ведения деловой переписки и деловых переговоров с клиентами и партнерами по использованию инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих; |
| консультирования клиентов и партнеров по характеристикам новых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих, по условиям продажи и ценам, условиям лицензирования программного обеспечения, условиям оказания послепродажной технической поддержки; |
| приема и обработка входящих обращений от клиентов и партнеров; |
| заключения договоров с партнерами и клиентами по продаже и сопровождению инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих; |
| ведения договоров с партнерами и клиентами по продаже и сопровождению инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих; |
| ведения переговоров с поставщиками и производителями инфокоммуникационных систем и /или их составляющих; |
| информирования о поступлении продукции на склад, об отгрузке (поставке) товара; |
| выставления счетов, оформления актов, накладных и счетов-фактур; |
| поиска новых каналов сбыта инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих и организации их продаж в новых каналах; |
| сбора и анализа доступной информации о каналах продаж и типовых решениях по продаже у конкурентов; |
| ведение базы данных решений по продаже инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих. |
| Уметь | искать новых клиентов в рамках существующих каналов сбыта; |
| вести деловые переговоры и деловую переписку с потенциальными клиентами; |
| выявлять потребности клиента в процессе переговоров; |
| систематизировать информацию о клиентах; |
| использовать почтовые программы на профессиональном уровне; |
| применять систему управления взаимоотношениями с клиентами; |
| применять систему управления продажами для управления информацией о клиентах; |
| выявлять потребности и вести деловые переговоры с клиентами об их потребностях в инфокоммуникационных продуктах и (или) их составляющих; |
| сопровождать развитие системы управления взаимоотношениями с клиентами; |
| подготавливать материалы базы данных клиентов к обсуждению потребностей клиентов в инфокоммуникационных продуктах и (или) их составляющих; |
| составлять отчетность о потребностях клиентов в инфокоммуникационных системах и (или) их составляющих; |
| оформлять коммерческие предложения с использованием офисных программных приложений; |
| подготавливать и проводить презентации продаваемых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих для потенциальных клиентов; |
| вести деловые переговоры, учетную документацию по продажам инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих; |
| оформлять сопроводительные документы на продаваемые инфокоммуникационные документы и (или) их составляющие; |
| оформлять тендерную документацию; |
| составлять отчетность по продажам инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих, в том числе по конкурсным торгам, аукционам, запросам предложений от клиентов; |
| применять компьютерное и офисное оборудование для оформления документации; |
| применять системы управления взаимоотношениями с клиентами при подготовке консультаций по использованию и возможностям инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих; |
| искать и систематизировать информацию об условиях использования и возможностях продаваемых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих; |
| подготавливать и проводить презентации по использованию продаваемых инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих; |
| проводить демонстрации инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих; |
| сопоставлять отечественные и зарубежные инфокоммуникационные системы и (или) их составляющие; |
| анализировать предложения поставщиков инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих; |
| осуществлять поиск информации по клиентам и партнерам; |
| вести учетную документацию по продажам инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих; |
| искать новые каналы сбыта; |
| систематизировать информацию о каналах сбыта и о решениях по продаже; |
| вести конкурентную разведку в части, касающейся методов и каналов организации продаж. |
| Знать | модели продаж инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих; |
| методы и инструменты поиска информации; |
| правила работы с базами данных на уровне пользователя; |
| назначение и правила использования компьютерного и офисного оборудования; |
| инструкции по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов; |
| методы поиска информации о потенциальных потребностях в инфокоммуникационных системах и (или) их составляющих; |
| основные технические характеристики, преимущества и недостатки продукции мировых и российских производителей инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих; |
| правила подготовки и проведения презентации, в том числе с использованием информационных технологий; |
| назначение и правила использования компьютерных программ и баз данных для учета и управления в организации; |
| методы поиска информации об условиях использования и возможностях продаваемых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих; |
| технические характеристики и отличительные особенности продаваемых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих; |
| отечественных и зарубежных производителей инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих и направления (типы) выпускаемой ими продукции; |
| продукцию отечественных производителей, аналогичную продаваемым зарубежным инфокоммуникационным продуктам и (или) их составляющих; |
| законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией; |
| инструкции по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов; |
| этику конкурентной разведки в области продаж инфокоммуникационных систем; |
| принципы эффективной работы системы управления взаимоотношениями с клиентами; |
| модели продаж инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих. |

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

Всего часов - 204-504

в том числе в форме практической подготовки - 204-504

Из них на освоение МДК - 60-360

в том числе самостоятельная работа - \_\_\_\_\_\_

практики, в том числе учебная -36-36

производственная 108-108

Промежуточная аттестация

**2. Структура и содержание профессионального модуля**

**2.1. Структура профессионального модуля**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Коды профессиональных и общих компетенций | Наименования разделов профессионального модуля | Всего, час. | В т.ч. в форме практической. подготовки | Объем профессионального модуля, ак. час. | | | | | | |
| Обучение по МДК | | | | | Практики | |
| Всего | В том числе | | | |  | |
| Лабораторных. и практических. занятий | Курсовых работ (проектов) | Самостоятельная работа*[[12]](#footnote-12)* | Промежуточная аттестация | Учебная | Производственная |
| *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* | *9* | *10* | *11* |
| ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09. | Раздел 1. Технология продаж информационно-коммуникационных продуктов и технологий и координация работы с клиентами | 60-360 | 60-360 | 60-360 |  |  |  |  |  |  |
|  | Учебная практика | 36-36 | 36-36 |  |  |  |  |  | 36-36 |  |
|  | Производственная практика | 108-108 | 108-108 |  |  |  | | | | 108-108 |
|  | Промежуточная аттестация |  |  |  |  |  | | | |  |
|  | ***Всего:*** | ***204-504*** | ***204-504*** | ***60-288*** |  |  |  |  | ***36-36*** | ***108-108*** |

**2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)** | **Содержание учебного материала,**  **лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)** | **Объем, акад. ч / в том числе  в форме практической подготовки, акад. ч[[13]](#footnote-13)** | | **Коды ПК, ОК** |
| **1** | **2** | **3** | | **4** |
|  |  | **Обязат. часть ОП с учетом интенсификации 40%** | **Обязат. часть ОП** |  |
| **Раздел 1. Технология продаж информационно-коммуникационных продуктов и технологий и координация работы с клиентами** | | **60/60** | **360/360** |  |
| **МДК. 03.01 Технология продаж информационно-коммуникационных продуктов и технологий и координация работы с клиентами** | |  |  |  |
| **Тема 1.1**  **Инфокоммуникационные системы и их составляющие** | **Содержание** |  |  |  |
| 1.Введение: общие понятия о технологии продаж и классификации информационно-коммуникационных продуктов. | ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09. |
| 2.Технические характеристики и отличительные особенности продаваемых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих. |
| 3.Отечественные и зарубежные производители инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих и направления (типы) выпускаемой ими продукции. |
| 4.Продукция отечественных и зарубежных производителей, аналогичной продаваемым инфокоммуникационным продуктам и (или) их составляющим. |
| 5.Законодательство Российской Федерации в области лицензирования и поставки программного обеспечения, продажи компьютерного оборудования. |
| 6.Основные технические характеристики, преимущества и недостатки продукции мировых и российских производителей инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих. |
| 7.Подробные технические характеристики и отличительные особенности продаваемой продукции. |
| 8.Методы сопровождения баз данных. |
| 9.Специализированные компьютерные программы по управлению комплексными проектами. |
| 10.Основные участники инфокоммуникационного рынка. |
| 11.Назначение и правила использования компьютерного и офисного оборудования. |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 1.** Поиск и систематизация информации об условиях использования и возможностях продаваемых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих. |  |  | ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7 |
| **Практическое занятие 2.** Сопоставление отечественных и зарубежных инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих. |  |  | ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7 |
| **Практическое занятие 3.** Анализ предложения поставщиков инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих. |  |  | ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7 |
| **Практическое занятие 4.** Исследование комплектации инфокоммуникационных систем и их составляющих при продаже. |  |  | ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7 |
| **Тема 1.2.**  **Установление контактов и система взаимодействия с клиентами для обсуждения их потребностей в инфокоммуникационных продуктах и (или) их составляющих.** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Правила работы с системами управления взаимоотношениями с клиентами. | ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09. |
| **2.** Целевые сегменты рынка инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих. |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 5.** Формирование клиентской базы и работа с ней. |  |  | ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7 |
| **Практическое занятие 6.** Установление контактов с клиентами и сохранение лояльности. |  |  | ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7 |
| **Практическое занятие 7.** Составление рекомендаций по использованию инфокоммуникационных продуктов. |  |  | ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7 |
| **Практическое занятие 8.** Отработка методов завершения сделки. |  |  | ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7 |
| **Тема 1.3.**  **Особенности работы с клиентами по использованию и возможностям инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих.** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Модели продаж инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих. | ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09. |
| **2.** Принципы эффективной работы системы управления взаимоотношениями с клиентами. |
| **3.** Правила деловой переписки и делового общения. |
| **4.** Методы продаж современных инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих. |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 9.** Проведение деловых переговоров. |  |  | ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7 |
| **Практическое занятие 10.** Выявление потребностей клиентов в процессе переговоров. |  |  | ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7 |
| **Практическое занятие 11.** Анализ развития системы управления взаимоотношениями с клиентами |  |  | ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7 |
| **Тема 1.4.**  **Выполнять поиск новых каналов сбыта инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих и организовывать в них продажи, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Методы поиска информации об условиях использования и возможностях продаваемых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих. | ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09. |
| **2.** Методы и инструменты поиска информации. |
| **3.**Методы поиска информации о потенциальных потребностях в инфокоммуникационных системах и (или) их составляющих. |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 12.** Поиск информации о потенциальных проектах по продаже инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих. |  |  | ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7 |
| **Практическое занятие 13.** Поиск информации по клиентам и партнерам. |  |  | ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7 |
| **Тема 1.5**  **Осуществлять подготовку коммерческих предложений и проведение презентаций инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих потенциальным клиентам.** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Способы поиска информации о конкурсных торгах, аукционах, запросах от клиентов. | ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09. |
| **2.** Методы обоснования коммерческого предложения на продажу инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих. |
| **3.** Правила подготовки и проведения презентации, в том числе с использованием информационных технологий. |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 14.** Подготовка коммерческих предложений. |  |  | ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7 |
| **Практическое занятие 15.** Разработка и проведение презентаций инфокоммуникационных продуктов. |  |  | ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7 |
| **Тема 1.6**  **Организовывать поставки и сопровождение отгрузки инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих.** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Инструкции по подготовке отчетных материалов. | ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09. |
| **2.** Инструкции по обработке отчетных материалов. |
| **3.** Инструкции по хранению отчетных материалов. |
| **4**. Организация поставки инфокоммуникационных продуктов. |
| **5.** Сопровождение отгрузки инфокоммуникационных продуктов. |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 16.** Документальное сопровождение товарных партий, сопровождение отгрузки инфокоммуникационных продуктов. |  |  | ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7 |
| **Практическое занятие 17.** Оформление сопроводительных документов на продаваемые инфокоммуникационные документы и (или) их составляющие. |  |  | ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7 |
| **Тема 1.7**  **Осуществлять контроль всего цикла продаж инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих, в том числе с использование специализированных программных продуктов.** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Основы методов анализа и прогнозирования продаж. | ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 09. |
| **2.** Этика конкурентной разведки в области продаж инфокоммуникационных продуктов. |
| **3.** Правила участия в электронных закупках и работа на тендерных площадках. |
| **4.** Состава тендерной документации. |
| **5.** Эффективность рекламных мероприятий. |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 18.** Расчет эффективности рекламных мероприятий. |  |  | ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7 |
| **Практическое занятие 19.** Составление отчетности о потребностях клиентов в инфокоммуникационных системах и (или) их составляющих. |  |  | ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7 |
| **Практическое занятие 20.** Составление отчетности по продажам инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих, в том числе по конкурсным торгам, аукционам, запросам предложений от клиентов. |  |  | ПК 3.1.; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7 |
| **Учебная практика**  **Виды работ:**   1. Подготовка коммерческих предложений и презентаций инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих для потенциальных клиентов. | | **36** | **36** |  |
| **Производственная практика**  **Виды работ:**   1. Осуществление сопровождения базы данных инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий. 2. Установление и поддержание контактов с клиентами для обсуждения их потребностей в инфокоммуникационных продуктах и (или) их составляющих. 3. Осуществление подготовки коммерческих предложений и проведение презентаций инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих потенциальным клиентам. 4. Организация поставки и сопровождение отгрузки инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих. 5. Консультация клиентов по использованию и возможностям инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих. 6. Осуществление контроля всего цикла продаж инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих, в том числе с использованием специализированных программных продуктов. 7. Выполнение поиска новых каналов сбыта инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих и осуществление в них продажи, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий. | | **108** | **108** |  |
| **Промежуточная аттестация** | |  |  |  |
| **Всего** | | **204** | **504** |  |

**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

Кабинет«Автоматизация торгово-технологических процессов», «Эксплуатация торгово-технологического оборудования и охрана труда»,оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности*.*

Мастерская «Учебный магазин»*,* оснащенные в соответствии с п. 6.1.2.2 примерной образовательной программы по данной специальности*.*

Оснащенные базы практики в соответствии с п 6.1.2.4 примерной образовательной программы по специальности*.*

**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**

1. Гаврилов, Л. П.  Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 477 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12180-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494509>
2. Основы коммерческой деятельности: учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 506 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08159-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491497>
3. Рамендик, Д. М. Психология делового общения: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. М. Рамендик. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 207 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06312-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/490471

**3.2.2. Дополнительные источники**

1. Глухов В., Балашова Е. Г55 Экономика и менеджмент в инфокоммуникациях: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. — СПб.: Питер, 2012. — 272 с.: ил. ISBN 978-5-459-00967-5
2. Журавлев А. Е. Инфокоммуникационные системы. Аппаратное обеспечение: учебник для вузов / А. Е. Журавлев, А. В. Макшанов, А. В. Иванищев. — 2е изд., стер. — Санкт- Петербург: Лань, 2021. — 392 с.: ил. — Текст: непосредственный. ISBN 978­5­8114­8514­7
3. Управление продажами и взаимоотношением с клиентами / А.В. Кудинов, А.А. Мироненко, М., ООО «1С-Паблишинг», 2019 – 324 с.: ил. – (1С: Академия ERP)

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля | Критерии оценки | Методы оценки |
| ПК 3.1. Осуществлять сопровождение базы данных инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий. | Осуществляет работу с базами данных инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий;  - составляет алгоритм контроля комплектации инфокоммуникационных систем и /или их составляющих при продаже. | Устный/письменный опрос.  Тестирование.  Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.  Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий по установленным критериям.  Экспертная оценка контрольных / проверочных работ по установленным критериям.  Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по производственной практике.  Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно- практических конференциях.  Экспертная оценка создания и представления презентаций.  Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.  Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по производственной практике.  Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.  Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:  – на практических занятиях;  – при выполнении работ на различных этапах производственной практики;  – при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена / профессионального экзамена по оценочным средствам организаций работодателей, партнеров или профессионального сообщества. |
| ПК 3.2. Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров;  . | - находит данные о потенциальных клиентах;  - формирует электронную базу клиентов;  - разработал алгоритм установления контактов;  - составил рекомендации по использованию инфокоммуникационных продуктов;  - определяет методы завершения сделки. |
| ПК 3.3. Осуществлять подготовку коммерческих предложений и проведение презентаций инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих потенциальным клиентам. | - оформил коммерческое предложение;  - подготовил презентацию товара. |
| ПК 3.4. Организовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж | - правильно оформляет сопроводительные документы на продаваемые инфокоммуникационные документы и (или) их составляющие. |
| ПК 3.5. Консультировать клиентов по использованию и возможностям инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих. | - проводит деловые переговоры;  - в процессе переговоров выявляет потребности клиентов;  - анализирует процесс сопровождения клиентов;  - определяет направления развития системы управления взаимоотношениями с клиентами |
| ПК 3.6. Осуществлять контроль всего цикла продаж инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих, в том числе с использование специализированных программных продуктов. | - рассчитывает эффективность рекламных мероприятий;  - составляет отчетность о потребностях клиентов в инфокоммуникационных системах и (или) их составляющих;  - составляет отчетность по продажам инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих, в том числе по конкурсным торгам, аукционам, запросам предложений от клиентов |
| ПК 3.7. Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий. | - проводит поиск информации о потенциальных продажах инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих;  - проводит анализ потребительского спроса на инфокоммуникационные системы и (или) их составляющие  - определяет увеличение доли рынка по новым направлениям сбыта инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих |
| ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам. | * распознает, анализирует и выделяет составные части задачи и/или проблемы в профессиональном контексте; * определяет этапы решения задачи; * эффективно осуществляет поиск необходимой для решения проблемы информации, составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; * демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; * реализовывает составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) |
| ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности. | * определяет задачи для поиска информации и их необходимые источники и планирует процесс поиска; * структурирует и выделяет наиболее значимое в полученной информации; * оценивает практическую значимость результатов поиска и оформляет его результаты; * применяет средства информационных технологий, использует современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач. |
| ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде. | * эффективно взаимодействует с преподавателями, обучающимися в ходе профессиональной деятельности. |
| ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста. | * грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявляя толерантность в рабочем коллективе |
| ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках. | * понимает общий смысл четко произнесенных высказываний и текстов на профессиональные темы; * участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; * строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; * пишет простые связные сообщения на интересующие профессиональные темы. |

**Приложение 2.7**

**к ПОП-П по** **специальности**

**38.02.08 Торговое дело**

**ПРИМЕРНАЯ РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**«ПМ.03** **Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору)»**

**2023 г.**

**СОДЕРЖАНИЕ**

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

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**«ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга (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 интернет-маркетинга   
(по выбору)» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

|  |  |
| --- | --- |
| Код | Наименование общих компетенций |
| **ОК 01** | Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам |
| **ОК 02** | Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности |
| **ОК 04** | Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде |
| **ОК 05** | Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста |
| **ОК 08** | Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности |
| **ОК 09** | Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках |

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

|  |  |
| --- | --- |
| Код | Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций |
| **ВД 3** | Определять готовность веб-сайта к продвижению |
| **ПК 3.1** | Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно- телекоммуникационной сети «Интернет |
| **ПК 3.2** | Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки |
| **ПК 3.3** | Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество |
| **ПК 3.4** | Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика |
| **ПК 3.5** | Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» |
| **ПК 3.6** | Определять готовность веб-сайта к продвижению |

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

|  |  |
| --- | --- |
| Владеть навыками | проведения технического анализа аудируемого веб-сайта; |
| проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта; |
| проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта; |
| анализа поисковой выдачи; |
| анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи; |
| анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет"; |
| определения стратегии поискового продвижения; |
| оформления заявочных и платежных документов участников торгово-промышленной выставки; |
| проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении; |
| анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем; |
| определения стратегии продвижения в социальных сетях; |
| размещения текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; |
| размещения медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; |
| разработки лендинга; |
| анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы; |
| анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании; |
| составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории. |
| Уметь | выявлять технические ошибки в работе веб-сайта; |
| документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта; |
| формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити); |
| выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов; |
| выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины; |
| использовать инструменты для проведения технического аудита; |
| определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче; |
| составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи; |
| актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет"; |
| анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины; |
| составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; |
| анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта; |
| анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию; |
| определять маркетинговые стратегии; |
| составлять smm-стратегии; |
| составлять контент-планы; |
| создавать стратегии продвижения; |
| сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов; |
| разрабатывать уникальные торговые предложения; |
| разрабатывать рекламные модули; |
| создавать стратегии продвижения; |
| сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов; |
| оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки; |
| обосновывать выбор целевой аудитории; |
| создавать тексты и рекламные слоганы; |
| создавать тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций; |
| различать виды текстов; |
| рассчитывать бюджет на создание лендинга; |
| писать техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций; |
| определять СТА для лендингов; |
| работать с бесплатными сервисами создания лендингов; |
| создавать уникальное торговое предложение для определенных задач, работать с сервисами рассылок; |
| составлять информационно-аналитические справки; |
| оформлять отчетные документы. |
| Знать | основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов; |
| основы веб-технологии; |
| основы веб-дизайна; |
| основы компьютерной грамотности; |
| методы обработки текстовой информации; |
| правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов; |
| основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита; |
| правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации; |
| основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; |
| способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта; |
| особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов; |
| особенности функционирования современных поисковых машин; |
| правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта; |
| внутренние ошибки веб-сайта, влияющие на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок; |
| особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов; |
| правила составления и критерии качества списка ключевых слов и словосочетаний; |
| стандарты делового общения в письменной и устной форме; |
| особенности функционирования современных поисковых машин; |
| правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта; |
| правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы); |
| методы обработки текстовой и графической информации; |
| основы копирайтинга и веб-райтинга; |
| основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна; |
| правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов; |
| правила оформления заявочных и платежных документов участников торгово-промышленной выставки; |
| перечень (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «интернет»; |
| особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа; |
| основы разработки и поддержки сайтов/лендингов; |
| основы гипертекстовой разметки; |
| стандарты верстки веб-сайтов; |
| принципиальные отличия лендингов от сайтов; |
| сервисы для автоматизации рассылок; |
| методы обработки текстовой информации и графической информации. |

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

Всего часов - 204-504

в том числе в форме практической подготовки - 204-504

Из них на освоение МДК - 60-360

в том числе самостоятельная работа - \_\_\_\_\_\_\_\_\_

практики, в том числе учебная – 36-36

производственная - 108-108

Промежуточная аттестация

**2. Структура и содержание профессионального модуля**

**2.1. Структура профессионального модуля**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Коды профессиональных и общих компетенций | Наименования разделов профессионального модуля | Всего, час. | В т.ч. в форме практической. подготовки | Объем профессионального модуля, ак. час. | | | | | | | |
| Обучение по МДК | | | | | Практики | | |
| Всего | В том числе | | | |
| Лабораторных. и практических. занятий | Курсовых работ (проектов) | Самостоятельная работа*[[14]](#footnote-14)* | Промежуточная аттестация | Учебная | | Производственная |
| *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* | *9* | *10* | | *11* |
| ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02,  ОК 04, ОК 05,  ОК 08, ОК 09 | Раздел 1. Технология интернет-маркетинга | 60-360 | 60-360 | 60-360 |  |  |  |  |  | |  |
|  | Учебная практика | 36-36 | 36-36 |  |  |  |  |  |  | |  |
|  | Производственная практика | 108-108 | 108-108 |  |  |  |  |  | 36-36 | | 108-108 |
|  | Промежуточная аттестация |  |  |  |  |  | | | | |  |
|  | ***Всего:*** | **204-504** | **204-504** | **60-360** |  |  |  |  | | **36-36** | **108-108** |

**2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)** | **Содержание учебного материала,**  **лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)** | **Объем, акад. ч / в том числе  в форме практической подготовки, акад. ч[[15]](#footnote-15)** | | **Коды ПК, ОК** |
| **1** | **2** | **3** | | **4** |
|  |  | **Обязат. часть ОП с учетом интенсификации 40%** | **Обязат. часть ОП** |  |
| **Раздел 1. Технология интернет-маркетинга** | | **60/60** | **360/360** |  |
| **МДК.03.01 Технология интернет-маркетинга** | | **60/60** | **360/360** |  |
| **Тема 1.1.**  **Основы маркетинга** | **Содержание** |  |  |  |
| 1. Процесс управления маркетингом. (сегментирование рынка, позиционирование товара на рынке, организация службы маркетинга) 2. Маркетинговая среда (Основные факторы микросреды функционирования фирмы. Основные факторы макросреды функционирования фирмы.) 3. Жизненный цикл товаров 4. Продвижение товаров | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09 |
| **Тема 1.2.**  **Определение и характеристики интернет-маркетинга** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Цели и задачи интернет-маркетинга. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу. | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09 |
| **2**. Основные клиенты интернет-маркетинга. Преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей |
| **3.** Маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы и информационные системы |
| **Тема 1.3.**  **Инновации в маркетинге** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Сервисные программы для оценки потребительской ценности. Программы лояльности | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09 |
| **2.** Новые решения для рекламы: Digital Signage, Indoor TV. Информационные системы управления опытом потребителей |
| **В том числе практических занятий** |  |  |  |
| **Практическое занятие 1.** Разработка форм опроса для сайта произвольной компании с целью определения отношения клиентов к ее товарам (услугам) с использованием цифровых технологий и электронной почты клиента |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6 |
| **Практическое занятие 2.** Формирование отчета по поиску числа посетителей сайта, используя возможности маркетинговой программы (SerpParser или аналогичной): составьте отчет по поиску числа посетителей сайта предприятия по месяцам и дням, в том числе из разных поисковых систем. |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6 |
| **Тема 1.4**  **Целевая аудитория проекта в интернет-маркетинге** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Понятие «целевая аудитория», виды целевой аудитории и способы ее анализа. | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09 |
| **2.** Определение, сегментация и составление портрета целевой аудитории проекта. |
| **В том числе практических занятий** |  |  |  |
| **Практическое занятие 3.** Определение целевой аудитории: выделить сегменты целевой аудитории, составить описание каждого сегмента с учетом следующих характеристик: фото типичного представителя, пол, возраст, география проживания, семейное положение, образование, доход, профессиональная деятельность, интересы, стиль жизни |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6 |
| **Тема 1.5.**  **Анализ готовности веб-сайта к продвижению** | **Содержание** |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09 |
| **1.** Исследование основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, веб-технологии, веб-дизайна, компьютерной грамотности |
| **2.** Методы обработки текстовой информации, правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов, основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита |
| **3.** Правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации. Основ оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин. Способов корректировки внутренних ошибок веб-сайта |
| **В том числе практических занятий** |  |  |  |
| **Практическое занятие 4.** Выявление технических ошибок в работе веб-сайта и их документирование |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6 |
| **Практическое занятие 5.** Разработка предложений по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити) |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6 |
| **Практическое занятие 6.** Выявление и анализ технических преимуществ веб-сайтов конкурентов |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6 |
| **Практическое занятие 7.** Исследование особенностей эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющих на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6 |
| **Практическое занятие 8.** Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6 |
| **Тема 1.6.**  **Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Анализ внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок, особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов. | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09 |
| **2.** Организация правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний, стандартов делового общения в письменной и устной форме, особенностей функционирования современных поисковых машин |
| **3.** Анализ правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта, правил формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы), методов обработки текстовой и графической информации основ копирайтинга и веб-райтинга. |
| **В том числе практических занятий** |  |  |  |
| **Практическое занятие 9.** Анализ практических ситуаций на определение факторов, влияющих на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче. Составление списка ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи. |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6 |
| **Практическое занятие 10.** Анализ практических ситуаций на актуализацию информации о поведении пользователей веб-сайтов и заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», анализ собранной информации и принятие решения о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины. |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6 |
| **Практическое занятие 11.** Анализ практических ситуаций по составлению списка ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6 |
| **Практическое занятие 12.** Анализ релевантности составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта, анализ списка ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6 |
| **Практическое занятие 13.**  Создание информационных материалов методического характера |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6 |
| **Практическое занятие 14.** Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6 |
| **Практическое занятие 15.** Анализ конкурентов. Анализ результатов поиска не менее 5 аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, и составление аналитической справки, в которой проведен анализ проектов (конкурентов) не менее чем по 5 критериям. |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6 |
| **Практическое занятие 16.** Составление таблицы сравнительного анализа аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, проведение анализа проектов. |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6 |
| **Практическое занятие 17.** Выявление страниц и (или) аккаунтов проектов (конкурентов) с проведением сравнительного анализа |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6 |
| **Тема 1.7.**  **Разработка стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализация в сети «Интернет»** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Понятие «стратегия продвижения». Виды и закономерности стратегии продвижения. Концепция продвижения, цели и задачи продвижения. Целевая аудитория, модели поведения аудитории и методы влияния на нее | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09 |
| **2.** Понятие «социальная сеть», общие принципы работы виртуальных социальных сетей. SMM-стратегия, методы измерения эффективности, методы создания контента. Стратегия продаж через «блогосферу» |
| **3.** Понятие и значение контент-плана в интернет-маркетинге. Виды контент-планов. Содержание контент-плана |
| **В том числе практических занятий** |  |  |  |
| **Практическое занятие 18**. Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6 |
| **Практическое занятие 19.** Составление рубрикатора с предоставлением не менее трех тем для каждой рубрики, определение форматов постов и описания требований к ним |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6 |
| **Практическое занятие 20.** Разработка примеров для ведения аккаунтов / сообществ в социальных сетях, в том числе стиль текста, дизайн и оформление |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6 |
| **Практическое занятие 21.** Разработка и анализ контент-плана для коммерческого предприятия |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6 |
| **Тема 1.8**  **Организация и проведение рекламных кампании в социальных медиа, для привлечения пользователей в интернет-сообщество** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Изучение перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «Интернет» | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09 |
| **2**. Особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа |
| **3.** Анализ рекламных модулей, уникальных торговых предложений, рассылок |
| **В том числе практических занятий** |  |  |  |
| **Практическое занятие 22.** Разработка уникальных торговых предложений. |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6 |
| **Практическое занятие 23.** Разработкарекламных модулей. |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6 |
| **Практическое занятие 24.** Разработка стратегии продвижения товара. |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6 |
| **Практическое занятие 25.** Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6 |
| **Тема 1.9.**  **Создание лендинга** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Понятие «landing page», классификация, этапы проектирования, структура. | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 08, ОК 09 |
| **2.** Конструкторы для создания «landing page». |
| **В том числе практических занятий** |  |  |  |
| **Практическое занятие 26.** Разработка лендинга для коммерческого предприятия |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6 |
| **Практическое занятие 24.** Тестирование, внедрение и защита лендинга в сети «Интернет» |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6 |
| **Учебная практика**  **Виды работ**   1. Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта. 2. Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта. 3. Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта. 4. Анализ поисковой выдачи. 5. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи. 6. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | | **36** | **36** |  |
| **Производственная практика**  **Виды работ**   1. Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта. 2. Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта. 3. Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта. 4. Анализ поисковой выдачи. 5. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи. 6. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» 7. Определение стратегии поискового продвижения. 8. Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении. 9. Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем. 10. Определение стратегии продвижения в социальных сетях. 11. Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». 12. Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». 13. Разработка лендинга. 14. Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы. 15. Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании.   Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории. | | **108** | **108** |  |
| **Промежуточная атестация** | |  |  |  |
| **Всего** | | **204** | **504** |  |

**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

Лаборатория«Предпринимательства и интернет – маркетинга»*,* оснащенная   
в соответствии с п. 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п. 6.1.2.4 примерной образовательной программы по специальности.

**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**

1. 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).
2. 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>
3. PR в сфере коммерции: учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. И. М. Синяевой. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. — 298 с. — (Среднее профессиональное образование). — ISBN 978-5-9558-0614-3. — Текст: электронный. — URL: https://znanium.com/catalog/product/1018359 (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

**3.2.2. Дополнительные источники**

1. Ашманов, И. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах / И. Ашманов. СПб.: Питер, 2021.
2. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе / Л. П. Гаврилов. – М. : Юрайт, 2021.
3. Гаврилов, Л. П. Основы электронной коммерции и бизнеса / Л. П. Гаврилов. – М. : Юрайт, 2021.

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля | Критерии оценки | Методы оценки |
| ПК 3.1. Определять готовность веб-сайта к продвижению | выявляет технические ошибки в работе веб-сайта;  документирует выявленные ошибки в работе веб-сайта;  формулирует предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);  выявляет технические преимущества веб-сайтов конкурентов;  выявляет особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины;  использует инструменты для проведения технического аудита | Устный / письменный опрос.  Тестирование.  Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.  Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.  Экспертная оценка контрольных / проверочных работ.  Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.  Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно- практических конференциях.  Экспертная оценка создания и представления презентаций.  Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.  Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.  Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.  Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:  – на практических занятиях  – при выполнении работ на различных этапах учебной практики;  – при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества. |
| ПК 3.2. Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | определяет факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче;  составляет список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;  актуализирует информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;  анализирует собранную информацию и принимает решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины;  составляет список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;  анализирует релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта;  анализирует список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию |
| ПК.3.3. Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки | определяет маркетинговые стратегии;  составляет SMM-стратегии;  составляет контент-планы;  создает стратегии продвижения;  проводит сегментацию целевой аудитории для разных задач и продуктов |
| ПК 3.4. Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество; | разрабатывает уникальные торговые предложения;  разрабатывает рекламные модули;  создает стратегии продвижения;  сегментирует целевую аудиторию для разных задач и продуктов;  обосновывает выбор целевой аудитории;  создает тексты и рекламные слоганы |
| ПК 3.5. Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика | создает тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций;  различает виды текстов;  рассчитывает бюджет на создание лендинга;  составляет техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций;  определяет СТА для лендингов;  работает с бесплатными сервисами создания лендингов;  создает уникальное торгвое предложение для определенных задач;  работает с сервисами рассылок. |
| ПК 3.6. Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» | составляет информационно-аналитические справки;  оформляет отчетные документы. |
| ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам | распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;  выделяет составные части и определяет этапы решения задачи;  выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы;  составляет план действия и определяет необходимые ресурсы;  демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;  реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) |
| ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности | определяет задачи для поиска информации, необходимые источники и планирует процесс поиска;  структурирует получаемую информацию, выделяет наиболее значимое в перечне информации и оценивает практическую значимость результатов поиска;  оформляет результаты поиска, применяя средства информационных технологий для решения профессиональных задач; используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач. |
| ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде | демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды;  в ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ |
| ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста | грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствие с установленными правилами,  демонстрирует толерантность в рабочем коллективе |
| ОК 08 Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности | применяет рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности;  пользуется средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной профессии (специальности) |
| ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках | понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на базовые профессиональные темы;  участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;  строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;  кратко обосновывает и объясняет свои действия;  пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы. |

**Приложение 2.8**

**к ПОП-П по** **специальности**

**38.02.08Торговое дело**

**ПРИМЕРНАЯ РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**«ПМ.03 Организация и осуществление выставочной деятельности (по выбору)»**

**2023 г.**

**СОДЕРЖАНИЕ**

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

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**«ПМ.03 Организация и осуществление выставочной деятельности (по выбору)»**

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

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности «Организация и осуществление выставочной деятельности   
(по выбору)» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1. Перечень общих компетенций

|  |  |
| --- | --- |
| Код | Наименование общих компетенций |
| **ОК 01** | Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам |
| **ОК 02** | Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности |
| **ОК 04** | Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде |
| **ОК 05** | Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста |
| **ОК 08** | Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности |
| **ОК 09** | Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках |

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

|  |  |
| --- | --- |
| Код | Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций |
| **ВД 3** | Организация и осуществление выставочной деятельности (по выбору) |
| **ПК 3.1** | Осуществлять формирование, ведение клиентской базы, а также мероприятий деловой и дополнительной программы выставок и их актуализацию, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий |
| **ПК 3.2** | Оформлять маркетинговые материалы о торгово-промышленных выставках |
| **ПК 3.3** | Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки |
| **ПК 3.4** | Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество |
| **ПК 3.5** | Организовывать проведение торгово-промышленной выставки в соответствии с заявленной программой и соглашениями с соблюдением требований нормативных правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения |
| **ПК 3.6** | Осуществлять контроль исполнения клиентами обязательств по оплате участия в торгово-промышленной выставке |
| **ПК 3.7** | Консультировать участников торгово-промышленной выставки по вопросам оптимальной организации их участия |

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

|  |  |
| --- | --- |
| Владеть навыками | поиска контактных данных новых потенциальных участников торгово-промышленных выставок и их внесения в клиентскую базу; |
| осуществления выборки по базе данных потенциальных участников для осуществления работы по привлечению участников торгово-промышленных выставок; |
| осуществления переговоров об участии в торгово-промышленной выставке; |
| составления информационных писем и приглашений к участию в торгово-промышленной выставке для различных групп потенциальных участников; |
| составление и проведения презентаций торгово-промышленной выставки для потенциальных участников с целью их привлечения к участию; |
| предоставления (потенциальным) участникам пакета информации о торгово-промышленной выставке в соответствии с их интересами и запросами; |
| оформления необходимой заявочной документации для регистрации организации в качестве участника торгово-промышленной выставки, в том числе от каждого заявившегося участника; |
| сбора необходимой заявочной документации для регистрации организации в качестве участника торгово-промышленной выставки; |
| информирования руководства об участии в торгово-промышленной выставке ключевых фигур и организаций отраслей торгово-промышленной выставки в целях возможности использования этой информации для реализации маркетингового плана торгово-промышленной выставки; |
| информирования руководства о соглашениях с участниками торгово-промышленной выставки, об их участии в общих маркетинговых мероприятиях для своевременного включения в маркетинговые материалы торгово-промышленной выставки; |
| подготовки текстов пресс-релизов, пост-релизов, новостей для размещения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и деловых изданиях; |
| предоставления актуальных данных о ходе реализации проекта торгово-промышленной выставки для включения в маркетинговые материалы торгово-промышленной выставки; |
| подготовки форм заявочной документации до начала работы над проектом торгово-промышленной выставки; |
| внесения при необходимости изменений в оформленные заявочные документы по просьбе участника торгово-промышленной выставки и по согласованию с ним; |
| оформления документов на оплату участником торгово-промышленной выставки заказанных услуг, а также документов, подтверждающих факт оказания выставочных услуг в соответствии с заявочной документацией; |
| подготовки для руководства периодических отчетов о ходе подготовки торгово-промышленной выставки для принятия решений в сфере оптимизации управления проектом торгово-промышленной выставки и итогового отчета после проведения торгово-промышленной выставки; |
| контроля выполнения застройки выставочных стендов во время монтажа в соответствии с утвержденным планом экспозиции; |
| организации исполнения обустройства выставочных стендов в соответствии с договорами на участие в торгово-промышленной выставке; |
| организации допуска и работы на выставочной площадке организаций, отвечающих за застройку и оформление экспозиции, поставщиков оборудования для работы выставки, в том числе для обеспечения индивидуальной застройки экспонентов, в ходе монтажа и демонтажа торгово-промышленной выставки; |
| обеспечения работы залов и площадок для проведения деловых и дополнительных мероприятий торгово-промышленной выставки в соответствии с утвержденными графиками и требованиями; |
| контроля выполнения программы дополнительных мероприятий торгово-промышленной выставки в соответствии с утвержденным графиком; |
| решения оперативных вопросов, возникающих в ходе проведения торгово-промышленной выставки; |
| контроля выполнения условий договоров с подрядчиками торгово-промышленной выставки; |
| информирования участников торгово-промышленных выставок о требованиях нормативных правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения при организации участия в конкретной торгово-промышленной выставке; |
| контроля соблюдения требований нормативных правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения участниками, партнерами, спонсорами, посетителями, подрядчиками торгово-промышленной выставки в ходе ее проведения; |
| инструктирования дополнительного персонала, работающего на торгово-промышленной выставке, о требованиях нормативных правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения; |
| сопровождения контролирующих органов во время их визита на выставочную площадку для проверки выполнения требований нормативных правовых актов в целях своевременного предоставления необходимой информации и организации устранения выявленных нарушений; |
| обеспечения своевременного оформления и предоставления участникам торгово-промышленной выставки документов на оплату их участия; |
| контроля осуществления оплаты в соответствии с условиями договора; |
| согласования с руководством возможностей изменения условий оплаты по просьбе участника торгово-промышленной выставки; |
| предоставления скидок и специальных условий в соответствии с политикой конкретной торгово-промышленной выставки и организации- профессионального организатора торгово-промышленных выставок в целом; |
| изучения информационных материалов по эффективному участию в торгово-промышленной выставке или подготовка таких материалов; |
| подготовки комплекта информационных материалов по эффективному участию в торгово-промышленной выставке для предоставления участникам торгово-промышленных выставок по их запросу; |
| проведения консультаций по запросу участников торгово-промышленной выставки; |
| формирования комплекта информационных материалов по эффективному участию в торгово-промышленной выставке для размещения на сайте торгово-промышленной выставки или выставочной организации для быстрого доступа участников торгово-промышленной выставки. |
| Уметь | классифицировать потенциальных участников торгово-промышленной выставки по возможной заинтересованности в участии в торгово-промышленной выставке; |
| работать с деловыми электронными и интернет-справочниками; |
| определять источники информации о потенциальных участниках торгово-промышленных выставок; |
| работать в основных программах офисных программных пакетов, программных продуктах по управлению клиентскими базами, управлению организацией; |
| осуществлять первичные звонки для определения контактных лиц конкретной организации - потенциального участника торгово-промышленной выставки; |
| создавать мультимедиа-презентации с помощью распространенных программных продуктов; |
| проводить публичные выступления и презентации; |
| осуществлять коммуникации с разными типами клиентов, определять запросы потенциального клиента, работать с возражениями; |
| разрабатывать тексты рекламных и информационных сообщений; |
| определять значение факторов и событий внешней среды для проекта торгово-промышленной выставки; |
| определять набор заявочных документов, которые необходимо оформить с конкретным участником в зависимости от набора заказанных им выставочных услуг и формы участия в торгово-промышленной выставке; |
| организовывать систематизированное хранение бумажных и электронных документов; |
| систематизировать и анализировать первичную информацию о реализации проекта торгово-промышленной выставки; |
| работать в основных программах офисных программных пакетов; |
| формировать детальный план проведения торгово-промышленной выставки и контролировать ход его выполнения; |
| быстро принимать решения в случае отклонений от разработанного детального плана; |
| определять количество и квалификацию необходимого дополнительного персонала для работы на площадке во время проведения торгово-промышленной выставки; |
| распределять задачи для персонала и контролировать их выполнение; |
| работать в специализированных программах в сфере бухгалтерии, финансов, управления организацией; |
| вести переговоры по финансовым вопросам по обеспечению своевременной оплаты; |
| осуществлять коммуникации с помощью современных средств связи (видеоконференции, скайп, вебинары); |
| разрабатывать и готовить информационные материалы методического характера. |
| Знать | методы и инструменты работы с базами данных; |
| методы работы с первичными и вторичными источниками маркетинговой информации; |
| методы эффективных публичных выступлений и презентаций; |
| современные инструменты и способы подготовки электронных бизнес-презентаций; |
| инструменты эффективного осуществления продаж; |
| технологии организации эффективного участия в выставке; |
| тенденции развития отраслей экономики, имеющие отношение к организуемой торгово-промышленной выставке, и ключевых игроков этих отраслей; |
| методы разработки рекламных и информационных текстов; |
| основы документооборота, в т.ч. электронного документооборота; |
| методы и инструменты формализации данных; |
| современные тенденции в сфере организации коммуникаций на выставке, оформления выставочных стендов, выставочного оборудования; |
| историю выставочного дела и индустрии встреч; |
| основы выставочного менеджмента и менеджмента в сфере индустрии встреч; |
| методы ведения переговоров, урегулирования споров, работы с возражениями; |
| нормативные правовые акты в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения применительно к организации выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок (в стране проведения выставки); |
| требования охраны труда при работе на выставочной площадке. |

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

Всего часов - 204-504,

в том числе в форме практической подготовки – 204-504

Из них на освоение МДК – 60-360

в том числе самостоятельная работа - \_\_\_\_

практики, в том числе учебная - 36-36

производственная - 108-108

Промежуточная аттестация *.*

**2. Структура и содержание профессионального модуля**

**2.1. Структура профессионального модуля**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Коды профессиональных и общих компетенций | Наименования разделов профессионального модуля | Всего, час. | В т.ч. в форме практической. подготовки | Объем профессионального модуля, ак. час. | | | | | | |
| Обучение по МДК | | | | | Практики | |
| Всего | В том числе | | | |
| Лабораторных. и практических. занятий | Курсовых работ (проектов) | Самостоятельная работа*[[16]](#footnote-16)* | Промежуточная аттестация | Учебная | Производственная |
| *1* | *2* | *3* | *4* | *5* | *6* | *7* | *8* | *9* | *10* | *11* |
| ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7.  ОК 01, ОК 02,  ОК 04, ОК 05,  ОК 08, ОК 09 | Раздел 1. Технология выставочной деятельности | 60-360 | 60-360 | 60-360 |  |  |  |  |  |  |
|  | Учебная практика | 36-36 | 36-36 |  |  |  |  |  | 36-36 |  |
|  | Производственная практика | 108-108 | 108-108 |  |  |  | | | | 108-108 |
|  | Промежуточная аттестация |  |  |  |  |  | | | |  |
|  | ***Всего:*** | **204-504** | **204-504** | **60-360** |  |  |  |  | **36-36** | **108-108** |

**2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)** | **Содержание учебного материала,**  **лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся, курсовая работа (проект)** | **Объем, акад. ч / в том числе  в форме практической подготовки, акад. ч[[17]](#footnote-17)** | | **Коды ПК, ОК** |
| **1** | **2** | **3** | | **4** |
|  |  | **Обязат. часть ОП с учетом интенсификации 40%** | **Обязат. часть ОП** |  |
| **Раздел 1. Технология выставочной деятельности** | | **60/60** | **360/360** |  |
| **МДК. 03.01 Технология выставочной деятельности** | | **60/60** | **360/360** |  |
| **Тема 1.1.**  **Характеристика выставочно-ярмарочной деятельности** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Общие понятия. Исторические аспекты и современные тенденции развития выставочного движения. | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7.  ОК 01, ОК 02,  ОК 04, ОК 05,  ОК 08, ОК 09 |
| **2.** Перспективы развития выставочно-ярмарочной деятельности. |
| **3.** Классификация выставочно-ярмарочных мероприятия, выставок и ярмарок по отраслям экономики и их специализация. Тенденции развития отраслей экономики, имеющие отношение к организуемой торгово-промышленной выставке, и ключевых игроков этих отраслей |
| **Тема 1.2**  **Нормативно-правовая база выставочно-ярмарочной деятельности** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Нормативные правовые акты, регулирующие организацию выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок (в стране проведения выставки), в том числе в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7.  ОК 01, ОК 02,  ОК 04, ОК 05,  ОК 08, ОК 09 |
| **2**. Требования охраны труда при работе на выставочной площадке |
| **В том числе практических занятий** |  |  |  |
| **Практическое занятие 1–2.** Подготовка информационных материалов о технических и экологических характеристиках используемого на выставке оборудования для проверки контролирующими органами |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7. |
| **Тема 1.3.**  **Управление выставочной деятельностью с использованием информационных технологий** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Использование искусственного интеллекта в управлении выставочной деятельностью. IT-технологии в решении маркетинговых задач. | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7.  ОК 01, ОК 02,  ОК 04, ОК 05,  ОК 08, ОК 09 |
| **2.** Интернет-сопровождение выставок. Виртуальные выставки и управление сайтом выставочного проекта. Использование социальных сетей для продвижения Применение IT-технологий при регистрации посетителей и посетителей-специалистов. Информационное сопровождение и координация выставочно-ярмарочной деятельности. |
| **3.** Виртуальные туры по выставкам в формате 3D. |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 3–4.** Работа с деловыми электронными и интернет-справочниками и поиск источников информации о потенциальных участниках торгово-промышленных выставок. |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7. |
| **Практическое занятие 5.** Разработка алгоритма установления контактов с применением технологии «холодных звонков» для определения контактных лиц конкретной организации - потенциального участника торгово-промышленной выставки. |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7. |
| **Практическое занятие 6** Составление классификации потенциальных участников торгово-промышленной выставки по возможной заинтересованности в участии в торгово-промышленной выставке. |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7. |
| **Практическое занятие 7** Исследование факторов и событий внешней среды и их значение для проекта торгово-промышленной выставки. |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7. |
| **Тема 1.4.**  **Технологии подготовки и проведения выставки** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Технология подготовки выставки: создание оргкомитета, рабочих групп и дирекции выставки, организация приемки выставки | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7.  ОК 01, ОК 02,  ОК 04, ОК 05,  ОК 08, ОК 09 |
| **2.** Организация работы выставки и ее закрытие: церемония открытия, организация потоков посетителей, проведение деловых встреч и переговоров, изучение мнений участников о выставке |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 8–9.** Разработка плана проведения торгово-промышленной выставки и контроля над ходом его выполнения Документационное обеспечение выставочной деятельности |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7. |
| **Практическое занятие 10–11.** Составление финансового плана и бюджета выставки |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7. |
| **Практическое занятие 12–13.** Разработка форм заявок, условий участия и договоров для оформления с конкретным участником в зависимости от набора заказанных им выставочных услуг и формы участия в торгово-промышленной выставке |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7. |
| **Практическое занятие 14–15.** Подготовка и проведение переговоров по финансовым вопросам по обеспечению своевременной оплаты с помощью современных средств связи (видеоконференции, скайп, вебинары) |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7. |
| **Практическое занятие 16–17.**  Создание информационных материалов методического характера |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7. |
| **Тема 1.5**  **Технологии организации участия предприятия в выставках и ярмарках** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Технологии подготовки к участию в выставке: основные направления работ по организации участия в выставке, выбор выставки и подготовка принятия решения об участии | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7.  ОК 01, ОК 02,  ОК 04, ОК 05,  ОК 08, ОК 09 |
| **2.** Организация работ на выставке. Планирование действий персонала на выставке |
| **3.** Организация работ в после выставочный период. Анализ и оценка результатов участия в выставке |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 18–19**. Систематизация и анализ первичной информации о реализации проекта торгово-промышленной выставки с использованием программных продуктов |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7. |
| **Практическое занятие 20.** Подбор необходимого дополнительного персонала для работы на площадке во время проведения торгово-промышленной выставки |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7. |
| **Практическое занятие 21–22.** Подбор инструкций и ознакомление с ними персонала выставки, контроль их выполнения. |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7. |
| **Тема 1.6**  **Организация коммуникаций на выставке, оформления выставочных стендов, выставочного оборудования** | **Содержание** |  |  |  |
| **1.** Рекламные технологии в выставочной деятельности. Методы разработки рекламных и информационных текстов. | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7.  ОК 01, ОК 02,  ОК 04, ОК 05,  ОК 08, ОК 09 |
| **2.** Инструменты эффективного осуществления продаж. |
| **3.** Современные инструменты и способы подготовки электронных бизнес-презентаций. |
| **4.** Методы эффективных публичных выступлений и презентаций |
| **5.** Оформление выставочных стендов, выставочного оборудования |
| **6.** Типы посетителей коммерческих выставок и стратегия работы с ними. Техника эффективных устных коммуникаций |
| **7.** Техника эффективных устных коммуникаций |
| **8.** Учет продаж, контроль результатов, координация усилий |
| **В том числе практических занятий и лабораторных работ** |  |  |  |
| **Практическое занятие 23–24.** Разработка текстов рекламных и информационных сообщений |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7. |
| **Практическое занятие 25–26.** Подготовка мультимедиа-презентации с помощью распространенных программных продуктов |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7. |
| **Практическое занятие 27–28**. Публичное выступление и презентация о тематике и условий проведения коммерческой выставки. |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7. |
| **Практическое занятие 29–30**. Разработка алгоритма коммуникации с разными типами клиентов, определения их запросов и работа с возражениями. |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7. |
| **Практическое занятие 31–32.** Оценка результатов проведения выставки и эффективности проведенных мероприятий. |  |  | ПК 3.1, ПК 3.2, ПК 3.3, ПК 3.4, ПК 3.5, ПК 3.6, ПК 3.7. |
| **Учебная практика**  **Виды работ**   1. Формирование, ведение и актуализация клиентской базы, в том числе с использованием системы электронного документооборота, программных продуктов для анализа данных, управления проектами и принятия решений. 2. Подготовки форм заявочной документации. Ведение документооборота торгово-промышленной выставки. | | **36** | **36** |  |
| **Производственная практика**  **Виды работ**   1. Формирование, ведение и актуализация клиентской базы, в том числе с использованием системы электронного документооборота, программных продуктов для анализа данных, управления проектами и принятия решений. 2. Привлечение участников торгово-промышленных выставок. Подготовка маркетинговых материалов о торгово-промышленных выставках. Осуществления переговоров об участии в торгово-промышленной выставке. 3. Подготовки форм заявочной документации. Ведение документооборота торгово-промышленной выставки. 4. Формирование аналитических отчетов о ходе реализации различных этапов организации торгово-промышленной выставки, в том числе с применением программных продуктов. 5. Организация исполнения обустройства выставочных стендов и обеспечение работы залов и площадок для проведения деловых и дополнительных мероприятий торгово-промышленной выставки в соответствии с утвержденными графиками и требованиями. 6. Обеспечение проведения торгово-промышленной выставки в соответствии с заявленной программой и соглашениями с соблюдением требований нормативных правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения. 7. Консультирование участников торгово-промышленной выставки по вопросам оптимальной организации их участия. 8. Осуществление контроля исполнения клиентами обязательств по оплате участия в торгово-промышленной выставок.   Обеспечение соответствия торгово-промышленной выставки требованиям нормативных правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения. | | **72** | **72** |  |
| **Промежуточная аттестация** | |  |  |  |
| **Всего** | | **204** | **504** |  |

**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

Кабинет «Междисциплинарных курсов и модулей»,оснащенный в соответствии с п. 6.1.2.1 примерной образовательной программы по специальности.

При необходимости лаборатория «Автоматизации и цифровизации торговой деятельности»,оснащенная в соответствии с п. 6.1.2.3 примерной образовательной программы по специальности.

Оснащенные базы практики в соответствии с п 6.1.2.4 примерной образовательной программы по специальности.

**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**

1. Колышкина, Т. Б. Основы рекламы: реклама в местах продаж: учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина, Е. В. Маркова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 222 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13048-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/494946
2. Комарова, Л. К. Основы выставочной деятельности: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. К. Комарова; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 194 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07508-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/493851
3. Сологубова, Г. С. Технология выставочной деятельности: учебник для среднего профессионального образования / Г. С. Сологубова. — Москва: Издательство Юрайт. — 248 с. — (Профессиональное образование).
4. Фомичев, В. И. Выставочное дело: учебное пособие для среднего профессионального образования / В. И. Фомичев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 134 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08096-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/493631

**3.2.2. Дополнительные источники**

1. ГОСТ Р 56765–2015 Национальный Стандарт Российской Федерации «Деятельность выставочно-ярмарочная. Основные положения»
2. Концепция развития выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности в Российской Федерации (одобрена распоряжением Правительства Российской Федерации от 10.07.2014 г. N 1273-р)
3. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ
4. Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" от 27.07.2006 N 149-ФЗ
5. Приказ Минпромторга России, Минобрнауки России от 02.12.2008 г. N 374/369 "О Межведомственной комиссии по вопросам выставочно-ярмарочной деятельности"
6. Конвенция о международных выставках (г. Париж, 22 ноября 1928 г.)
7. Соглашение о развитии выставочно-ярмарочной деятельности в Содружестве Независимых Государств от 26 мая 1995 г.
8. Соглашение о взаимодействии в области рекламно-выставочной деятельности в сфере военно-экономического сотрудничества между государствами - членами Организации Договора о коллективной безопасности (г. Душанбе, 6 октября 2007 г.)
9. Таможенная конвенция о карнете A.T.A. (Admission Temporaire - Temporary Admission) для временного ввоза товаров (г. Брюссель, 6 декабря 1961 г.)
10. Конвенция о временном ввозе (г. Стамбул, 26 июня 1990 г.)
11. http://www.consultant.ru - Справочно-правовая система «Консультант Плюс»
12. http://www.garant.ru - Справочно-правовая система «Гарант»;

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля | Критерии оценки | Методы оценки |
| ПК 3.1 Осуществлять формирование, ведение клиентской базы, а также мероприятий деловой и дополнительной программы выставок и их актуализацию, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий | * Демонстрирует умения формирования, ведения клиентской базы, в том числе с использованием специализированных программных продуктов для анализа данных | Устный/письменный опрос.  Тестирование.  Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.  Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.  Экспертная оценка контрольных / проверочных работ.  Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.  Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно- практических конференциях.  Экспертная оценка создания и представления презентаций.  Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.  Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.  Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.  Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:  – на практических занятиях;  – при выполнении работ на различных этапах учебной практики;  – при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества. |
| ПК 3.2 Оформлять маркетинговые материалы о торгово-промышленных выставках | * Подбирает презентационные материалы для проведения выставки и обосновывает их выбор |
| ПК 3.3 Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки | * Определяет набор заявочных документов для конкретных участников с учетом набора заказанных им выставочных услуг и формы участия в торгово-промышленной выставке; * Организовывает систематизированное хранение бумажных и электронных документов; * Осуществляет почтовый и электронный документооборот; |
| ПК 3.4 Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество | * Формирует, в том числе с применением специализированных программных продуктов, для анализа данных, сводный отчет по: * итоговой оценке эффективности выставочных мероприятий; * анализу рисков; * выработке рекомендаций на следующий выставочный период. |
| ПК 3.5 Организовывать проведение торгово-промышленной выставки в соответствии с заявленной программой и соглашениями с соблюдением требований нормативных правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения | * Составляет схему помесячного планирования выставки, * Проводит подготовку презентации торгово-промышленной выставки для потенциальных участников с целью их привлечения к участию; * Формирует пакет информации о торгово-промышленной выставке в соответствии с интересами и запросами потенциальных участников; * Оформляет заявочную документацию для регистрации организации в качестве участника торгово-промышленной выставки; * Составляет план выставочного бюджета и мероприятия контроля над его реализацией с учетом требований нормативно-правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности и экологии. |
| ПК 3.6 Осуществлять контроль исполнения клиентами обязательств по оплате участия в торгово-промышленной выставке | * Рассчитывает общую сумму неустойки к оплате за несоблюдение условий договора по организации ярмарочно-выставочных мероприятий |
| ПК 3.7 Консультировать участников торгово-промышленной выставки по вопросам оптимальной организации их участия | * Рассчитывает сумму платежей экспонента за предоставление услуг, указанных в соответствующих пунктах договора |
| ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам | * Распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; * Выделяет составные части и определяет этапы решения задачи; * Выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы; * Составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; * Демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; * Реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника) |
| ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности | * Определяет задачи для поиска информации, необходимые источники и планирует процесс поиска; * Структурирует получаемую информацию, выделяет наиболее значимое в перечне информации и оценивает практическую значимость результатов поиска; * Оформляет результаты поиска, применяя средства информационных технологий для решения профессиональных задач; используя современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач. |
| ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде | * Демонстрирует умения организовывать работу коллектива и команды; * В ходе профессиональной деятельности взаимодействует с коллегами, руководством, клиентами в ходе, опираясь на знания психологических основ |
| ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста | * Грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке в соответствие с установленными правилами, * Демонстрирует толерантность в рабочем коллективе |
| ОК 08 Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности | * Использует физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей; * Применяет рациональные приемы двигательных функций в профессиональной деятельности; * Пользуется средствами профилактики перенапряжения, характерными для данной профессии (специальности) |
| ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках | * Понимает общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы и тексты на базовые профессиональные темы; * Участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; * Строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; * Кратко обосновывает и объясняет свои действия; * Пишет простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы |

1. Самостоятельная работа в рамках образовательной программы планируется образовательной организацией в соответствии с требованиями ФГОС СПО в пределах объема профессионального модуля в количестве часов, необходимом для выполнения заданий самостоятельной работы обучающихся, предусмотренных тематическим планом и содержанием междисциплинарного курса. [↑](#footnote-ref-1)
2. Объем часов на освоение конкретных тем распределяется образовательной организацией самостоятельно. [↑](#footnote-ref-2)
3. *Данная колонка указывается только для специальностей СПО.* [↑](#footnote-ref-3)
4. Самостоятельная работа в рамках образовательной программы планируется образовательной организацией в соответствии с требованиями ФГОС СПО в пределах объема профессионального модуля в количестве часов, необходимом для выполнения заданий самостоятельной работы обучающихся, предусмотренных тематическим планом и содержанием междисциплинарного курса. [↑](#footnote-ref-4)
5. Объем часов на освоение конкретных тем распределяется образовательной организацией самостоятельно. [↑](#footnote-ref-5)
6. Объем часов на освоение конкретных тем распределяется образовательной организацией самостоятельно. [↑](#footnote-ref-6)
7. Самостоятельная работа в рамках образовательной программы планируется образовательной организацией в соответствии с требованиями ФГОС СПО в пределах объема профессионального модуля в количестве часов, необходимом для выполнения заданий самостоятельной работы обучающихся, предусмотренных тематическим планом и содержанием междисциплинарного курса. [↑](#footnote-ref-7)
8. Объем часов на освоение конкретных тем распределяется образовательной организацией самостоятельно. [↑](#footnote-ref-8)
9. *Данная колонка указывается только для специальностей СПО.* [↑](#footnote-ref-9)
10. Самостоятельная работа в рамках образовательной программы планируется образовательной организацией в соответствии с требованиями ФГОС СПО в пределах объема профессионального модуля в количестве часов, необходимом для выполнения заданий самостоятельной работы обучающихся, предусмотренных тематическим планом и содержанием междисциплинарного курса. [↑](#footnote-ref-10)
11. Объем часов на освоение конкретных тем распределяется образовательной организацией самостоятельно. [↑](#footnote-ref-11)
12. Самостоятельная работа в рамках образовательной программы планируется образовательной организацией в соответствии с требованиями ФГОС СПО в пределах объема профессионального модуля в количестве часов, необходимом для выполнения заданий самостоятельной работы обучающихся, предусмотренных тематическим планом и содержанием междисциплинарного курса. [↑](#footnote-ref-12)
13. Объем часов на освоение конкретных тем распределяется образовательной организацией самостоятельно. [↑](#footnote-ref-13)
14. Самостоятельная работа в рамках образовательной программы планируется образовательной организацией в соответствии с требованиями ФГОС СПО в пределах объема профессионального модуля в количестве часов, необходимом для выполнения заданий самостоятельной работы обучающихся, предусмотренных тематическим планом и содержанием междисциплинарного курса. [↑](#footnote-ref-14)
15. Объем часов на освоение конкретных тем распределяется образовательной организацией самостоятельно. [↑](#footnote-ref-15)
16. Самостоятельная работа в рамках образовательной программы планируется образовательной организацией в соответствии с требованиями ФГОС СПО в пределах объема профессионального модуля в количестве часов, необходимом для выполнения заданий самостоятельной работы обучающихся, предусмотренных тематическим планом и содержанием междисциплинарного курса. [↑](#footnote-ref-16)
17. Объем часов на освоение конкретных тем распределяется образовательной организацией самостоятельно. [↑](#footnote-ref-17)