Скляров Игорь Юрьевич C=RU, S=Ставропольский край, T=проректор по учебной работе, O="ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ""СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ""", СНИЛС=04314925333, ИНН=263402424665, E=oit@stgau.ru, G=Игорь Юрьевич, SN=Скляров, CN=Скляров Игорь Юрьевич
2026.02.05 12:36:15+03'00'

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Ставропольский государственный аграрный университет»

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА «ПРОФЕССИОНАЛИТЕТ»

Среднее профессиональное образование

Образовательная программа
подготовки специалистов среднего звена

Специальность
38.02.08 Торговое дело

На базе основного общего образования

Форма обучения очная

Квалификация выпускника
специалист по торговому делу

Одобрено на заседании педагогического совета: протокол № 08 от 04 апреля 2024 г.

Утверждено Приказом ФГБОУ ВО Ставропольский ГАУ приказ № 288 от 23 мая 2024 г.

проректор по учебной работе И.Ю. Скляров

подпись

Согласовано с предприятием-работодателем
ООО «Ставропольагропромснаб» генеральный директор С.Д. Траспова

подпись

2024 год

ПРИЛОЖЕНИЕ 1
к ОП-П по специальности
38.02.08 Торговое дело

РАБОЧИЕ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ МОДУЛЕЙ

ОГЛАВЛЕНИЕ

«ПМ.01 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ» 2

«ПМн 02 ТОВАРОВЕДЕНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКСПЕРТИЗЫ КАЧЕСТВА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ» 21

«ПМн.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ» 40

«ПМн.03 ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ» 61

«ПМн.03 ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ АВТОТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ, КОСМИЧЕСКИХ ПРОДУКТОВ, УСЛУГ И ТЕХНОЛОГИЙ И КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ» 76

«ПМн.03 ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ И ТЕХНОЛОГИЙ И КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ» 92

«ПМн.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА» 105

«ПМн.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ» 120

2024 г.

Приложение 1.1
к ОП-П по специальности
38.02.08 Торговое дело

Рабочая программа профессионального модуля

«ПМ.01 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

2024 г.

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. Общая характеристика .....

1.1. Цель и место профессионального модуля «Индекс Наименование ПМ» в структуре образовательной программы .....

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля.....

2. Структура и Содержание профессионального модуля .....

2.1. Трудоемкость освоения модуля .....

2.2. Структура профессионального модуля .....

2.3. Содержание профессионального модуля.....

2.4. Курсовой проект (работа) (для специальностей СПО, если предусмотрено) .....

3. Условия реализации профессионального модуля .....

3.1. Материально-техническое обеспечение.....

3.2. Учебно-методическое обеспечение .....

4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля.....

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

«ПМ.01 Организация и осуществление торговой деятельности»

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

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

Профессиональный модуль включен в обязательную часть образовательной программы.

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

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

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

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

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

	или интересующие профессиональные темы		
ПК 1.1.	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.	методов и инструментов работы с базами данных внутренних и внешних рынков; требований к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота; стандартов и требований внешних рынков к товарной продукции.	поиска и систематизации открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции; проведение 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.
ПК 1.2.	применять нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений;	правовых норм оформления и заключения договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;	оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;

	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.	структуры и содержания договора поставки, спецификации и сопроводительного письма критериев; поиска и методов отбора поставщиков; методов и инструментов работы с базами больших данных; требований к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота.	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.
ПК 1.3.	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	законодательства Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров; особенностей составления закупочной документации; методов определения и обоснования начальных максимальных цен контракта.	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,

	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).		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.
ПК 1.4.	классифицировать товары на внутренних и внешних рынках; разрабатывать тексты рекламной информации о продукции организации на иностранном языке для последующего распространения на внешних рынках; осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; осуществлять взаимодействие с участниками внешнеторгового контракта;	основных технических характеристик, преимуществ и особенностей продукции организации, поставляемой на внешние рынки; нормативных правовых актов, регламентирующих внешнеэкономическую деятельность; международных правил толкования наиболее широко используемых торговых терминов в области внешней торговли; международных договоров в сфере стандартов и требований к продукции; стандартов и требований внешних рынков к	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);

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

	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.		подготовка предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств по внешнеторговому контракту.
ПК 1.6.	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; управления полочным пространством магазина в облачной ABM SHELF; оформлять факт продажи товаров с применением	видов торговых структур; форм и видов торговли, составных элементов торговой деятельности: материально-технической базы торговли; инфраструктуры потребительского рынка; средств, методов, инноваций в отрасли; организации торгово-технологических процессов в офлайн и онлайн торговле; требований к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота; основных и дополнительных услуг оптовой и розничной; целей, задач, принципов, объектов, субъектов внутренней и внешней торговли; требований законодательства Российской Федерации нормативных правовых актов, регулирующих торговую деятельность; правил торговли; количественных и качественных показателей оценки эффективности торговой деятельности	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.

	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.		

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Трудоемкость освоения модуля

Наименование составных частей модуля	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	**88**	**52**
Курсовой проект (работа)	**20**	**20**
Самостоятельная работа	**-**	**-**
Практика, в т.ч.:	**108**	**108**

учебная	36	36
производственная	72	72
Промежуточная аттестация	**18**	**18**
Всего	**234**	**198**

2.2. Структура профессионального модуля

Код ОК, ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Обучение по МДК, в т.ч.:	Учебные занятия	Курсовой проект (работа)	Самостоятельная работа[1]	Учебная практика	Производственная практика
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК.1.4 ПК. 1.5. ПК.1.6 ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09	Раздел 1. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках	**34**	**24**	**34**	34				
ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК.1.4 ПК. 1.5. ПК.1.6 ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09	Раздел 2. Организация и осуществление продаж	**40**	**24**	**40**	20	20			
ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК.1.4 ПК. 1.5. ПК.1.6 ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09	Раздел 3. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	**34**	**24**	**34**	34				
ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК.1.4 ПК. 1.5. ПК.1.6 ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09	Учебная практика	**36**	**36**					**36**	
ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК.1.4 ПК. 1.5. ПК.1.6 ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09	Производственная практика	**72**	**72**						**72**
	Промежуточная аттестация	**18**	**18**						
	Всего:	**234**	**198**	**108**	**88**	**20**		**36**	**72**

[1] *Самостоятельная работа в рамках образовательной программы планируется образовательной организацией.*

2.3. Содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практических и лабораторных занятия, курсовой проект (работа)
Раздел 1. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках (34 часа)	
МДК. 01.01. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынке	
Тема 1.1. Информационное обеспечение торгово-сбытовой деятельности	**Содержание**
	1. Понятие, значение, классификация, источники информации и комплексный подход к формированию коммерческой информации о внутреннем и внешнем рынках. Понятие товарного рынка и этапы торгово-сбытовой деятельности на конкретном товарном рынке
	2. Информационные ресурсы и рекламная деятельность в торговле. Информация о покупателях, мотивах покупок, требованиях к товару. Покупатели как субъекты отношений в системе потребительского рынка. Требования внешних и внутренних рынков к товарной продукции предприятия
	3. Информация о спросе, товарном предложении и рыночной коньюнктуре: основные понятия, информация о тенденциях коньюнктуры товарного рынка и соотношении спроса и предложения, использование информации в практической деятельности для анализа и оценки конъюнктуры товарного рынка. Методы изучения и прогнозирования спроса.
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 1–2. Изучение потенциальных возможностей торговой организации и ее конкурентного положения на товарном рынке, формирование базы данных поставщиков на основе анализа информации.
	Практическое занятие 3. Анализ и оценка конкурентной среды для выявления и сравнения аналогичных или взаимозаменяемых товаров, сбор и обобщение коммерческой информации о стратегии и тактики конкурентов на товарных рынках
Тема 1.2. Установление хозяйственных связей с поставщиками и потребителями товаров и услуг	**Содержание**
	1. Организация хозяйственных связей в торговле: понятие, функции, отраслевые особенности. Изучение и поиск коммерческих партнеров по закупочно-сбытовой деятельности: критерии поиска поставщиков, методы отбора поставщиков.
	2. Виды договоров, применяемых в торговой деятельности. Требования к структуре и содержанию договора поставки, спецификации, протоколу разногласий. Документальное подтверждение исполнения договоров. Организация претензионной работы.
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 4. Изучение и анализ предложений поставщиков - производителей и поставщиков - посредников с учетом их географического положения. Управление закупками. Разработка коммерческого предложения.
	Практическое занятие 5. Заполнение конкурентного листа и выставление приоритетов по поставщикам для заключения внешнеторгового контракта.
	Практическое занятие 6. Расчет и оформление заявки на поставку товаров.
Тема 1.3. Заключение внешнеторгового контракта и его	**Содержание**
	1. Условия внешнеторгового контракта. Базисные условия поставки Incoterms- 2022 Документооборот внешнеторговых сделок: товаросопроводительные документы, товарораспорядительные документы, счет-фактура.

документальное сопровождение	**2.** Методы разработки рекламной информации для внешних рынков, инструменты продвижения товаров и услуг российских производителей на внешних рынках.
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 7. Проверка документации для заключения внешнеторгового контракта. Контроль правильности оформления предоставленного внешнеторгового контракта.
Тема 1.4. Осуществление контроля исполнения обязательств по внешнеторговому контракту	**Содержание**
	1. Риски в торговой деятельности: понятие, классификация рисков, причины возникновения, последствия. Методы управления коммерческими рисками в торговой деятельности.
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 8. Определение алгоритма действий покупателя при нарушении поставщиком сроков поставки в модельной ситуации.
	Практическое занятие 9. Составление и оформление отчетности о ходе исполнения контракта.
Раздел 2. Организация и осуществление продаж (20 часов)	
МДК 01.02. Организация и осуществление продаж	
Тема 2.1. Организация и управление торгово-технологическими процессами в оптовой торговле	**Содержание**
	1. Специфические функции и роль торговли как вида экономической деятельности в системе общественного воспроизводства. Оптовая торговля: сущность, функции, отраслевые особенности. Технологии в торговле, торгово-технологические процессы и операции. Виды оптовых торговых структур, их назначение и функции. Инфраструктура оптовой торговли: товарные биржи, торговые дома, аукционы, оптовые рынки, ярмарки и выставки. Значение дистрибуции в распределении товаров. Услуги оптовой торговли: основные и дополнительные.
	2. Складское хозяйство: классификация складов, требования. Специфика использования складских площадей: требования к планировке, характеристика основных складских зон, проектирование складского помещения. Технологии складских операций и организация товародвижения в торговле с применением цифровых инструментов модуля «1С:WMSЛогистика. Управление складом». Эффективное планирование складского пространства и требования к оснащение его специализированным оборудованием и мебелью. Документальное оформление и учет поступления товаров в оптовой торговле
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 1. Определение технико-экономических показателей работы склада. Применение методов управления процессами складской грузообработки "1С: WMS Логистика.
	Практическое занятие 2. Документальное оформление приемки товаров по количеству.
Тема 2.2. Организация и управление торгово-технологическими процессами в розничной торговле	**Содержание**
	1. Розничная торговля: понятие, цели, задачи, виды. Классификация торговых организаций. Основные виды и типы предприятий торговли в соответствии со специализацией. Изучение основных положений ГОСТа «Торговля, термины, определения». Принципы функционирования розничных торговых сетей и их роль в удовлетворении спроса покупателей. Специализация и типизация магазинов. Размещение розничных торговых предприятий: принципы, правила, факторы, влияющие на размещение магазинов в городах и регионах. Современные форматы торговых предприятий
	2. Ресурсный потенциал предприятий розничной торговли. Торгово-технологический процесс в организациях розничной торговли: сущность, структура, этапы, Содержание операций, их специфика в магазинах разных типов. Классификация услуг розничной торговли: основные и

	дополнительные услуги. Приемка товаров по количеству и качеству в розничном торговом предприятии. Подготовка товаров к продаже. Организация продажи товаров: формы и методы продажи товаров. Правила торговли
	В том числе практических и лабораторных занятий
	Практическое занятие 3. Ознакомление с ГОСТ Р 51303-2013. Торговля. Термины. Определения. Идентификация видов и типов организаций торговли в соответствии с ГОСТ «Торговля. Термины. Определения»
Тема 2.3. Организация и управление торгово-технологическими процессами в электронной торговле	**Содержание**
	1. Особенности организации и управления торгово-технологическими процессами в электронной торговле и на маркетплейсах
	В том числе практических и лабораторных занятий
	Практическое занятие 4. Поиск, заказ и управление доставкой товаров покупателю с применением цифровых платформ и сквозных технологий.
	Практическое занятие 5. Организация работы торговых площадок на основе сквозных технологий
Раздел 3. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд (34 часа)	
МДК. 01.03. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	
Тема 3.1. Федеральная контрактная система Российской Федерации: концепция, понятия и термины, цели и принципы, сфера применения	**Содержание**
	1. Законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд. Состав субъектов закупок и их функции. Полномочия органов исполнительной власти и органов местного самоуправления в ФКС. Требования к участникам закупки. Критерии к участникам закупок.
	2. Основы и принципы контрактной системы в сфере закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд. Контрактная служба. Комиссия по осуществлению закупок. Специализированная организация. Эксперты. Экспертные организации.
Тема 3.2. Прогнозирование и планирование закупок для государственных и муниципальных нужд	**Содержание**
	1. Планирование и нормирование в сфере государственных и муниципальных закупок. Формирование планов-графиков закупок для государственных и муниципальных нужд. Информационное обеспечение контрактной системы в сфере закупок
	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. Критерии к товарам: национальный режим. Квотирование закупок.
	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.
	Практическое занятие 3–4. Определение поставщиков (подрядчиков, исполнителей) путем проведения открытого конкурса в электронной форме, электронного аукциона, проведения запроса котировок.
	Практическое занятие 5. Определение процедуры закупок (открытый конкурс или аукцион) в зависимости от стоимости закупки и источников средств (собственные, заемные).
	Практическое занятие 6. Расчёт максимального размера обеспечения заявки для аукциона при разных условиях.

Тема 3.4. Государственный и муниципальный контракт	**Содержание**
	1. Подготовка и заключение государственного и муниципального контракта. Общие требования и существенные условия контракта. Осуществления закупок путем проведения открытого конкурса в электронной форме и конкурса с ограниченным участием в электронной форме. Осуществление закупок путем аукциона в электронной форме. Особенности осуществления закупок путем запроса котировок в электронной форме и запроса предложений в электронной форме. Особенности осуществления закупки у единственного поставщика (исполнителя, подрядчика).
	2. Обеспечение исполнения контракта. Условия банковской гарантии. Реестр банковских гарантий. Основания для отказа в принятии банковской гарантии заказчиком. Особенности исполнения, изменения, расторжения контракта.
	В том числе практических занятий
	Практическое занятие 7. Размещение информации о заключении, изменении, расторжении и исполнении контракта в сети Интернет. Реестр контрактов, заключенных заказчиком.
	Практическое занятие 8. Определение минимальной стоимости одного из контрактов, предоставляемых участником закупки для подтверждения добросовестности.
Тема 3.5. Контроль, аудит и ответственность в сфере закупок.	**Содержание**
	1. Аудит и контроль в сфере закупок. Способы осуществления контроля. Контрольные органы и их полномочия. Реестр недобросовестных поставщиков.
	2. Ответственность за нарушение законодательства о закупках для государственных и муниципальных нужд.
	В том числе практических занятий
	Практическое занятие 9. Обжалование действий (бездействий) заказчика, уполномоченного органа, специализированной организации, комиссии по осуществлению закупок, должностного лица контрактной службы заказчика.
Тема 3.6. Организация закупок в коммерческих организациях	**Содержание**
	1. Законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок коммерческих организаций. Планирование и обоснование закупок в коммерческих организациях.
	2. Осуществление закупок в коммерческих организациях. Контракты по закупкам в коммерческих организациях. Мониторинг, контроль, аудит и защита прав и интересов участников закупок.
	В том числе практических занятий
	Практическое занятие 10. Определение ответственности за нарушение условий поставки по ФЗ-44.
Курсовой проект (работа) (20 часов)	
Учебная практика (36 часов) **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 предложения, запроса, оферты, сопроводительного письма. **4.** Подготовка сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внутреннем и внешнем рынках. **5.** Формирование списка потенциальных партнеров для заключения договоров на поставку и/или заключения внешнеторгового контракта. **6.** Формирование проекта договора поставки и/или внешнеторгового контракта. **7.** Документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту;	

8. Оформление претензий при нарушении договорных обязательств; **9.** Подготовка алгоритма по организации претензионной работы. **10.** Формирование начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта. **11.** Оформление продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей.
Производственная практика (72 часа) **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.** Составление и оформление закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры. **5.** Приемка товаров по количеству и качеству; **6.** Изучение инструкций по охране труда.
Промежуточная аттестация (18 часов)
Всего 234 часа

2.4. Курсовой проект (работа)

Выполнение Курсового проекта (работы) является обязательным.

тематика курсовых проектов (работ):

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

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

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинеты «Общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей» оснащенные в соответствии с приложением 3 ОП-П .

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

Базы практики, оснащенные в соответствии с приложением 3 ОП-П .

3.2. Учебно-методическое обеспечение

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

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. 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

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК, ОК	Критерии оценки результата (показатели освоенности компетенций)	Формы контроля и методы оценки
ПК 1.1.	– осуществляет поиск и систематизацию открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции, в том числе с использованием цифровых технологий; – оценивает объем спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках; – составляет перечень требований внешних рынков к товарной продукции организации; – разрабатывает рекомендации по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка; – проводит анализ конъюнктуры, емкости товарных рынков; осуществляет подготовку аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках	Контрольные работы, зачеты, квалификационные испытания, защита курсовых проектов (работ), экзамены. Интерпретация результатов выполнения практических и лабораторных заданий, оценка решения ситуационных задач, оценка тестового контроля.
ПК 1.2.	выполняет операции по установлению хозяйственных связей с поставщиками и потребителями в установленной последовательности с соблюдением требований к их содержанию	
ПК 1.3.	– 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.	– проводит анализ поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках и составляет список отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий); – осуществляет документальное оформление результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта; – составляет сводные отчеты и предложения о потенциальных партнерах на внешних рынках; – составляет список потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта; – формирует проект внешнеторгового контракта и выполняет проверку необходимой документации для его заключения; осуществляет подготовку процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом.	
ПК 1.5.	– осуществляет подготовку документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта; – 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.	– 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	обоснованность планирования учебной и профессиональной деятельности; соответствие результата выполнения профессиональных задач эталону (стандартам, образцам, алгоритму, условиям, требованиям или ожидаемому результату); степень точности выполнения поставленных задач.	
ОК 02	Полнота охвата информационных источников; скорость нахождения и достоверность информации; обновляемость и пополняемость знаний, влияющих на результаты учебной и производственной деятельности.	
ОК 04	Осознание своей ответственности за результат коллективной, командной деятельности, готовности к сотрудничеству, использованию опыта коллег; отсутствие негативных отзывы со стороны коллег и руководства.	
ОК 05	Демонстрация навыков грамотно общения и оформление документации на государственном языке Российской Федерации, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста	
ОК 09	Демонстрация умений понимать тексты на базовые и профессиональные темы; составлять необходимую документацию на государственном и иностранном языках	

Приложение 1.2
к ОП-П по специальности
38.02.08 Торговое дело

Рабочая программа профессионального модуля

«ПМн 02 ТОВАРОВЕДЕНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКСПЕРТИЗЫ КАЧЕСТВА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ»

2024 г.

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. Общая характеристика .....

1.1. Цель и место профессионального модуля «Индекс Наименование ПМ» в структуре образовательной программы .....

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля.....

2. Структура и Содержание профессионального модуля .....

2.1. Трудоемкость освоения модуля .....

2.2. Структура профессионального модуля .....

2.3. Содержание профессионального модуля.....

2.4. Курсовой проект (работа) (для специальностей СПО, если предусмотрено) .....

3. Условия реализации профессионального модуля .....

3.1. Материально-техническое обеспечение.....

3.2. Учебно-методическое обеспечение .....

4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля .....

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

«ПМн.02 ТОВАРОВЕДЕНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКСПЕРТИЗЫ КАЧЕСТВА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ»

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Цель модуля: освоение вида деятельности «Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров».

Профессиональный модуль включен в обязательную часть образовательной программы.

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

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

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

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

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

	или интересующие профессиональные темы		
ПК 2.1.	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.	классификации продовольственных и непродовольственных товаров; методов и способов кодирования потребительских товаров, в том числе с применением цифровых технологий; обязательных требований к маркировке потребительских товаров	применения методик идентификации ассортиментной принадлежности потребительских товаров; решения задач классификации и кодирования потребительских товаров, в том числе с помощью цифровых технологий.
ПК 2.2.	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.	основных понятий в сфере товароведения потребительских товаров; технических требований и градации качества потребительских товаров, установленных в нормативно-технической документации; обязательных требований к маркировке потребительских товаров.	применения технических регламентов и национальных стандартов для оценки маркировки потребительских товаров.
ПК 2.3.	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	факторов, формирующих и сохраняющих качество товаров; условий хранения, транспортирования и реализации потребительских товаров; дефектов потребительских товаров товарных потерь и способов их сокращения.	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.		сокращению потерь товаров.
ПК 2.4.	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.	законодательства Российской Федерации и ЕАЭС в области технического регулирования, стандартизации и подтверждения соответствия; современного российского и зарубежного опыта в области обеспечения качества и безопасности товаров; основных методов оценки качества и безопасности потребительских товаров; организации проведения экспертизы товаров и оформления ее результатов; сквозных цифровых технологий, применяемых в сфере обеспечения качества и безопасности 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.
ПК 2.5	направления его совершенствования, в том числе с применением современных цифровых технологии; формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах;	ассортимента товаров, показателей ассортимента и факторов, влияющих на его формирование приоритетных направлений совершенствования ассортимента товаров;	анализа ассортимента товаров и ассортиментной политики торгового предприятия, в том числе с применением современных цифровых технологий.

	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.	основных положений категорийного менеджмента; специфики процесса управления в категорийном менеджменте; алгоритма разработки ассортиментной матрицы товарной категории; порядка формирования категорий в ассортименте; структуры ABC – 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.	

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Трудоемкость освоения модуля

Наименование составных частей модуля	**Объем в часах**	**В т.ч. в форме практ. подготовки**
Учебные занятия	**272**	**118**
Курсовой проект (работа)	**20**	**20**
Самостоятельная работа	-	-
Практика, в т.ч.:	**108**	**108**
учебная	36	36
производственная	72	72
Промежуточная аттестация	**18**	**18**
Всего	**418**	**266**

2.2. Структура профессионального модуля

Код ОК, ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Обучение по МДК, в т.ч.:	Учебные занятия	Курсовой проект (работа)	Самостоятельная работа[2]	Учебная практика	Производственная практика
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 2.1 ПК 2.2, ПК.2.3 ПК.2.4 ПК.2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09	Раздел 1. Основы товароведения	**32**	**16**	**32**	32				
ПК 2.1 ПК 2.2, ПК.2.3 ПК.2.4 ПК.2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09	Раздел 2. Товароведение потребительских товаров	**120**	**62**	**120**	100	20			
ПК 2.1 ПК 2.2, ПК.2.3 ПК.2.4 ПК.2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09	Раздел 3. Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров	**108**	**52**	**108**	108				
ПК 2.1 ПК 2.2, ПК.2.3 ПК.2.4 ПК.2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09	Раздел 4. Управление ассортиментом товаров	**32**	**10**	**32**	32				
ПК 2.1 ПК 2.2, ПК.2.3 ПК.2.4 ПК.2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09	Учебная практика	**36**	**36**					**36**	
ПК 2.1 ПК 2.2, ПК.2.3 ПК.2.4 ПК.2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09	Производственная практика	**72**	**72**						**72**
	Промежуточная аттестация	**18**	**18**					36	72
	Всего:	**418**	**266**	**292**	272	20		**36**	**72**

[2] *Самостоятельная работа в рамках образовательной программы планируется образовательной организацией.*

2.3. Содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практических и лабораторных занятия, курсовой проект (работа)
Раздел 1. Основы товароведения (32 часа)	
МДК 02.01 Основы товароведения	
Тема 1.1. Предмет и основные категории товароведения	**Содержание**
	1. Ключевые понятия товароведения: предмет, цели и задачи, объекты и субъекты, принципы товароведения.
	2. Основополагающие характеристики товаров: ассортиментная, количественная, качественная и стоимостная. Формирование основополагающих товароведных характеристик товара на протяжении жизненного цикла продукции
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
Тема 1.2. Методы классификации и кодирования товаров в товароведении	**Содержание**
	1. Понятия в области классификации и кодирования товаров. Иерархический и фасетный методы классификации. Преимущества и недостатки. Товароведная классификация товаров
	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
	Практическое занятие 2. Установление количества ступеней классификации и их наименований для кодов товаров, установленных общероссийским классификатором продукции. Идентификация товаров по штриховому коду (ШК)
Тема 1.3. Качество товаров и свойства товаров	**Содержание**
	1. Многоаспектность понятия качества. Актуальность проблемы качества товаров. Требования к качеству товаров. Градации качества. Товарный и природный сортаменты.
	2. Основные понятия и классификация потребительских свойств и показателей качества товаров. Номенклатура потребительских свойств товаров
	3. Свойства товаров и их природа. Основные физические, химические, биологические и смешанные свойства потребительских товаров
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 3. Исследование номенклатуры потребительских свойств продовольственных товаров и показателей качества товаров
	Практическое занятие 4. Исследование номенклатуры потребительских свойств непродовольственных товаров
	Практическое занятие 5. Определение градации качества продовольственных товаров
Тема 1.4. Обеспечение качества и количества потребительских товаров	**Содержание**
	1. Факторы, обеспечивающие качество товаров. Факторы, формирующие качество товаров: изучение рынка товаров, разработка требований к товарам, качество исходного сырья и материалов, качество конструирования и проектирования, качество изготовления, контроль готовой продукции
	2. Факторы, сохраняющие качество товаров: упаковка и маркировка, товарная обработка, условия хранения, транспортирования, реализации и использование товаров, техническая помощь в обслуживании
	3. Товарные потери: понятие товарных потерь и факторы, влияющие на их величину, виды, методика расчетов нормируемых товарных потерь

	продовольственных товаров, мероприятия по предупреждению и снижению потерь товара
	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.
	Практическое занятие 7. Расчет фактических и нормируемых потерь и разработка мероприятий по их сокращению
Тема 1.5. Товарная информация	**Содержание**
	1. Основные понятия. Виды и формы товарной информации, их назначение, отличительные особенности. Требования к товарной информации. Законодательная база товарной информации
	2. Маркировка: понятие, назначение, виды, носители, структура, краткая характеристика. Информационные знаки: понятие, классификация. Назначение, символика и краткая характеристика информационных знаков разных групп
	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»».
Раздел 2. Товароведение потребительских товаров (100 часов)	
МДК 02.02 Товароведение потребительских товаров	
Тема 2.1. Товароведение продовольственных товаров	**Содержание**
	1. Теоретические основы товароведения продовольственных товаров: классификация продтоваров, химический состав, потребительские свойства и показатели качества, факторы, формирующие и сохраняющие качество продтоваров
	2. Товароведение зерномучных товаров: классификация ассортимента, особенности строения зерна, химический состав, потребительские свойства и показатели качества, основные этапы производства, сроки и условия хранения, транспортирования и особенности маркировки зерномучных товаров
	3. Товароведение свежих и переработанных плодов, овощей и грибов: особенности свежих плодов и овощей как объекта товародвижения, классификация ассортимента, требования к качеству, условиям и срокам хранения, способы консервирования плодоовощной продукции
	4. Товароведение вкусовых товаров: классификация ассортимента, химический состав, потребительские свойства и показатели качества, характеристика основных подгрупп, условия и сроки хранения и особенности маркировки вкусовых товаров
	5. Товароведение кондитерских товаров, крахмала, сахара и меда: классификация ассортимента и пищевая ценность, особенности химического состава сахаристых и мучных кондитерских изделий, потребительские свойства и показатели качества, основные этапы производства, товароведная характеристика крахмала, сахара и меда, сроки и условия хранения, транспортирования и особенности маркировки
	6. Товароведение пищевых жиров: общие сведения о пищевых жирах, особенности химического состава пищевых жиров растительного и животного происхождения, классификация ассортимента, технологии производства, условия и сроки хранения и требования к маркировке
	7. Товароведение молока и молочных товаров: классификация ассортимента и пищевая ценность, химический состав, основные потребительские свойства и показатели качества, основные этапы производства, товароведная характеристика молока и молочных товаров, условия и сроки хранения, требования к маркировке

	8. Товароведение мяса мясных и яичных товаров: классификация ассортимента, химический состав, потребительские свойства и показатели качества, товароведная характеристика основных подгрупп, условия и сроки хранения и особенности маркировки мясных и яичных товаров
	9. Товароведение рыбы и рыбных товаров: основные промысловые семейства рыб, классификация ассортимента и пищевая ценность рыб и нерыбных гидробионтов, химический состав, основные потребительские свойства и показатели качества, основные этапы производства, товароведная характеристика молока и молочных товаров, условия и сроки хранения, требования к маркировке
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 1-3. Идентификация ассортиментной принадлежности продовольственного товара однородной группы (подгруппы)
	Практическое занятие 4-6. Особенности маркировки продовольственного товара однородной группы (подгруппы)
	Практическое занятие 7-9. Определение градации качества продовольственного товара однородной группы (подгруппы)
	Практическое занятие 10. Расчет естественной убыли продовольственных товаров при хранении
	Практическое занятие 11. Расчет естественной убыли продовольственных товаров и боя стеклотары при транспортировании
Тема 2.2. Товароведение непродовольственных товаров	**Содержание**
	1. Теоретические основы товароведения непродовольственных товаров: однородные группы непродовольственных товаров, качество и потребительские свойства, факторы, формирующие и сохраняющие качество непродовольственных товаров, особенности хранения, транспортирования, упаковки и маркировки
	2. Товароведение текстильных товаров: классификация ассортимента текстильных волокон, нитей, пряжи и текстильных материалов, основные ткацкие плетения, способы отделки и колористического оформления тканей, классификация их ассортимента.
	3. Товароведение швейно-трикотажных товаров: факторы, влияющие на качество, классификация ассортимента, контроль качества и определение сорта, маркировка, упаковка и хранение, особенности строения и свойства трикотажных полотен
	4. Товароведение обувных товаров: натуральные, синтетические и искусственные материалы для производства обуви, характеристика ассортимента кожаной и резиновой обуви, контроль качества и определение сортности, особенности хранения, транспортирования, упаковки и маркировки
	5. Товароведение пушно-меховых и овчинно-шубных товаров: классификация и строение пушно-мехового сырья, основные процессы производства, классификация ассортимента, условия хранения, транспортирования, упаковки и маркировки
	6. Товароведение хозяйственных товаров из пластмасс: общие сведения о пластических массах, классификация полимеров и пластмасс, ассортимент бытовых изделий из пластмасс, требования к качеству, особенности маркировки, условия хранения
	7. Товароведение товаров бытовой химии: классификация основных подгрупп, требования к качеству и безопасности, маркировка, транспортирование и хранение
	8. Товароведение стеклянных и керамических бытовых товаров: особенности производства, обработка и декорирование, классификация ассортимента, потребительские свойства, оценка качества и определение

	сортности, особенности хранения, транспортирования, упаковки и маркировки
	9. Товароведение парфюмерно-косметических товаров: классификация, основные потребительские свойства, особенности технологии производства, сырье, используемое для изготовления парфюмерно-косметическим товаров, основные потребительские свойства и показатели качества, условия хранения, транспортирования, упаковки и маркировки
	10. Товароведение мебельных товаров: классификация, материалы для производства мебели (конструкционные, облицовочные, настилочные и т.д.), основные этапы производство, особенности производства мягкой мебели, условия хранения, транспортирования, упаковки и маркировки
	11. Товароведение бытовых электротехнических товаров: характеристика и классификация основных подгрупп, потребительские свойства, требования, в т.ч. безопасности, особенности хранения, транспортирования, упаковки и маркировки
	12. Товароведение галантерейных товаров: классификация и товароведная характеристика основных подгрупп, потребительские свойства и требования к качеству, условия хранения, транспортирования, упаковки и маркировки
	13. Товароведение ювелирных товаров: характеристика ассортимента металлов и сплавов, используемых для производства ювелирных изделий, пробирование и клеймение изделий из сплавов драгоценных (благородных) металлов, характеристика ассортимента ювелирных вставок, виды обработки и огранки, классификация ассортимента ювелирных изделий
	14. Товароведение радиоэлектронных товаров: классификация ассортимента основных подгрупп, товароведная характеристика бытовой аудио- и видеотехники, основные потребительские свойств и требования, в т.ч. безопасности, особенности хранения, транспортирования, упаковки и маркировки
	15. Товароведение спортивных и рыболовных товаров: классификация ассортимента основных подгрупп, потребительские свойства и требования, в т.ч. безопасности, особенности хранения, транспортирования, упаковки и маркировки
	16. Товароведение транспортных средств личного пользования: классификация и товароведная характеристика основных подгрупп, потребительские свойства и требования к качеству, условия хранения, транспортирования, упаковки и маркировки
	17. Товароведение школьно-письменных, канцелярских товаров и игрушек: характеристика основных подгрупп, классификация и потребительские свойства, условия хранения, транспортирования, упаковки и маркировки
	18. Товароведение печатных изданий: потребительские свойства книг факторы их формирующие, требования к качеству, упаковка, маркировка, транспортирование и хранение печатных изданий
	19. Товароведение художественных товаров: понятие изделий народных художественных промыслов и сувениров, потребительские свойства, классификация и характеристика ассортимента, особенности производства, упаковка, маркировка, транспортирование и хранение
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 12-14. Идентификация ассортиментной принадлежности одежно-обувных и парфюмерно-косметических товаров
	Практическое занятие 15-17. Идентификация ассортиментной принадлежности культурно-бытовых и хозяйственных товаров
	Практическое занятие 18-19. Выявление дефектов (пороков) и **о**пределение градации качества (сортности) одежно-обувных товаров

	Практическое занятие 20-23. Особенности маркировки парфюмерно-косметических, культурно-бытовых и хозяйственных товаров
	Практическое занятие 24. Обязательная маркировка непродовольственных товаров. Особенности работы в системе «Честный Знак».
Раздел 3. Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров (108 часов)	
МДК 02.03 Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров	
Тема 3.1. Оценочная деятельность в товароведении	**Содержание**
	1. Основные понятия оценочной деятельности. Участники рынка оценочных услуг
	2. Сущность оценочной деятельности в товароведении: понятие, цели и принципы, виды, особенности, методы. Основные виды оценочной деятельности: идентификация, экспертиза, контроль качества, оценка качества, оценка уровня качества, сертификация, гигиеническая оценка, испытания и т. п. Понятие фальсификации товаров.
	3. Контроль качества: понятие контроля качества продукции. Количественные характеристики продукции. Виды испытаний. Правила отбора проб (выборок). Основные принципы отбора проб. Методы отбора проб (выборок). Виды контроля качества.
	4. Оценка конкурентоспособности товаров и услуг: понятие конкурентоспособности товаров. Факторы конкурентоспособности. Критерии конкурентоспособности. Порядок проведения оценки конкурентоспособности. Методы оценки конкурентоспособности.
	5. Оценка и приемка товаров по количеству и качеству: правила, порядок, инструкции приемки продукции
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 1-2. Применение правил отбора проб при выборочном контроле качества товарных партий продовольственного / непродовольственного товара.
	Практическое занятие 3-4. Определение объема выборки (проб), приёмочных и браковочных чисел товарных партий и расчет приёмочного уровня дефектности партии продовольственного /непродовольственного товара
	Практическое занятие 5-8. Оценка качества продовольственного / непродовольственного однородной группы (подгруппы)
Тема 3.2. Идентификация потребительских товаров	**Содержание**
	1. Основы идентификации потребительских товаров: значение понятие, цель и принципы идентификации, характеристика идентификации товаров, ее видов. Критерии, средства, показатели и методы идентификации. Общий порядок проведения идентификации товаров
	2. Роль идентификации в товароведной и экспертной деятельности: организация прослеживаемой продукции в сфере производства, роль идентификации при сертификации продукции, оценочной деятельности и контрольно-надзорных операциях
	3. Фальсификация товаров: понятие, виды, способы, предупреждение и последствия фальсификации потребительских товаров
	4. Особенности идентификации при выявлении фальсификации однородных групп продовольственных товаров
	5. Особенности идентификации при выявлении фальсификации однородных групп непродовольственных товаров
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 9-10. Исследование общих правил проведения идентификации продовольственных / непродовольственных товаров. Выявление показателей пригодных для целей ассортиментной (видовой) идентификации.

	Практическое занятие 11-13. Особенности, порядок идентификации и способы обнаружения фальсификации продовольственного товара однородной группы (подгруппы).
	Практическое занятие 14-17. Особенности, порядок идентификации и способы обнаружения фальсификации непродовольственного товара однородной группы (подгруппы).
Тема 3.3. Методы определения показателей качества товаров	**Содержание**
	1. Классификация и характеристика методов определения показателей качества: объективные и эвристические методы, преимущества и недостатки. Разновидности измерительного метода. Основные виды погрешностей измерений. Органолептический метод: особенности, разновидности, порядок и процедура проведения, оценка с применением балловых шкал
	2. Экспертный метод
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 18. Оценка органолептических и физико-химических показателей качества продовольственного / непродовольственного товаров.
	Практическое занятие 19-20. Балльная оценка органолептических показателей качества продовольственного / непродовольственного товара.
Тема 3.4. Основы экспертизы потребительских товаров	**Содержание**
	1. Теоретические основы экспертизы потребительских товаров: предмет, цели и задачи организации экспертизы, основными понятия, принципы и виды, значение экспертизы в системе управления качеством.
	2. Организация и процедура проведения товароведной экспертизы: порядок назначения и производства экспертиз, взятия проб и образцов товаров, документальное оформление работ по организации экспертизы. Документальное оформление результатов экспертизы товаров: структура и Содержание акта экспертизы.
	3. Виды и подвиды товарной экспертизы: товароведная, санитарно-гигиеническая, ветеринарная, экологическая.
	4. Нормативно-правовая база товароведной экспертизы: основные законодательные и нормативные документы, требования к экспертам, техническое регулирование и информационно-справочное обеспечение экспертизы, стандартизация как нормативная база экспертизы.
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 21. Подготовка к проведению экспертизы качества потребительских товаров.
	Практическое занятие 22. Организация проведения экспертизы качества потребительских товаров.
	Практическое занятие 23. Документальное сопровождение экспертизы качества продовольственного / непродовольственного товара
	Практическое занятие 24-26. Экспертиза качества продовольственного / непродовольственного товара однородной группы (подгруппы)
Раздел 4. Управление ассортиментом товаров (32 часа)	
МДК 02.04 Управление ассортиментом товаров	
Тема 4.1 Основные понятия в области управления ассортиментом товаров	**Содержание**
	1. Теоретические основы управления ассортиментом: понятие ассортимента, классификация, свойства и показатели ассортимента, основные направления совершенствования ассортимента, факторы, влияющие на ассортимент потребительских товаров
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 1 Расчет показателей ассортимента.
Тема 4.2.	**Содержание**

Стратегия и ассортиментная политика розничного торгового предприятия	**1.** Стратегии и тактика управления ассортиментом: основные виды конкурентных стратегий, позиционирование магазинов, сегментирование покупателей, выявление потребностей в товаре
	2. Ассортиментная политика розничного магазина: основные понятия, факторы, влияющие на формирование и разработку ассортиментной политики, анализ и улучшение ассортиментной политики
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
Тема 4.3. Методы и инструменты управления товарным ассортиментом	**Содержание**
	1. ABC-анализ: виды, суть метода, порядок проведения, преимущества и недостатки метода, методика стратификации множества элементов
	2. XYZ-анализ: суть метода, порядок проведения, преимущества и недостатки метода. Совмещенный ABC- и XYZ-анализ
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 2. Расчет основных показателей ассортимента розничного магазина
	Практическое занятие 3. ABC-анализ ассортимента розничного магазина
	Практическое занятие 4. XYZ-анализ, совмещенный ABC- и XYZ-анализ ассортимента розничного магазина
	Практическое занятие 5. Оценка ассортиментной политики розничного торгового предприятия
Тема 4.4. Основы категорийного менеджмента	**Содержание**
	1. Введение в категорийный менеджмент и его философия. Концепция управления категориями товаров (CM – Category Management). Особенности внедрения и процесс категорийного менеджмента, его основные преимущества и недостатки. Основные этапы перехода на категорийный менеджмент. Специфика процесса управления в категорийном менеджменте. 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
Тема 4.5. Методология категорийного ассортимента	**Содержание**
	1. Структурирование и выделение категорий в товарном ассортименте. Формирование категорий в ассортименте. Балансировка ассортимента по широте и глубине. Распределение торговых площадей между категориями
	2. Ассортиментная матрица магазина: суть, принципы, правила и этапы формирования
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 7. Составление карточки-кейса и перевод его на язык «категорийного менеджмента».
	Практическое занятие 8. Составление портрета категории, выбор конкурентов и алгоритмов решения задачи по кейсу
Курсовой проект (работа)20 часов	
Учебная практика (36 часов) **Виды работ** 1. Идентификация товаров по ассортиментной принадлежности 2. Расшифровка маркировки. Информационная идентификация 3. Оценка качества. Установление градаций качества и выявление дефектов товара 4. Контроль над обеспечением оптимальных условия хранения и реализации потребительских товаров 5. Организация подготовки и проведения экспертизы потребительских товаров и оформление ее результатов	

6. Оформление документов для предъявления претензий к поставщикам о несоответствии качества поступивших товаров техническим регламентам, стандартам (техническим условиям), условиям поставок и договоров 7. Расчет и списание товарных потерь. Разработка мер по предупреждению и сокращению товарных потерь 8. Формирование и анализ торгового ассортимента. Расчёт показателей ассортимента товаров.
Производственная практика (72 часов) **Виды работ** 1. Общая организационная характеристика оптового / розничного предприятия-базы практики. 2. Схема размещения ассортимента товаров однородных групп. 2. Расчет основных показателей ассортимента. 3. Анализ ассортиментной политики предприятия с учетом факторов, влияющих на формирование ассортимента. 4. Оценка условий приемки товаров, наличия помещений для хранения продукции с отклонениями по количеству и качеству. 5. Соблюдения санитарно-эпидемиологических требований к товарам. 6. Анализ условия хранения товаров. 7. Изучение товаросопроводительных документов и правильности их оформления. 8. Оценка торговой и производственной маркировки товара. 9. Оценка качественных характеристик товара. 10. Выявление дефектов (пороков) товаров и определение градации качества. 11. Выявление источников товарных потерь и разработка мероприятий по их предупреждению и сокращению.
Промежуточная аттестация 18 часов
Всего 418 часов

2.4. Курсовой проект (работа)

Выполнение Курсового проекта (работы) является обязательным.

тематика курсовых проектов (работ)

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.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинеты «Общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей» оснащенные в соответствии с приложением 3 ОП-П .

Лаборатория «Товароведения и организации экспертизы качества товаров», Мастерская/зона по видам работ «Учебный магазин», оснащенные в соответствии с приложением 3 ОП-П .

Базы практики, оснащенные в соответствии с приложением 3 ОП-П .

3.2. Учебно-методическое обеспечение

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

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. 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

2. 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

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК, ОК	Критерии оценки результата (показатели освоенности компетенций)	Формы контроля и методы оценки
ПК 2.1.	классифицирует товары при решении профессиональных задач; осуществляет кодирование товаров с применением цифровых технологий;	Контрольные работы, зачеты, квалификационные испытания, защита курсовых и
ПК 2.2.	идентифицирует ассортиментную принадлежность товаров	

	устанавливает градацию качества товара	дипломных проектов (работ), экзамены. Интерпретация результатов выполнения практических и лабораторных заданий, оценка решения ситуационных задач, оценка тестового контроля.
ПК 2.3.	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.	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.	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	- Обоснованность планирования учебной и профессиональной деятельности; - соответствие результата выполнения профессиональных задач эталону (стандартам, образцам, алгоритму, условиям, требованиям или ожидаемому результату);	

	- степень точности выполнения поставленных задач.	
ОК 02	- Полнота охвата информационных источников; - скорость нахождения и достоверность информации; - обновляемость и пополняемость знаний, влияющих на результаты учебной и производственной деятельности.	
ОК 04	Осознание своей ответственности за результат коллективной, командной деятельности, готовности к сотрудничеству, использованию опыта коллег; - отсутствие негативных отзывы со стороны коллег и руководства.	
ОК 05	Демонстрация навыков грамотно общения и оформление документации на государственном языке Российской Федерации, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста	
ОК 09	Демонстрация умений понимать тексты на базовые и профессиональные темы; - составлять необходимую документацию на государственном и иностранном языках	

Приложение 1.3
к ОП-П по специальности
38.02.08 Торговое дело

Рабочая программа профессионального модуля

«ПМн.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ»

2024 г.

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. Общая характеристика .....

1.1. Цель и место профессионального модуля «Индекс Наименование ПМ» в структуре образовательной программы .....

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля.....

2. Структура и Содержание профессионального модуля .....

2.1. Трудоемкость освоения модуля .....

2.2. Структура профессионального модуля .....

2.3. Содержание профессионального модуля.....

2.4. Курсовой проект (работа) (для специальностей СПО, если предусмотрено) .....

3. Условия реализации профессионального модуля .....

3.1. Материально-техническое обеспечение.....

3.2. Учебно-методическое обеспечение .....

4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля.....

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

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

Профессиональный модуль включен в обязательную часть образовательной программы.

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

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

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

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

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

	или интересующие профессиональные темы		
ПК 2.1.	маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования; составлять комплексный план проведения маркетингового исследования; составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования; проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга.	задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; методов изучения рынка, анализа окружающей среды; этапов маркетинговых исследований, их результат; методы проведения маркетингового исследования; психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях.	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.
ПК 2.2.	обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций; использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков.	средств удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики	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.
ПК 2.3.	обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных	порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен.	проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий; проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий.
ПК 2.4.	анализировать текущую рыночную конъюнктуру.	видов конкуренции, показателей оценки конкурентоспособности; методов оценки конкурентной среды.	установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках.
ПК 2.5	применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; развивать идеи до бизнес-предложений; оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке; оценивать риски, связанные с бизнесом; анализировать бизнес-концепции; предлагать идеи для дальнейшего развития; применять методы принятия оптимальных решений; находить аргументы в пользу идей; принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и	норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; роли и значения бизнес-плана; основных функций бизнес-плана; классификации основных типов бизнес-планов; методологии и процессов развития бизнес-идеи; порядка разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью	применения норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; использования информации специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана; разработки бизнес-плана и финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов.

	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.		
ПК 2.6.	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.	принципов и методов управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий; методов экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений; методов сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов; методов, способов и приемов для решения задач по анализу;	расчёта показателей эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов

		типов факторных моделей; схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа; методику анализа эффективности использования производственных ресурсов.	
ПК 2.7.	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.	методических материалов по планированию, учету и анализу деятельности организации; спектра специализированных программных продуктов; интерфейса автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации; инновационных средств и устройств информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в предпринимательской деятельности.	определения мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности.
ПК 2.8.	собирать информацию о бизнес-проблемах; анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков.	рисков: понятия и видов; методов оценки риска, связанных с бизнесом; мер снижения риска, связанных с бизнесом; методов оценки выполнимости бизнес-идеи; основных способов анализа и оценки рисков; состава моделей оценки риска; способов оценки риска ликвидности.	сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы.

2.1. Трудоемкость освоения модуля

Наименование составных частей модуля	**Объем в часах**	**В т.ч. в форме практ. подготовки**
Учебные занятия	**272**	**118**
Курсовой проект (работа)	**20**	**20**
Самостоятельная работа	-	-
Практика, в т.ч.:	**108**	**108**
учебная	36	36
производственная	72	72
Промежуточная аттестация	**18**	**18**
Всего	**418**	**266**

2.2. Структура профессионального модуля

Код ОК, ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Обучение по МДК, в т.ч.:	Учебные занятия	Курсовой проект (работа)	Самостоятельная работа[3]	Учебная практика	Производственная практика
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 2.1 ПК 2.2, ПК.2.3 ПК.2.4 ПК.2.5 ПК .2.6 ПК 2.7 ПК 2.8 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09	Раздел 1. Технология проведения маркетинговых исследований	**64**	**226**	**64**	64				
ПК 2.1 ПК 2.2, ПК.2.3 ПК.2.4 ПК.2.5 ПК .2.6 ПК 2.7 ПК 2.8 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09	Раздел 2. Ценообразование в торговой деятельности.	**120**	**62**	**120**	100	20			
ПК 2.1 ПК 2.2, ПК.2.3 ПК.2.4 ПК.2.5 ПК .2.6 ПК 2.7 ПК 2.8 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09	Раздел 3. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы.	**108**	**52**	**108**	108				
ПК 2.1 ПК 2.2, ПК.2.3 ПК.2.4 ПК.2.5 ПК .2.6 ПК 2.7 ПК 2.8	Учебная практика	**36**	**36**					**36**	

[3] *Самостоятельная работа в рамках образовательной программы планируется образовательной организацией.*

ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09								
ПК 2.1 ПК 2.2, ПК.2.3 ПК.2.4 ПК.2.5 ПК .2.6 ПК 2.7 ПК 2.8 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09	Производственная практика	**72**	**72**					**72**
	Промежуточная аттестация	**18**	**18**				36	72
	Всего:	**418**	**266**	**292**	272	20	**36**	**72**

2.3. Содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала, практических и лабораторных занятия, курсовой проект (работа)**
Раздел 1. Технология проведения маркетинговых исследований (64 часа)	
МДК 02.01 Технология проведения маркетинговых исследований	
Тема 1.1. Понятия и сущность маркетинговых исследований	**Содержание**
	1. Цели, задачи и функции маркетинговых исследований. Предмет, объект и основные направления маркетинговых исследований. Понятие и роль маркетинговых исследований в системе маркетинга.
	2. Основные этапы становления и развития маркетинговых исследований. Разработка исследований, сбор данных, анализ данных, формирование основных выводов и интерпретация результатов. Специализированные программные продукты, применяемые в маркетинге.
	3. Основные понятия, цели и задачи проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга. Принципы маркетинговых исследований.
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 1. Построение дерева целей маркетинговых исследований.
	Практическое занятие 2. Постановка цели и определение задач маркетинговых исследований на предприятиях торговли. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач.
	Практическое занятие 3. Решение ситуационных задач
Тема 1.2. Сущность и Содержание маркетинговой информационной системы	**Содержание**
	1. Основные понятия и принципы маркетинговой информационной системы.
	2. Структура и основные этапы проведения маркетингового исследования.
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 4. Выявление проблемы и определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли (предприятие определяется по выбору студентов).
Тема 1.3. Типы маркетинговых исследований	**Содержание**
	1. Поисковые, описательные и пояснительные исследования. Качественные и количественные маркетинговые исследования. Постоянные и разовые исследования
	В том числе практических занятий и лабораторных работ

	Практическое занятие 5. Определение типа маркетингового исследования по выявленным проблемам деятельности торговой организации**.**
	Практическое занятие 6. Сравнительная характеристика типов маркетингового исследования. Их преимущества и недостатки, области применения.
	Практическое занятие 7. Решение ситуационных задач. Сбор вторичной информации.
	Практическое занятие 8. Разработайте сценарий проведения маркетингового исследования методом фокус-групп. Раскройте достоинства и недостатки метода фокус-группы.
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.
	2. Методы оценки конкурентной среды и конкурентоспособности товара
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 9. Определение емкости целевого рынка предприятия торговли с использованием программных продуктов (предприятие определяется по выбору обучающихся).
	Практическое занятие 10. Решение ситуационных задач методом PEST-анализа
	Практическое занятие 11. Определение конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках (товар определяется по выбору обучающихся).
	Практическое занятие 12. Решение ситуационных задач методом SWOT-анализа
Тема 1.5. Основные понятия и методы кабинетных маркетинговых исследований	**Содержание**
	1. Сущность кабинетных маркетинговых исследований и их характеристика.
	2. Методы кабинетных маркетинговых исследований: традиционный (классический) анализ; контент-анализ документов; информативно-целевой анализ
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 13. Определение рыночной доли присутствия торгового предприятия традиционным методом исследования (предприятие определяется по выбору обучающихся).
	Практическое занятие 14. Решение ситуационной задачи. Проведение кабинетных маркетингового исследования с помощью интернет-ресурсов
	Практическое занятие 15. Оценка финансовых показателей деятельности торговой организации по данным финансовой отчетности, как источник информации для оценки внутренней среды торгового предприятия.
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).

	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 16. Определение круга вопросов. Выбор типа анкет. Составление анкет с целью проведения маркетингового исследования
	Практическое занятие 17. Сбор первичной информации для проведения маркетингового исследования с использованием программных продуктов
Тема 1.7. Система выборочных маркетинговых исследований	**Содержание**
	1. Основные понятия, используемых при проведении выборочных исследований. Виды выборки
	2. Основные этапы проектирования и определения объема выборки.
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 18. Построение программы выборочного маркетингового исследования. Сбор информации для проведения выборочного исследования.
Тема 1.8. Обработка результатов маркетинговых исследований	**Содержание**
	1. Методы обработки данных маркетинговых исследований
	2. Программные продукты, используемые при обработке данных результатов маркетинговых исследований
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 19. Обработка результатов маркетинговых исследований с применением программных продуктов
Тема 1.9. Оформление отчета маркетинговых исследований	**Содержание**
	1. Содержание и структура отчета маркетинговых исследований.
	2. Оформление и методы презентации отчета с помощью цифровых технологий.
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 20. Подготовка отчета по результатам маркетингового исследования.
	Практическое занятие 21. Презентация отчета результатов маркетингового исследования с использованием программных продуктов
Раздел 2. Ценообразование в торговой деятельности (100 часов)	
МДК 03.02. Ценообразование в торговой деятельности	
Тема 2.1. Цена как экономическая категория	**Содержание**
	1. Понятие цены. Теоретические концепции цены.
	2. Виды и функции цен
	3. Конкурентные и монопольные цены.
	4. Особенности формирования цен на факторы производства
	3. Состав и структура цены.
	4. Формы и методы государственного регулирования.
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие № 1 Решение задач на определение цены с учетом ее структуры
Тема 2.2. Методы ценообразования	**Содержание**
	1. Товарная и ценовая политика предприятия
	2. Механизм установления цены
	3. Затратные методы ценообразования
	4. Определение цены с ориентацией на спрос
	5. Определение цены с ориентацией на конкуренцию

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

	6. Оценка качества сервиса как основа формирования ценовой политики и стратегии торговых предприятий
	7. Имидж торгового предприятия и репутация торгового персонала, их влияние на политику и стратегии ценообразования
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие № 12–13. Решение задач на определение ценовой стратегии.
Тема 2.7 Методы ценового стимулирования продаж	**Содержание**
	1. Понятие и цели ценового стимулирования продаж
	2. Методы стимулирования продаж
	3. Скидки и надбавки к цене
	4. Причины и условия изменения текущих цен
	5. Оценка ценовых решений в торговле
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие № 14 Решение задач на оценку целесообразности и эффективности ценовых мероприятий по стимулированию продаж
	Практическое занятие № 15 Решение задач на определение скидок от цены продаж и покупок. Предложения скидок при разработке программы лояльности для постоянных покупателей
Тема 2.8 Ценообразование во внешнеэкономической деятельности	**Содержание**
	1. Внешнеторговые операции и ценообразование
	2. Экспортно-импортные цены
	3. Таможенные пошлины и тарифы
	4. Порядок исчисления таможенных пошлин
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие № 16 Решение задач на определение базисной экспортной цены. Расчет импортных внешнеторговых цен
	Практическое занятие № 17 Расчет эффективности сделки на основе экспортно-импортных цен
Тема 2.9. Налоги и ценообразование	**Содержание**
	1. Налоги в составе цены
	2. Акцизы
	3. Налог на добавленные стоимость
	4. Налоговый контроль за ценообразованием.
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие № 18 Расчет суммы акциза.
	Практическое занятие № 19 Расчет на определение ставки и суммы налога на добавленную стоимость. Расчет цены с НДС по разным ставкам.
	Практическое занятие № 20. Расчет суммы НДС к возмещению/вычету из цены поставки товара.
Тема 2.10 Государственная политика и ценообразование	**Содержание**
	1. Государственная ценовая политика и регулирование цен
	2. Государственный контроль ценообразования и применения цен
	3. Единая тарифная политика базовых отраслей Российской Федерации
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие № 21 Решение задач на определение уровня регулирования оптовой и розничной цены
Раздел 3. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы (108 часов)	

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

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

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

	Практическое занятие 27–29. Разработка бизнес-плана с применением специализированных программных продуктов (по выбору образовательной организации)
	Практическое занятие 30–31. Оформление и презентация бизнес-плана / инвестиционного проекта
Курсовой проект (работа) 20 часов	
Учебная практика (36 часов) **Виды работ** 1. Сбор информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы. 2. Проведение Pest анализа, применение метода Ансоффа-Пинье для описания бизнес-модели предпринимательской единицы 3. Выполнение отдельных этапов разработки бизнес-плана: 4. Составление визитки команды. 5. Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы. 6. Определение целевой аудитории по методу Шеррингтона. 7. Построение модели Остервальдера. 8. Определение бизнес-процессов и составление схемы оказания услуг. 9. Разработка и заполнение финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением специализированных программных продуктов 10. Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов. 11. Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования. 12. Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода. 13. Расчеты цен и себестоимости. 14. Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении 15. Составление плана переменных расходов 16. Расчет точки безубыточности 17. Составление бюджета доходов и расходов 18. Составление бюджета движения денежных средств 19. Составление прогнозного баланса 20. Определение и обоснование источников финансирования 21. Расчеты процентов за пользование заемными средствами и составление графика возврата заемных средств 22. Расчет дисконтированного периода окупаемости проекта (DiscountedPaybackPeriod) 23. Расчет чистой текущей стоимости проекта (NetPresentValue) 24. Расчет внутренней нормы доходности проекта (InternalRateofReturn) 25. Расчет индекса прибыльности проекта (IndexofProfitability) 26. Расчеты других значимых показателей (ARR, MIRR, ROE, ROI, EBIT, EBITDA) 27. Разработка мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности.	
Производственная практика (72 часа) **Виды работ** 1. Изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирования целей маркетингового исследования 2. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач. 3. Определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли. 4. Разработка плана проведения маркетингового исследования и согласование с руководителем учебной практики. 5. Определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования. Их описание и назначение в ходе проведения маркетингового исследования. 6. Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации.	

7. Проведения маркетингового исследования в установленные сроки с использованием инструментов комплекса маркетинга и сквозных цифровых технологий. 8. Выявление конкурентов исследуемого торгового предприятия. Определение конкурентных преимуществ исследуемого торгового предприятия на внутреннем и внешних рынках 9. Подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров, повышения объемов продаж торговой организации. 10. Оформление результатов маркетингового исследования. 11. Исследование рынка, проведение статистических исследований по ценовым показателям 12. Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой организации, по данным которой проводится маркетинговое исследование. 13. Применение сквозных цифровых технологий при проведении работ по анализу ценовых показателей товаров (перечень товаров подбирает обучающийся по согласованию с руководителем учебной практики). 14. Анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации. 15. Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках. 16. Оформление результатов анализа ценовой политики и ценовой стратегии торгового предприятия. 17. Представление презентации по итогам анализа ценообразования торгового предприятия. 18. Проверка обоснованности заявленных цен на товары, работы, услуги **19.** Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации
Промежуточная аттестация 18 часов
Всего 418 часов

.4. Курсовой проект (работа)

Выполнение Курсового проекта (работы) является обязательным.

тематика курсовых проектов (работ)

1. Инфляция: понятие, виды, методы измерения и анализа и ее влияние на цену
2. Отраслевые особенности ценообразования
3. Прибыль предприятия как составная часть цены
4. Ценообразующие факторы, понятие и влияние на цену
5. Понятие ценовой политики. Принципы ценообразования
6. Понятие ценовой стратегии и ее виды
7. Акциз как составляющая цены. Порядок исчисления
8. Конкуренция и ее влияние на цену
9. Ценообразование в торговле
10. Себестоимость продукции как составная часть цены. Ее виды и статьи затрат.
11. Прямые и косвенные методы государственного регулирования цен.
12. Ценообразование на рынке строительных услуг.
13. Мировая цена, ее определение и виды. Цены международных контрактов.
14. Ценообразование в общественном питании.
15. Затратные и эконометрические методы ценообразования.
16. Закон спроса и предложения и его влияние на цену.
17. Налог на добавленную стоимость как составляющая часть цены.
18. Порядок формирования цен на импортные товары.
19. Особенности формирования цен на автотранспортные услуги.
20. Таможенные пошлины. Виды, порядок исчисления и взимания.
21. Таможенная стоимость и ее исчисление в практике ценообразования.
22. Методы ценового стимулирования продаж

23. Трансфертное ценообразование и контролируемые сделки
24. Ценообразование по внешнеторговым сделкам
25. Имидж торгового предприятия и репутация торгового персонала, их влияние на политику и стратегии ценообразования

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинеты «Общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей» оснащенные в соответствии с приложением 3 ОП-П .

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

Базы практики, оснащенные в соответствии с приложением 3 ОП-П .

3.2. Учебно-методическое обеспечение

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

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Бизнес-планирование: учебник / под ред. Т.Г. Попадюк, В.Я. Горфинкеля. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2021. — 296 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0617-4. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1247086 (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

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

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

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК, ОК	Критерии оценки результата (показатели освоенности компетенций)	Формы контроля и методы оценки
ПК 2.1	Составляет план проведения маркетингового исследования Устанавливает сроки и требования к проведению маркетингового исследования Определяет маркетинговые инструменты, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования	Контрольные работы, зачеты, квалификационные испытания, экзамены.

	Осуществляет поиск первичной и вторичной маркетинговой информации	Интерпретация результатов выполнения практических и лабораторных заданий, оценка решения ситуационных задач, оценка тестового контроля.
ПК 2.2	Устанавливает конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках Рассчитывает показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов Разрабатывает предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации Использует программные продукты в системе продвижения товаров (услуг) организации	
ПК 2.3	Проводит сбор, мониторинг и систематизирует ценовые показатели товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий	
ПК 2.4	Обосновывает конкурентные преимущества товара на внешнем и внутренних рынках	
ПК 2.5	Соблюдает правила и принципы разработки бизнес-плана (полнота и точность составления разделов бизнес-плана) Использует информационные технологий в процессе составления бизнес-плана Использует информацию специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана.	
ПК 2.6	Рассчитывает и обосновывает результаты анализа финансовых результатов деятельности организации Применяет различные платформы в системе продвижения товаров (услуг) организации	
ПК 2.7	Обосновывает разработанные мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности	
ПК 2.8	Составляет план сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы Выявляет проблемы и риски предпринимательской деятельности	
ОК 01	- Обоснованность планирования учебной и профессиональной деятельности; - соответствие результата выполнения профессиональных задач эталону (стандартам, образцам, алгоритму, условиям, требованиям или ожидаемому результату); - степень точности выполнения поставленных задач.	
ОК 02	- Полнота охвата информационных источников; - скорость нахождения и достоверность информации; - обновляемость и пополняемость знаний, влияющих на результаты учебной и производственной деятельности.	
ОК 04	- Осознание своей ответственности за результат коллективной, командной деятельности, готовности к сотрудничеству, использованию опыта коллег; - отсутствие негативных отзывы со стороны коллег и руководства.	
ОК 05	- Демонстрация навыков грамотно общения и оформление документации на государственном языке Российской Федерации, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста	
ОК 09	- Демонстрация умений понимать тексты на базовые и профессиональные темы; - составлять необходимую документацию на государственном и иностранном языках	

Приложение 1.4
к ОП-П по специальности
38.02.08 Торговое дело

Рабочая программа профессионального модуля

«ПМн.03 ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ»

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. Общая характеристика .....

1.1. Цель и место профессионального модуля «Индекс Наименование ПМ» в структуре образовательной программы .....

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля .....

2. Структура и Содержание профессионального модуля .....

2.1. Трудоемкость освоения модуля .....

2.2. Структура профессионального модуля .....

2.3. Содержание профессионального модуля .....

2.4. Курсовой проект (работа) (для специальностей СПО, если предусмотрено) .....

3. Условия реализации профессионального модуля .....

3.1. Материально-техническое обеспечение .....

3.2. Учебно-методическое обеспечение .....

4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля .....

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

«ПМн.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами»

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Цель модуля: освоение вида деятельности «Организация производственной деятельности персонала структурных подразделений предприятий отрасли связи».

Профессиональный модуль включен в обязательную часть образовательной программы.

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

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

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

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

	информацию, оформлять результаты поиска оценивать практическую значимость результатов поиска применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач использовать современное программное обеспечение в профессиональной деятельности использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач	формат оформления результатов поиска информации современные средства и устройства информатизации, порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности, в том числе цифровые средства психологические основы деятельности коллектива	
ОК 04	организовывать работу коллектива и команды взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	психологические особенности личности правила оформления документов	-
ОК 05	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке проявлять толерантность в рабочем коллективе	правила построения устных сообщений особенности социального и культурного контекста	-
ОК 09	понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые) писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика) лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности особенности произношения правила чтения текстов профессиональной направленности	-
ПК 3.1.	работать с различными источниками информации и использовать ее открытые источники для расширения клиентской базы и доступные информационные ресурсы организации; вести и актуализировать базу	специализированных программных продуктов; методики выявления потребностей клиентов.	сбора, формирования, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях; поиска и выявления потенциальных клиентов; формирования и актуализации клиентской

	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.		базы; проведения мониторинга деятельности конкурентов.
ПК 3.2.	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	методики выявления потребностей; техники продаж; методик проведения презентаций; потребительских свойств товаров; требований и стандартов производителя.	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.

	преддоговорной работы в установленной форме; обеспечивать конфиденциальность полученной информации; анализировать результаты преддоговорной работы с клиентом и разрабатывать план дальнейших действий.		
ПК 3.3.	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.	принципов и порядка ведения претензионной работы; ассортимента товаров; стандартов организации; стандартов менеджмента качества; гарантийной политики организации.	сопровождения клиентов с момента заключения сделки до выдачи продукции; мониторинг и контроль выполнения условий договоров.
ПК 3.4.	разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров; собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж; планировать работу по	специализированных программных продуктов	анализа и разработки мероприятий по выполнению плана продаж; выполнения запланированных показателей по объему продаж

	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;		
ПК 3.5.	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.	методики позиционирования продукции организации на рынке; методов сегментирования рынка; методов анализа эффективности мероприятий по продвижению продукции.	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;
ПК 3.6	анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков; обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков; анализировать оборачиваемость складских остатков.	инструкций по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов.	контроля состояния товарных запасов.

ПК 3.7.	составлять отчетную документацию по продажам.	приказов, положений, инструкций, нормативной документации по регулированию продаж и организацию послепродажного обслуживания.	анализа выполнения плана продаж.
ПК 3.8	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.	основ организации послепродажного обслуживания.	информационно-справочного консультирования клиентов; контроля степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания; обеспечения соблюдения стандартов организации.

2.1. Трудоемкость освоения модуля

Наименование составных частей модуля	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	**200**	**140**
Курсовой проект (работа)	-	-
Самостоятельная работа	-	-
Практика, в т.ч.:	**144**	**144**
учебная	36	36
производственная	108	108
Промежуточная аттестация	**12**	**12**
Всего	**356**	**296**

2.2. Структура профессионального модуля

Код ОК, ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Обучение по МДК, в т.ч.:	Учебные занятия	Курсовой проект (работа)	Самостоятельная работа[4]	Учебная практика	Производственная практика
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
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	**200**	**140**	**200**	200				
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	Учебная практика	**36**	**36**					**36**	
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	Производственная практика	**108**	**108**						**108**
	Промежуточная аттестация	**12**	**12**						
	Всего:	**356**	**296**	**200**	**200**	**200**		**36**	**108**

2.3. Содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала, практических и лабораторных занятия, курсовой проект (работа)**
Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами (200 часов)	
МДК 03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	
Тема 1.1. Формирование клиентской базы	**Содержание**
	1. Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании.
	2. Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности. Методы удержания клиентов.

[4] *Самостоятельная работа в рамках образовательной программы планируется образовательной организацией.*

	3. Пути формирования клиентской базы
	4. Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, CEM, CMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRM).
	5. Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России
	В том числе практических занятий
	Практическое занятие 1-4. Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации
	Практическое занятие 5-7. Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров.
	Практическое занятие 8-9. Изучение программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности.
Тема 1.2. Организация и осуществление преддоговорной и предпродажной работы	**Содержание**
	1. Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий
	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»
	3. 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.
	4. Холодные продажи. Особенности телефонного разговора в холодных продажах. Технические особенности холодных звонков.
	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. Мерчандайзинг. понятие, правила и программы
	7. 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.
	8. Методика построения планограммы. Правила оформления ценников.
	В том числе практических занятий
	Практическое занятие 10-11. Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий.
	Практическое занятие 12-13. Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении.
	Практическое занятие 14-15. Формирование портфеля коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж
	Практическое занятие 16-17. Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов.
	Практическое занятие 18-19. Фиксация и анализ результатов преддоговорной работы с клиентом, и разработка плана дальнейших действий с применением специализированных программных продуктов.
	Практическое занятие 20-21. Использование интернет-вещей для оптимизации торговых процессов.
	Практическое занятие 22-23. Оформление витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий.

	Практическое занятие 24-25. Анализ эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчандайзинговых подходов
Тема 1.3. Организация и осуществление продажи потребительских товаров	**Содержание**
	1. Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж.
	2.Технологии продаж потребительских товаров в розничных торговых предприятиях, интернет-магазинах и на маркетплейсах
	3. Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок
	4. Подготовка и проведение презентаций потребительских товаров
	В том числе практических занятий
	Практическое занятие 26-27. Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи
	Практическое занятие 28-30Подготовка презентации товара для клиентов с учетом их потребностей
	Практическое занятие 31-33. Работа с возражениями в процессе продажи товаров
Тема 1.4. Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги торговли и соблюдения стандартов организации	**Содержание**
	1.Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования. Бизнес-процессы и стандарты работы розничного магазина
	2. Принципы и порядок ведения претензионной работы. Схема работы с претензиями. Алгоритм ответа на претензию
	В том числе практических занятий
	Практическое занятие 34-35. Организация процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации
	Практическое занятие 36-37. Продажа дополнительных услуг торгового предприятия
	Практическое занятие 38-39. Оказание содействия клиентам в процессе продажи
	Практическое занятие 40-41. Урегулирование спорных вопросов, претензий
Тема 1.5. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса	**Содержание**
	1. Позиционирование продукции организации на рынке
	2. Методы сегментирования рынка. Портрет клиента.
	3.Методы стимулирования продаж
	В том числе практических занятий
	Практическое занятие 42-45. Сбор, анализ и систематизация данных по объемам продаж
	Практическое занятие 46-49. Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж
	Практическое занятие 50-52. Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж
Тема 1.6. Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж	**Содержание**
	1. Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Формирование отчетов о продажах
	В том числе практических занятий
	Практическое занятие 53-55. Составление отчетной документации по продажам
	Практическое занятие 56-59. ABC, XYZ-анализ текущей клиентской базы.
	Практическое занятие 60-62. Формирование отчета о работе с текущей базой (пенетрации, индекса лояльности — NPS, ценности клиента- LTV, показателя удержания покупателя –CRR, среднего дохода на покупателя – ARC)

Тема 1.7. Анализ и контроль состояния товарных запасов	**Содержание**
	1. Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль
	В том числе практических и лабораторных занятий
	Практическое занятие 63-65. Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости
Тема 1.8. Организация послепродажного обслуживания, консультационно-информационное сопровождение клиентов	**Содержание**
	1. Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов
	В том числе практических занятий
	Практическое занятие 66-68. Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров.
	Практическое занятие 69-71. Разработка плана послепродажного обслуживания клиента
	Практическое занятие 72-76. Анализ уровня удовлетворенности качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия»
Учебная практика (36 часов) **Виды работ** 1. Работа с открытыми источниками информации и доступными информационными ресурсами организации для расширения клиентской базы и определения приоритетных потребностей клиентов 2. Анализ и систематизация информации о состоянии рынка потребительских товаров, деятельности конкурентов с использованием внешних и внутренних источников 3. Установление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров. 4. Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов 5. Разработка Уникального торгового предложения 6. Подготовка презентации товара, 7. Организация обслуживания клиентов: предоставление информации по продукции и услугам с использованием профессиональных и технических терминов с их пояснениями, опознавание признаков неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; работа с возражениями клиента, применение техники по закрытию сделки. 8. Разработка мероприятий по стимулированию продаж и расчет их эффективности	
Производственная практика (108 часов) **Виды работ** 1. Наполнение и поддержание в актуальном состоянии клиентской базы. 2. Анализ текущей клиентской базы и уровня удовлетворенности клиентов качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия. 3. Анализ программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности 4. Проведение первичного мерчандайзинг- аудита розничных торговых объектов 5. Разработка плана оформления витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий. 6. Осуществление отгрузки/выдачи продукции клиенту в соответствии с регламентами организации, оформление документации при отгрузке/выдаче продукции 7. Мониторинг и контроль выполнения условий договоров с использованием специальных программных продуктов. 8. Урегулирование спорных вопросов, претензий. 9. Разработка мероприятий по выполнению плана продаж. 10. Формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов. 11. Выполнение операций по контролю над состоянием и анализу товарных запасов с применением программных продуктов 12. Разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания.	
Промежуточная аттестация 12 часов	
Всего 356 часов	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинеты «Общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей» оснащенные в соответствии с приложением 3 ОП-П .

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

Базы практики, оснащенные в соответствии с приложением 3 ОП-П .

3.2. Учебно-методическое обеспечение

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

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. 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

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК, ОК	Критерии оценки результата (показатели освоенности компетенций)	Формы контроля и методы оценки
ПК 3.1	– 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.	Контрольные работы, зачеты, квалификационные испытания, экзамены. Интерпретация результатов выполнения практических и лабораторных заданий, оценка решения ситуационных задач, оценка тестового контроля.
ПК 3.2	– 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	– Опознает признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; – Суммирует выгоды и предлагать план действий клиенту; Демонстрирует способность урегулирования спорных вопросов, претензий клиентов.	
ПК 3.4	– Планирует объемы собственных продаж; – Разрабатывает мероприятия по выполнению плана продаж; Анализирует выполнения плана продаж.	
ПК 3.5	– Предлагает способы информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях; Применяет методы стимулирования клиентов на заключение сделки.	
ПК 3.6	Анализирует товарные запасы по предоставленным данным с применением программных продуктов	
ПК 3.7	– 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	– Составляет мероприятия по организации послепродажного обслуживания; Разрабатывает информационные материалы для послепродажного консультационно-информационного сопровождения клиента.	
ОК 01	- Обоснованность планирования учебной и профессиональной деятельности; - соответствие результата выполнения профессиональных задач эталону (стандартам, образцам, алгоритму, условиям, требованиям или ожидаемому результату); - степень точности выполнения поставленных задач.	
ОК 02	- Полнота охвата информационных источников; - скорость нахождения и достоверность информации; - обновляемость и пополняемость знаний, влияющих на результаты учебной и производственной деятельности.	
ОК 04	- Осознание своей ответственности за результат коллективной, командной деятельности, готовности к сотрудничеству, использованию опыта коллег; - отсутствие негативных отзывы со стороны коллег и руководства.	
ОК 05	- Демонстрация навыков грамотно общения и оформление документации на государственном языке Российской Федерации, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста	
ОК 09	- Демонстрация умений понимать тексты на базовые и профессиональные темы;	

	- составлять необходимую документацию на государственном и иностранном языках	

Приложение 1.5
к ОП-П по специальности
38.02.08 Торговое дело

Рабочая программа профессионального модуля

«ПМн.03 ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ АВТОТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ, КОСМИЧЕСКИХ ПРОДУКТОВ, УСЛУГ И ТЕХНОЛОГИЙ И КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ»

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. Общая характеристика .....

1.1. Цель и место профессионального модуля «Индекс Наименование ПМ» в структуре образовательной программы .....

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля .....

2. Структура и Содержание профессионального модуля .....

2.1. Трудоемкость освоения модуля .....

2.2. Структура профессионального модуля .....

2.3. Содержание профессионального модуля .....

2.4. Курсовой проект (работа) (для специальностей СПО, если предусмотрено) .....

3. Условия реализации профессионального модуля .....

3.1. Материально-техническое обеспечение .....

3.2. Учебно-методическое обеспечение .....

4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля .....

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

«ПМн.03 Осуществление продаж автотранспортных средств, космических продуктов, услуг и технологий и координация работы с клиентами»

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Цель модуля: освоение вида деятельности «Осуществление продаж автотранспортных средств, космических продуктов, услуг и технологий и координация работы с клиентами».

Профессиональный модуль включен в обязательную часть образовательной программы.

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

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

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

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

	информацию, оформлять результаты поиска оценивать практическую значимость результатов поиска применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач использовать современное программное обеспечение в профессиональной деятельности использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач	приемы структурирования информации формат оформления результатов поиска информации современные средства и устройства информатизации, порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности, в том числе цифровые средства психологические основы деятельности коллектива	
ОК 04	организовывать работу коллектива и команды взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	психологические особенности личности правила оформления документов	-
ОК 05	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке проявлять толерантность в рабочем коллективе	правила построения устных сообщений особенности социального и культурного контекста	-
ОК 09	понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые) писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика) лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности особенности произношения правила чтения текстов профессиональной направленности	-
ПК 3.1.	работать с различными источниками информации, использовать ее открытые источники и доступные	специализированных программных продуктов;	сбора, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях;

	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.	методики выявления потребностей клиентов	поиска и выявления потенциальных клиентов; наполнения и поддержания в актуальном состоянии клиентской автоматизированной базы данных (клиентской базы); мониторинга деятельности конкурентов.
ПК 3.2.	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	состава закупочной документации; методики выявления потребностей клиентов; методик проведения презентаций; основных технических характеристик, преимуществ и недостатков продукции российских и мировых производителей; технические и эксплуатационные характеристики продаваемых товаров; устройства и особенностей конструкции транспортного средства: двигателя,	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;

	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.	трансмиссии, систем безопасности, кузова; требований и стандартов производителя.	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.
ПК 3.3.	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	принципов и порядка ведения претензионной работы; модельного ряда продукции; стандартов организации; стандартов менеджмента качества.	сопровождения клиентов с момента заключения сделки до выдачи продукции; мониторинг и контроль выполнения условий договоров.

	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.		
ПК 3.4.	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	специализированных программных продуктов.	разработки мероприятий по выполнению плана продаж; выполнения запланированных показателей по объему продаж (выкупа и продаж).

	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.		
ПК 3.5.	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.	методики позиционирования продукции организации на рынке; методов сегментирования рынка; методов анализа эффективности мероприятий по продвижению продукции.	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.
ПК 3.6	анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков; обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков; анализировать оборачиваемость складских остатков.	инструкций по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов.	контроля состояния склада товаров.
ПК 3.7.	составлять отчетную документацию по продажам.	приказов, положений, инструкций,	анализа выполнения плана продаж.

		нормативной документации.	
ПК 3.8	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.	организации послепродажного обслуживания.	информационно-справочного консультирования клиентов; контроля степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания; обеспечения соблюдения стандартов организации.

2.1. Трудоемкость освоения модуля

Наименование составных частей модуля	**Объем в часах**	**В т.ч. в форме практ. подготовки**
Учебные занятия	**200**	**140**
Курсовой проект (работа)	**-**	**-**
Самостоятельная работа	-	-
Практика, в т.ч.:	**144**	**144**
учебная	36	36
производственная	108	108
Промежуточная аттестация	**12**	**12**
Всего	**356**	**296**

2.2. Структура профессионального модуля

Код ОК, ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Обучение по МДК, в т.ч.:	Учебные занятия	Курсовой проект (работа)	Самостоятельная работа[5]	Учебная практика	Производственная практика
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
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	**200**	**140**	**200**	200				
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	Учебная практика	**36**	**36**					**36**	
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	Производственная практика	**108**	**108**						**108**
	Промежуточная аттестация	**12**	**12**						
	Всего:	**356**	**296**	**200**	**200**	**200**		**36**	**108**

2.3. Содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала, практических и лабораторных занятия, курсовой проект (работа)**
Раздел 1. Технология продаж автотранспортных средств, космических продуктов, услуг и технологий и координация работы с клиентами (200 часов)	
МДК.01.03 Технология продаж автотранспортных средств, космических продуктов, услуг и технологий и координация работы с клиентами	
Тема 1.1.	**Содержание**
	1. Понятие о производстве и классификация автотранспортных средств.

[5] *Самостоятельная работа в рамках образовательной программы планируется образовательной организацией.*

Устройство, конструктивные особенности, технические и эксплуатационные характеристики автотранспортных средств и автотоваров	**2.** Общие сведения о конструкции легковых автомобилей: двигателя, трансмиссии, систем безопасности, кузова
	3. Потребительские свойства автотранспортных средств. Технические и эксплуатационные характеристики продаваемых товаров.
	4 Запасные части и эксплуатационные средства для автомобилей
	5 Средства для ухода за автомобилями
	6 Автомобильные аксессуары
	7. 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 1–3: Изучение конструктивных особенностей автотранспортных средств.
	Практическое занятие 4–6: Исследование потребительских свойств автотранспортных средств
	Практическое занятие 7–8: Исследование особенностей маркировки автомобилей. Идентификационный номер
	Практическое занятие 9–11: Идентификация и сравнительная характеристика потребительских свойств автомобильных двигателей
	Практическое занятие 12–13: Информационная идентификация автомобильных агрегатов по маркировке и эксплуатационным документам
	Практическое занятие 14–15: Изучение маркировки автомобильных шин в системе ЧЕСТНЫЙ ЗНАК
	Практическое занятие 16–18: Сравнительная характеристика потребительских свойств запасных частей отечественного и зарубежного производителя
	Практическое занятие 19–21: Сравнительная характеристика потребительских свойств тормозных и охлаждающих жидкостей разных марок по составу и показателям качества
	Практическое занятие 22–23: Информационная идентификация эксплуатационных средств для автомобилей
	Практическое занятие 24: Изучение требований к особенностям упаковки и организации транспортирования эксплуатационных средств для автомобилей и хранения
	Практическое занятие 25–26: Изучение требований к особенностям хранения эксплуатационных средств для автомобилей и исследование путей снижения потерь
	Практическое занятие 27–29: Сравнительная оценка потребительских свойств по уходу за автомобилями
	Практическое занятие 30: Изучение требований к маркировке средств для ухода за автомобилями
	Практическое занятие 31–32: Информационная идентификация средств для ухода за автомобилями
	Практическое занятие 33: Изучение требований к особенностям организации транспортирования и хранения по НТД
Тема 1.2. Классификация и область применения космических продуктов.	**Содержание**
	1. Понятие о производстве и классификация космических продуктов, услуг и космических технологий
	2. Технические характеристики и область применения космических продуктов и космических технологий.
	В том числе практических занятий и лабораторных работ

	Практическое занятие 34–38: Исследование технических характеристик космических продуктов.
Тема 1.3. Формирование клиентской базы	**Содержание**
	1. Клиентоориентированность и потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности. Методы удержания клиентов.
	2. Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, CEM, CMR, 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 39–40: Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации
	Практическое занятие 41–42: Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров, тест-драйвов, пробных поездок с потенциальными и существующими клиентами
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
	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 43–44: Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий.
	Практическое занятие 45–46: Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении.
	Практическое занятие 47–48: Формирование коммерческих предложений в соответствии с установленными потребностями клиента и составление плана собственных продаж
	Практическое занятие 49–50: Фиксация и анализ результатов преддоговорной работы с клиентом, и разработка плана дальнейших действий
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.
	2. Методики подготовки и проведения презентаций товара для клиента с учетом его потребностей
	В том числе практических и лабораторных занятий
	Практическое занятие 51: Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи
	Практическое занятие 52: Клиентинг – продажи, ориентированные на интересы и потребности покупателя.
	Практическое занятие 53–55: Подготовка презентации товара для клиента с учетом его потребностей
	Практическое занятие 56: Подготовка проведения тест-драйва/пробной поездки и оформление соответствующей документацию в соответствии со стандартами торговой организации
Тема 1.6.	**Содержание**

Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе продажи и (или) выкупа товаров и соблюдения стандартов торговой организации	**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 57: Оформление договора купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации
	Практическое занятие 58: Оформление заказа на установку дополнительного оборудования для оснащения автотранспортного средства
	Практическое занятие 59: Оформление и при отгрузке/выдаче автотранспортного средства
	Практическое занятие 60–61: Урегулирование спорных вопросов, претензий
	Практическое занятие 62–63: Изучение программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности
Тема 1.7. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса	**Содержание**
	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 64: Анализ тенденций развития рынка и отрасли автомобилестроения
	Практическое занятие 65: Анализ установленного плана продаж и разработка мероприятий по его реализации
	Практическое занятие 66–67: Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж
	Практическое занятие 68: Оценка эффективности мероприятий по стимулированию продажи автотранспортных средств, космических продуктов, услуг и технологий
Тема 1.8. Организация контроля продаж. Эффективность продаж	**Содержание**
	1. Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота.
	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 69: Составление отчетной документации по продажам, в т.ч. с использованием специального программного обеспечения.
	Практическое занятие 70: ABCXYZ-анализ текущей базы
	Практическое занятие 71–72: Формирование отчета о работе с текущей базой: пенетрации, индекса лояльности — NPS, ценности клиента - LTV, показателя удержания покупателя –CRR, среднего дохода на покупателя – ARC
Тема 1.9. Контроль состояния товарных запасов	**Содержание**
	1. Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль
	В том числе практических и лабораторных занятий
	Практическое занятие 73: Анализ состояния складских остатков и оборачиваемости товарных запасов
Тема 1.10. Организация послепродажного консультационно-информационного	**Содержание**
	1. Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов
	В том числе практических и лабораторных занятий
	Практическое занятие 74: Разработка рекомендации для клиентов по

сопровождение клиентов	эффективному использованию и эксплуатации автотранспортных средств, космических продуктов и технологий с учетом их специфики и назначением.
	Практическое занятие 75: Разработка плана послепродажного обслуживания клиента
	Практическое занятие 76: Установление контактов **с** клиентом для сбора информации об уровне удовлетворенности качеством предоставления услуг
Учебная практика (36 часов) **Виды работ** 1. Работа с открытыми источниками информации и доступными информационными ресурсами организации для расширения клиентской базы и определения приоритетных потребностей клиентов 2. Анализ и систематизация информации о состоянии рынка потребительских товаров, деятельности конкурентов с использованием внешних и внутренних источников 3. Установление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров. 4. Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов 5. Разработка Уникального торгового предложения 6. Подготовка презентации товара, 7. Организация обслуживания клиентов: предоставление информации по продукции и услугам с использованием профессиональных и технических терминов с их пояснениями, опознавание признаков неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; работа с возражениями клиента, применение техники по закрытию сделки. 8. Разработка мероприятий по стимулированию продаж и расчет их эффективности	
Производственная практика (108 часов) **Виды работ** 1. Анализ текущей клиентской базы и уровня удовлетворенности клиентов качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия. 2. Анализ программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности 3. Ведение деловой переписки с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж; 4. Проведение первичного мерчандайзинг- аудита розничных торговых объектов 5. Разработка плана оформления витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий. 6. Обеспечение безопасности клиента при проведении тест-драйва/пробной поездки 7. Оформление заказов на установку дополнительного оборудования 8. Осуществление отгрузки/выдачи продукции клиенту в соответствии с регламентами организации, оформление документации при отгрузке/выдаче продукции 9. Мониторинг и контроль выполнения условий договоров с использованием специальных программных продуктов. 10. Урегулирование спорных вопросов, претензий. 11. Разработка мероприятий по выполнению плана продаж. 12. Формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов. 13. Выполнение операций по контролю над состоянием и анализу товарных запасов с применением программных продуктов 14. Разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания.	
Промежуточная аттестация 12 часов	
Всего 356 часов	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинеты «Общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей» оснащенные в соответствии с приложением 3 ОП-П .

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

Базы практики, оснащенные в соответствии с приложением 3 ОП-П .

3.2. Учебно-методическое обеспечение

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

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. 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

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК, ОК	Критерии оценки результата (показатели освоенности компетенций)	Формы контроля и методы оценки
ПК 3.1	– 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.	Контрольные работы, зачеты, квалификационные испытания, экзамены. Интерпретация результатов выполнения практических и лабораторных заданий, оценка решения ситуационных задач, оценка тестового контроля.
ПК 3.2	– 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	– Распознает признаки неудовлетворенности клиента качеством	

	товара и/или предоставления услуг послепродажного обслуживания; – Определяет выгоды клиента при совершении торговой сделки и предлагает план действий клиенту; – Демонстрирует способность урегулирования спорных вопросов, претензий клиентов; Применяет приемы работы по возражениям клиента и устранению конфликтных ситуаций.	
ПК 3.4	– Планирует объемы собственных продаж; – Разрабатывает мероприятия по выполнению плана продаж; Анализирует выполнения плана продаж.	
ПК 3.5	– Предлагает способы информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях; Применяет методы стимулирования клиентов на заключение сделки.	
ПК 3.6	Анализирует товарные запасы по предоставленным данным с применением программных продуктов.	
ПК 3.7	– 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	– Составляет мероприятия по организации послепродажного обслуживания; Разрабатывает информационные материалы для послепродажного консультационно-информационного сопровождения клиента	
ОК 01	- Обоснованность планирования учебной и профессиональной деятельности; - соответствие результата выполнения профессиональных задач эталону (стандартам, образцам, алгоритму, условиям, требованиям или ожидаемому результату); - степень точности выполнения поставленных задач.	
ОК 02	- Полнота охвата информационных источников; - скорость нахождения и достоверность информации; - обновляемость и пополняемость знаний, влияющих на результаты учебной и производственной деятельности.	
ОК 04	- Осознание своей ответственности за результат коллективной, командной деятельности, готовности к сотрудничеству, использованию опыта коллег; - отсутствие негативных отзывы со стороны коллег и руководства.	
ОК 05	- Демонстрация навыков грамотно общения и оформление документации на государственном языке Российской Федерации, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста	
ОК 09	- Демонстрация умений понимать тексты на базовые и профессиональные темы; - составлять необходимую документацию на государственном и иностранном языках	

Приложение 1.6
к ОП-П по специальности
38.02.08 Торговое дело

Рабочая программа профессионального модуля

«ПМн.03 ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ И ТЕХНОЛОГИЙ И КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ»

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. Общая характеристика .....

1.1. Цель и место профессионального модуля «Индекс Наименование ПМ» в структуре образовательной программы .....

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля.....

2. Структура и Содержание профессионального модуля .....

2.1. Трудоемкость освоения модуля .....

2.2. Структура профессионального модуля .....

2.3. Содержание профессионального модуля.....

2.4. Курсовой проект (работа) (для специальностей СПО, если предусмотрено) .....

3. Условия реализации профессионального модуля .....

3.1. Материально-техническое обеспечение.....

3.2. Учебно-методическое обеспечение .....

4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля.....

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

«ПМн.03 Осуществление продаж информационно-коммуникационных продуктов и технологий и координация работы с клиентами»

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

Цель модуля: освоение вида деятельности «Осуществление продаж информационно-коммуникационных продуктов и технологий и координация работы с клиентами».

Профессиональный модуль включен в обязательную часть образовательной программы.

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

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

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

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

	оценивать практическую значимость результатов поиска применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач использовать современное программное обеспечение в профессиональной деятельности использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач	современные средства и устройства информатизации, порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности, в том числе цифровые средства психологические основы деятельности коллектива	
ОК 04	организовывать работу коллектива и команды взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	психологические особенности личности правила оформления документов	-
ОК 05	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке проявлять толерантность в рабочем коллективе	правила построения устных сообщений особенности социального и культурного контекста	-
ОК 09	понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые) писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика) лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности особенности произношения правила чтения текстов профессиональной направленности	-
ПК 3.1.	искать новых клиентов в рамках существующих каналов сбыта; вести деловые переговоры и деловую переписку с потенциальными клиентами; выявлять потребности клиента в процессе переговоров;	модели продаж инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих; методы и инструменты поиска информации;	поиска новых покупателей инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих и сбора информации о потребностях клиента; ведения базы данных клиентов, учетной

	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.	правила работы с базами данных на уровне пользователя; назначение и правила использования компьютерного и офисного оборудования; инструкции по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов.	документации по базе клиентов, заключенным договорам на продажу и сопровождение инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих.
ПК 3.2.	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.	методов поиска информации о потенциальных потребностях в инфокоммуникационных системах и (или) их составляющих; основных технических характеристик, преимуществ и недостатков продукции мировых и российских производителей инфокоммуникационных систем 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.
ПК 3.3.	оформлять коммерческие предложения с использованием офисных программных приложений; подготавливать и проводить презентации продаваемых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих для потенциальных клиентов.	основных технических характеристик, преимуществ и недостатков продукции мировых и российских производителей инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих; правил подготовки и проведения презентации, в том числе с использованием информационных технологий.	подготовки коммерческих предложений с учетом установленных условий поставщиков, правил отгрузки в организации и особенностей клиента; презентации инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих потенциальным клиентам.
ПК 3.4.	анализировать тенденции развития рынка отечественного программного обеспечения; разрабатывать предложения для формирования плана продаж продукта; собирать, анализировать и	специализированных программных продуктов.	разработки мероприятий по выполнению плана продаж; выполнения запланированных показателей по объему продаж (выкупа и продаж).

	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.		
ПК 3.5.	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	методов поиска информации об условиях использования и возможностях продаваемых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих; технических характеристик и отличительных особенностей продаваемых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих; отечественных и зарубежных производителей инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих и направления (типы) выпускаемой ими продукции; продукции отечественных производителей, аналогичной продаваемым зарубежным инфокоммуникационным продуктам 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.

	инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих.		
ПК 3.6	осуществлять поиск информации по клиентам и партнерам; вести учетную документацию по продажам инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих	Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией; инструкций по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов.	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.
ПК 3.7.	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.	этики конкурентной разведки в области продаж инфокоммуникационных систем; принципов эффективной работы системы управления взаимоотношениями с клиентами; моделей продаж инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих.	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.

2.1. Трудоемкость освоения модуля

Наименование составных частей модуля	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	**200**	**140**
Курсовой проект (работа)	-	-
Самостоятельная работа	-	-
Практика, в т.ч.:	**144**	**144**
учебная	36	36

производственная	108	108
Промежуточная аттестация	**12**	**12**
Всего	**356**	**296**

2.2. Структура профессионального модуля

Код ОК, ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Обучение по МДК, в т.ч.:	Учебные занятия	Курсовой проект (работа)	Самостоятельная работа[6]	Учебная практика	Производственная практика
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
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 09	Раздел 1. Технология продаж информационно-коммуникационных продуктов и технологий и координация работы с клиентами	**200**	**140**	**200**	200				
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 09	Учебная практика	**36**	**36**					**36**	
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 09	Производственная практика	**108**	**108**						**108**
	Промежуточная аттестация	**12**	**12**						
	Всего:	**356**	**296**	**200**	**200**	**200**		**36**	**108**

2.4. Содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем	**Содержание учебного материала, практических и лабораторных занятия, курсовой проект (работа)**
Раздел 1. Технология продаж информационно-коммуникационных продуктов и технологий и координация работы с клиентами (200 часов)	
МДК. 03.01 Технология продаж информационно-коммуникационных продуктов и технологий и координация работы с клиентами	
Тема 1.1	**Содержание**

[6] *Самостоятельная работа в рамках образовательной программы планируется образовательной организацией.*

Инфокоммуникационные системы и их составляющие	1. Введение: общие понятия о технологии продаж и классификации информационно-коммуникационных продуктов.
	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.
	Практическое занятие 2. Сопоставление отечественных и зарубежных инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих.
	Практическое занятие 3. Анализ предложения поставщиков инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих.
	Практическое занятие 4. Исследование комплектации инфокоммуникационных систем и их составляющих при продаже.
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.
	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.
	Практическое занятие 6. Установление контактов с клиентами и сохранение лояльности.
	Практическое занятие 7. Составление рекомендаций по использованию инфокоммуникационных продуктов.
	Практическое занятие 8. Отработка методов завершения сделки.
Тема 1.3. Особенности работы с клиентами по использованию и возможностям инфокоммуникационных	**Содержание**
	1. Модели продаж инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих.
	2. Принципы эффективной работы системы управления взаимоотношениями с клиентами.
	3. Правила деловой переписки и делового общения.

продуктов и (или) их составляющих.	**4.** Методы продаж современных инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих.
	В том числе практических занятий и лабораторных работ
	Практическое занятие 9. Проведение деловых переговоров.
	Практическое занятие 10. Выявление потребностей клиентов в процессе переговоров.
	Практическое занятие 11. Анализ развития системы управления взаимоотношениями с клиентами
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.
	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.
	Практическое занятие 13. Поиск информации по клиентам и партнерам.
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.
	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.
	Практическое занятие 15. Разработка и проведение презентаций инфокоммуникационных продуктов.
Тема 1.6 Организовывать поставки и сопровождение отгрузки инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих.	**Содержание**
	1. Инструкции по подготовке отчетных материалов.
	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.
	Практическое занятие 17. Оформление сопроводительных документов на продаваемые инфокоммуникационные документы и (или) их составляющие.
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.
	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.
	Практическое занятие 19. Составление отчетности о потребностях клиентов в инфокоммуникационных системах и (или) их составляющих.
	Практическое занятие 20. Составление отчетности по продажам инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих, в том числе по конкурсным торгам, аукционам, запросам предложений от клиентов.
Учебная практика (36 часов) **Виды работ** 1. Поиск и систематизация информации об условиях использования и возможностях продаваемых инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих. 2. Составление рекомендаций по использованию инфокоммуникационных продуктов. 3. Отработка методов завершения сделки. 4. Проведение деловых переговоров. 5. Разработка коммерческих предложений. 6. Разработка и проведение презентаций инфокоммуникационных продуктов. 7. Оформление сопроводительных документов на продаваемые инфокоммуникационные документы и (или) их составляющие. 8. Расчет эффективности рекламных мероприятий. 9. Составление отчетности о потребностях клиентов в инфокоммуникационных системах и (или) их составляющих.	
Производственная практика (108 часов) **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. 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.	
Промежуточная аттестация 12 часов	
Всего 356 часов	

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинеты «Общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей» оснащенные в соответствии с приложением 3 ОП-П .

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

Базы практики, оснащенные в соответствии с приложением 3 ОП-П .

3.2. Учебно-методическое обеспечение

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

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

2. 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

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК, ОК	Критерии оценки результата (показатели освоенности компетенций)	Формы контроля и методы оценки
ПК 3.1	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.	Контрольные работы, зачеты, квалификационные испытания, экзамены. Интерпретация результатов выполнения практических и лабораторных заданий, оценка решения ситуационных задач, оценка тестового контроля.
ПК 3.2	- 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	- оформил коммерческое предложение; - подготовил презентацию товара.	
ПК 3.4	- планирует объемы собственных продаж; - разрабатывает мероприятия по выполнению плана продаж; - анализирует выполнения плана продаж.	
ПК 3.5	- проводит деловые переговоры; - в процессе переговоров выявляет потребности клиентов; - анализирует процесс сопровождения клиентов; - определяет направления развития системы управления взаимоотношениями с клиентами	
ПК 3.6	- 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	- 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	- Обоснованность планирования учебной и профессиональной деятельности; - соответствие результата выполнения профессиональных задач эталону (стандартам, образцам, алгоритму, условиям, требованиям или ожидаемому результату); - степень точности выполнения поставленных задач.	
ОК 02	- Полнота охвата информационных источников; - скорость нахождения и достоверность информации; - обновляемость и пополняемость знаний, влияющих на результаты учебной и производственной деятельности.	
ОК 04	- Осознание своей ответственности за результат коллективной, командной деятельности, готовности к сотрудничеству, использованию опыта коллег; - отсутствие негативных отзывы со стороны коллег и руководства.	
ОК 05	- Демонстрация навыков грамотно общения и оформление документации на государственном языке Российской Федерации, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста	
ОК 09	- Демонстрация умений понимать тексты на базовые и профессиональные темы; - составлять необходимую документацию на государственном и иностранном языках	

Приложение 1.7
к ОП-П по специальности
38.02.08 Торговое дело

Рабочая программа профессионального модуля

«ПМн.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА»

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. Общая характеристика .....

1.1. Цель и место профессионального модуля «Индекс Наименование ПМ» в структуре образовательной программы .....

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля .....

2. Структура и Содержание профессионального модуля .....

2.1. Трудоемкость освоения модуля .....

2.2. Структура профессионального модуля .....

2.3. Содержание профессионального модуля .....

2.4. Курсовой проект (работа) (для специальностей СПО, если предусмотрено) .....

3. Условия реализации профессионального модуля .....

3.1. Материально-техническое обеспечение .....

3.2. Учебно-методическое обеспечение .....

4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля .....

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

«ПМн.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга»

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

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

Профессиональный модуль включен в обязательную часть образовательной программы.

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

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

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

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

	оценивать практическую значимость результатов поиска применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач использовать современное программное обеспечение в профессиональной деятельности использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач	современные средства и устройства информатизации, порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности, в том числе цифровые средства психологические основы деятельности коллектива	
ОК 04	организовывать работу коллектива и команды взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	психологические особенности личности правила оформления документов	-
ОК 05	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке проявлять толерантность в рабочем коллективе	правила построения устных сообщений особенности социального и культурного контекста	-
ОК 09	понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые) писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика) лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности особенности произношения правила чтения текстов профессиональной направленности	-
ПК 3.1.	выявлять технические ошибки в работе веб-сайта; документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта; формулировать предложения по исправлению выявленных	основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов; основы веб-технологии; основы веб-дизайна; основы компьютерной грамотности; методы обработки текстовой информации;	проведения технического анализа аудируемого веб-сайта; проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта;

	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.	правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов; основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита; правил составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации; основ оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; способов корректировки внутренних ошибок веб-сайта; особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов; особенности функционирования современных поисковых машин; правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта	проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.
ПК 3.2.	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	внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок; особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов; правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний; стандартов делового общения в письменной и устной форме;	анализа поисковой выдачи; анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи; анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет"; определения стратегии поискового продвижения; проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении;

	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.	особенностей функционирования современных поисковых машин; 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.	анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.
ПК 3.3.	определять маркетинговые стратегии; составлять smm-стратегии; составлять контент-планы; создавать стратегии продвижения; сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов.	основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна; правил реферирования, аннотирования и редактирования текстов.	определения стратегии продвижения в социальных сетях.
ПК 3.4.	разрабатывать уникальные торговые предложения; разрабатывать рекламные модули; создавать стратегии продвижения; сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов; обосновывать выбор целевой аудитории; создавать тексты и рекламные слоганы.	перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети Интернет; особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа.	размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет»; размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет».
ПК 3.5.	создания текстов для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций; различать виды текстов; рассчитать бюджет на создание лендинга; писать технические задания		разработки лендинга.

	на создание лендинга для сторонних организаций; определять СТА для лендингов; работать с бесплатными сервисами создания лендингов; создавать уникального торгового предложения для определенных задач; работать с сервисами рассылок.		
ПК 3.6	составлять информационно-аналитические справки; оформлять отчетные документы.	методов обработки текстовой информации и графической информации.	анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы; анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании; составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.

2.1. Трудоемкость освоения модуля

Наименование составных частей модуля	**Объем в часах**	**В т.ч. в форме практ. подготовки**
Учебные занятия	**200**	**140**
Курсовой проект (работа)	**-**	**-**
Самостоятельная работа	-	-
Практика, в т.ч.:	**144**	**144**
учебная	36	36
производственная	108	108
Промежуточная аттестация	**12**	**12**
Всего	**356**	**296**

2.2. Структура профессионального модуля

Код ОК, ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Обучение по МДК, в т.ч.:	Учебные занятия	Курсовой проект (работа)	Самостоятельная работа[7]	Учебная практика	Производственная практика
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
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 09	Технология интернет-маркетинга	**200**	**140**	**200**	200				
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 09	Учебная практика	**36**	**36**					**36**	
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 09	Производственная практика	**108**	**108**						**108**
	Промежуточная аттестация	**12**	**12**						
	Всего:	**356**	**296**	**200**	**200**	**200**		**36**	**108**

2.3. Содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практических и лабораторных занятия, курсовой проект (работа)
Раздел 1. Технология интернет-маркетинга (200 часов)	
МДКн.03.01 Технология интернет-маркетинга	
Тема 1.1. Основы маркетинга	**Содержание**
	1. Процесс управления маркетингом, основные этапы, проблемы реализации.
	2. Сегментирование рынка и позиционирование товара на рынке.
	3. Организация службы маркетинга на предприятии.
	4. Маркетинговая среда предприятия в рыночной экономике.
	5. Основные факторы микросреды функционирования фирмы.
	6. Основные факторы макросреды функционирования фирмы.

[7] *Самостоятельная работа в рамках образовательной программы планируется образовательной организацией.*

	7. Жизненный цикл товаров: основные стадии.
	8. Продвижение товаров и услуг.
	В том числе практических занятий
	Практическое занятие 1. Разработка схемы жизненного цикла товаров
Тема 1.2. Определение и характеристики интернет-маркетинга	**Содержание**
	1. Цели и задачи интернет-маркетинга. Термины и определения, относящиеся к интернет-маркетингу.
	2. Основные клиенты интернет-маркетинга.
	3. Преимущества интернет-маркетинга для различных групп пользователей
	4. Маркетинговые сервисы поисковых систем, маркетинговые программы и информационные системы
Тема 1.3. Инновации в маркетинге	**Содержание**
	1. Сервисные программы для оценки потребительской ценности. Программы лояльности
	2. Новые решения для рекламы: Digital Signage, Indoor TV.
	3. Информационные системы управления опытом потребителей
	В том числе практических занятий
	Практическое занятие 2. Разработка форм опроса для сайта произвольной компании с целью определения отношения клиентов к ее товарам (услугам) с использованием цифровых технологий и электронной почты клиента
	Практическое занятие 3. Формирование отчета по поиску числа посетителей сайта, используя возможности маркетинговой программы (SerpParser или аналогичной): составьте отчет по поиску числа посетителей сайта предприятия по месяцам и дням, в том числе из разных поисковых систем.
Тема 1.4 Целевая аудитория проекта в интернет-маркетинге	**Содержание**
	1. Понятие «целевая аудитория», виды целевой аудитории и способы ее анализа.
	2. Определение, сегментация и составление портрета целевой аудитории проекта.
	В том числе практических занятий
	Практическое занятие 4. Анализ внешней среды предприятия
	Практическое занятие 5. Анализ внутренней среды предприятия
	Практическое занятие 6. Определение целевой аудитории: выделить сегменты целевой аудитории, составить описание каждого сегмента с учетом следующих характеристик: фото типичного представителя, пол, возраст, география проживания, семейное положение, образование, доход, профессиональная деятельность, интересы, стиль жизни
Тема 1.5. Анализ готовности веб-сайта к продвижению	**Содержание**
	1. Исследование основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов, веб-технологии, веб-дизайна, компьютерной грамотности
	2. Методы обработки текстовой информации, правила ферирования, аннотирования и редактирования текстов,
	3. Основы письменной деловой коммуникации использования струментов для проведения технического аудита
	4. Правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации.
	5. Основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин. Способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта
	В том числе практических занятий

	Практическое занятие 7. Выявление технических ошибок в работе веб-сайта и их документирование
	Практическое занятие 8. Разработка предложений по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити)
	Практическое занятие 9. Выявление и анализ технических преимуществ веб-сайтов конкурентов
	Практическое занятие 10. Исследование особенностей эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющих на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины
	Практическое занятие 11. Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита
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.
	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.
	4. Правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы).
	5. Методы обработки текстовой и графической информации основ копирайтинга и веб-райтинга.
	В том числе практических занятий
	Практическое занятие 12. Анализ практических ситуаций на определение факторов, влияющих на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче. Составление списка ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи.
	Практическое занятие 13. Анализ практических ситуаций на актуализацию информации о поведении пользователей веб-сайтов и заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», анализ собранной информации и принятие решения о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины.
	Практическое занятие 14. Анализ практических ситуаций по составлению списка ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин
	Практическое занятие 15. Анализ релевантности составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта, анализ списка ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию
	Практическое занятие 16. Создание информационных материалов методического характера
	Практическое занятие 17. Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем
	Практическое занятие 18. Анализ конкурентов. Анализ результатов поиска не менее 5 аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, и составление

	аналитической справки, в которой проведен анализ проектов (конкурентов) не менее чем по 5 критериям.
	Практическое занятие 19. Составление таблицы сравнительного анализа аналогичных проектов (конкурентов), в соответствии с заданием, проведение анализа проектов.
	Практическое занятие 20. Выявление страниц и (или) аккаунтов проектов (конкурентов) с проведением сравнительного анализа
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.
	2. Целевая аудитория, модели поведения аудитории и методы влияния на нее
	3. Понятие «социальная сеть», общие принципы работы виртуальных социальных сетей.
	4. SMM-стратегия, методы измерения эффективности, методы создания контента.
	5. Стратегия продаж через «блогосферу»
	6. Понятие и значение контент-плана в интернет-маркетинге. Виды контент-планов.
	7. Содержание контент-плана
	В том числе практических занятий
	Практическое занятие 21. Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях
	Практическое занятие 22. Составление рубрикатора с предоставлением не менее трех тем для каждой рубрики, определение форматов постов и описания требований к ним
	Практическое занятие 23. Разработка примеров для ведения аккаунтов / сообществ в социальных сетях, в том числе стиль текста, дизайн и оформление
	Практическое занятие 24. Разработка и анализ контент-плана для коммерческого предприятия
	Практическое занятие 25. Разработка и анализ контент-плана для производственного предприятия
	Практическое занятие 26. Разработка и анализ контент-плана для образовательного учреждения
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»
	2. Особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа
	3. Характеристика социальных медиа
	4. Анализ рекламных модулей.
	5. Анализ уникальных торговых предложений и рекламных рассылок
	В том числе практических занятий
	Практическое занятие 27. Разработка уникальных торговых предложений.
	Практическое занятие 28. Разработка рекламных модулей.
	Практическое занятие 29. Разработка стратегии продвижения товара.
	Практическое занятие 30. Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара
Тема 1.9.	**Содержание**

Создание лендинга	**1.** Понятие «landing page», классификация, этапы проектирования, структура.
	2. Конструкторы для создания «landing page».
	В том числе практических занятий
	Практическое занятие 31. Разработка лендинга для коммерческого предприятия
	Практическое занятие 32. Разработка лендинга для производственного предприятия
	Практическое занятие 33. Разработка лендинга для образовательного учреждения
	Практическое занятие 34. Тестирование, внедрение и защита лендинга в сети «Интернет»
Тема 1.10. Анализ эффективности в интернет-маркетинге	**Содержание**
	1. Концепции эффективности в интернет-маркетинге.
	2. Методы измерения в интернете.
	3. Методы идентификации посетителей.
	4. Измерение эффективности интернет-маркетинга.
	5. Анализ рекламной компании по стоимости клиентов и конверсии.
	В том числе практических занятий
	Практическое занятие 35. Анализ технологии меток.
	Практическое занятие 36. Анализ результатов маркетинговой активности.
	Практическое занятие 37. Анализ производных данных о пользователе.
	Практическое занятие 38. Расчет стоимости рекламной кампании.
	Практическое занятие 39. Анализ принципов медиапланирования в интернете

Учебная практика (36 часов)
Виды работ

1. Определение целевой аудитории: выделить сегменты целевой аудитории, составить описание каждого сегмента с учетом следующих характеристик: фото типичного представителя, пол, возраст, география проживания, семейное положение, образование, доход, профессиональная деятельность, интересы, стиль жизни.
2. Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита.
3. Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.
4. Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях.
5. Разработка и анализ контент-плана для разных типов предприятий.
6. Разработка уникальных торговых предложений.
7. Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара.
8. Анализ результатов маркетинговой активности.
9. Расчет стоимости рекламной кампании.

Производственная практика (108 часов)
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.
Промежуточная аттестация 12 часов
Всего 356 часов

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинеты «Общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей» оснащенные в соответствии с приложением 3 ОП-П .

Базы практики, оснащенные в соответствии с приложением 3 ОП-П .

3.2. Учебно-методическое обеспечение

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

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

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

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК, ОК	Критерии оценки результата (показатели освоенности компетенций)	Формы контроля и методы оценки
ПК 3.1	– 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);	Контрольные работы, зачеты, квалификационные испытания, экзамены. Интерпретация

	– 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	результатов выполнения практических и лабораторных заданий, оценка решения ситуационных задач, оценка тестового контроля.
ПК 3.2	– 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	– определяет маркетинговые стратегии; – составляет SMM-стратегии; – составляет контент-планы; – создает стратегии продвижения; проводит сегментацию целевой аудитории для разных задач и продуктов	
ПК 3.4	– 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	– 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 CTA для лендингов; – работает с бесплатными сервисами создания лендингов; – создает уникальное торгвое предложение для определенных задач; работает с сервисами рассылок.	
ПК 3.6	– составляет информационно-аналитические справки; оформляет отчетные документы.	
ОК 01	- Обоснованность планирования учебной и профессиональной деятельности; - соответствие результата выполнения профессиональных задач эталону (стандартам, образцам, алгоритму, условиям, требованиям или ожидаемому результату); - степень точности выполнения поставленных задач.	
ОК 02	- Полнота охвата информационных источников;	

	- скорость нахождения и достоверность информации; - обновляемость и пополняемость знаний, влияющих на результаты учебной и производственной деятельности.	
ОК 04	- Осознание своей ответственности за результат коллективной, командной деятельности, готовности к сотрудничеству, использованию опыта коллег; - отсутствие негативных отзывы со стороны коллег и руководства.	
ОК 05	- Демонстрация навыков грамотно общения и оформление документации на государственном языке Российской Федерации, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста	
ОК 09	- Демонстрация умений понимать тексты на базовые и профессиональные темы; - составлять необходимую документацию на государственном и иностранном языках	

Приложение 1.8
к ОП-П по специальности
38.02.08 Торговое дело

Рабочая программа профессионального модуля

«ПМн.03 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

1. Общая характеристика .....

1.1. Цель и место профессионального модуля «Индекс Наименование ПМ» в структуре образовательной программы .....

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля.....

2. Структура и Содержание профессионального модуля .....

2.1. Трудоемкость освоения модуля .....

2.2. Структура профессионального модуля .....

2.3. Содержание профессионального модуля.....

2.4. Курсовой проект (работа) (для специальностей СПО, если предусмотрено) .....

3. Условия реализации профессионального модуля .....

3.1. Материально-техническое обеспечение.....

3.2. Учебно-методическое обеспечение .....

4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля .....

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

«ПМн.03 Организация и осуществление выставочной деятельности»

1.1. Цель и место профессионального модуля в структуре образовательной программы

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

Профессиональный модуль включен в обязательную часть образовательной программы.

1.2. Планируемые результаты освоения профессионального модуля

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

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

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

	оценивать практическую значимость результатов поиска применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач использовать современное программное обеспечение в профессиональной деятельности использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач	современные средства и устройства информатизации, порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности, в том числе цифровые средства психологические основы деятельности коллектива	
ОК 04	организовывать работу коллектива и команды взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности	психологические особенности личности правила оформления документов	-
ОК 05	грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке проявлять толерантность в рабочем коллективе	правила построения устных сообщений особенности социального и культурного контекста	-
ОК 09	понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые) писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы	правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика) лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности особенности произношения правила чтения текстов профессиональной направленности	-
ПК 3.1.	классифицировать потенциальных участников торгово-промышленной выставки по возможной заинтересованности в участии в торгово-промышленной выставке;	методов и инструментов работы с базами данных; методов работы с первичными и вторичными источниками маркетинговой информации;	поиска контактных данных новых потенциальных участников торгово-промышленных выставок и их внесения в клиентскую базу; осуществление выборки по базе данных потенциальных

	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.	методов эффективных публичных выступлений и презентаций; современных инструментов и способов подготовки электронных бизнес-презентаций; инструментов эффективного осуществления продаж; технологий организации эффективного участия в выставке	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; составления 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.
ПК 3.2.	разрабатывать тексты рекламных и информационных сообщений; определять значение факторов и событий внешней среды для проекта торгово-промышленной выставки.	тенденций развития отраслей экономики, имеющие отношение к организуемой торгово-промышленной выставке, и ключевых игроков этих отраслей; методов разработки рекламных и информационных текстов.	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.
ПК 3.3.	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.	основ документооборота, в т.ч. электронного документооборота.	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.
ПК 3.4.	разрабатывать уникальные торговые предложения; разрабатывать рекламные модули; создавать стратегии продвижения; сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов; обосновывать выбор целевой аудитории; создавать тексты и рекламные слоганы	перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети Интернет; особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа.	размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет»; размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет».
ПК 3.5.	формировать детальный план проведения торгово-промышленной выставки и	современных тенденций в сфере организации коммуникаций на выставке, оформления выставочных	контроля выполнения застройки выставочных стендов во время монтажа в соответствии с

	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.	стендов, выставочного оборудования; истории выставочного дела и индустрии встреч; основ выставочного менеджмента и менеджмента в сфере индустрии встреч.	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.
ПК 3.6	работать в специализированных программах в сфере бухгалтерии, финансов, управления организацией; вести переговоры по финансовым вопросам по обеспечению своевременной оплаты.	методов ведения переговоров, урегулирования споров, работы с возражениями.	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.
ПК 3.7.	осуществлять коммуникации с помощью современных средств связи (видеоконференции, скайп, вебинары);	нормативных правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения применительно к	изучения информационных материалов по эффективному участию в торгово-промышленной выставке или

	разрабатывать и готовить информационные материалы методического характера.	организации выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок (в стране проведения выставки); требования охраны труда при работе на выставочной площадке	подготовка таких материалов; подготовки комплекта информационных материалов по эффективному участию в торгово-промышленной выставке для предоставления участникам торгово-промышленных выставок по 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.

2.1. Трудоемкость освоения модуля

Наименование составных частей модуля	Объем в часах	В т.ч. в форме практ. подготовки
Учебные занятия	**200**	**140**
Курсовой проект (работа)	**-**	**-**
Самостоятельная работа	-	-
Практика, в т.ч.:	**144**	**144**
учебная	36	36
производственная	108	108
Промежуточная аттестация	**12**	**12**
Всего	**356**	**296**

2.2. Структура профессионального модуля

Код ОК, ПК	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической подготовки	Обучение по МДК, в т.ч.:	Учебные занятия	Курсовой проект (работа)	Самостоятельная работа[8]	Учебная практика	Производственная практика
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
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 09	Раздел 1. Технология выставочной деятельности	**200**	**140**	**200**	200				
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 09	Учебная практика	**36**	**36**					**36**	
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 09	Производственная практика	**108**	**108**						**108**
	Промежуточная аттестация	**12**	**12**						
	Всего:	**356**	**296**	**200**	**200**	**200**		**36**	**108**

[8] *Самостоятельная работа в рамках образовательной программы планируется образовательной организацией.*

2.3. Содержание профессионального модуля

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практических и лабораторных занятия, курсовой проект (работа)
Раздел 1. Технология выставочной деятельности (200 часов)	
МДК. 03.01 Технология выставочной деятельности	
Тема 1.1. Характеристика выставочно-ярмарочной деятельности	**Содержание**
	1. Общие понятия. Исторические аспекты и современные тенденции развития выставочного движения.
	2. Перспективы развития выставочно-ярмарочной деятельности.
	3. Классификация выставочно-ярмарочных мероприятия, выставок и ярмарок по отраслям экономики и их специализация.
	В том числе практических занятий
	Практическое занятие 1–2: Исследование тенденций развития отраслей экономики, имеющие отношение к организуемой торгово-промышленной выставке, и ключевых игроков этих отраслей
Тема 1.2. Выставочно-ярмарочные мероприятия в системе маркетинговых коммуникаций	**Содержание**
	1. Выставка, ярмарка: понятие, сущность, функции
	2. Выставочно-ярмарочное мероприятие в системе маркетинга предприятия
	3. Маркетинговые коммуникации: определение, элементы, функции
Тема 1.3 Рынок выставочно-ярмарочных услуг	**Содержание**
	1. Особенности организации и значение выставочно-ярмарочной деятельности в странах и регионах мира. Современный международный рынок выставочных услуг. Координация и регулирование рынка выставочных услуг
	2. Международная выставочно-ярмарочная деятельность в системе управления внешнеэкономической деятельностью предприятия
	3. Методика оценки эффективности международной выставочной деятельности
	В том числе практических занятий
	Практическое занятие 3–4: Исследование и характеристика осн овных выставочных комплексов международного уровня
Тема 1.4 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
	2. Требования охраны труда при работе на выставочной площадке
	В том числе практических занятий
	Практическое занятие 5–7: Подготовка информационных материалов о технических и экологических характеристиках используемого на выставке оборудования для проверки контролирующими органами
	Практическое занятие 8–10: Разработка материалов для инструктирования дополнительного персонала, работающего на торгово-промышленной выставке и информирования участников торгово-промышленных выставок о требованиях нормативных правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения при организации и участии в конкретной торгово-промышленной выставке
Тема 1.5. Управление выставочной деятельностью с использованием	**Содержание**
	1. Использование искусственного интеллекта в управлении выставочной деятельностью. IT-технологии в решении маркетинговых задач.
	2. Методика выбора выставки, финансируемой из средств федерального бюджета (ВВФФБ)

информационных технологий	**3.** Интернет-сопровождение выставок. Виртуальные выставки и управление сайтом выставочного проекта
	4. Использование социальных сетей для продвижения2
	5.Применение IT-технологий при регистрации посетителей и посетителей-специалистов Информационное сопровождение и координация выставочно-ярмарочной деятельности.
	6. Виртуальные туры по выставкам в формате 3D.
	В том числе практических занятий
	Практическое занятие 11–12: Работа с деловыми электронными и интернет-справочниками и поиск источников информации о потенциальных участниках торгово-промышленных выставок.
	Практическое занятие 13–14: Исследование факторов и событий внешней среды и их значение для проекта торгово-промышленной выставки
	Практическое занятие 15–17: Составление классификации потенциальных участников торгово-промышленной выставки по возможной заинтересованности в участии в торгово-промышленной выставке.
	Практическое занятие 18: Изучение технологии «холодных звонков» для расширения базы потенциальных клиентов.
	Практическое занятие 19–20: Разработка алгоритма установления контактов с применением технологии «холодных звонков» для определения контактных лиц конкретной организации - потенциального участника торгово-промышленной выставки.
	Практическое занятие 21–23: Сравнение интернет-ресурсов действующих выставок
Тема 1.6. Технологии подготовки и проведения выставки	**Содержание**
	1. Технология подготовки выставки: создание оргкомитета, рабочих групп и дирекции выставки, организация приемки выставки
	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
	Практическое занятие 24–26: Разработка плана проведения торгово-промышленной выставки и контроля над ходом его выполнения
	Практическое занятие 27–28: Подготовка документационное обеспечение выставочной деятельности
	Практическое занятие 29–32: Составление финансового плана и бюджета выставки
	Практическое занятие 33–35: 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
	Практическое занятие 36–38: Подготовка и проведение переговоров по финансовым вопросам по обеспечению своевременной оплаты с помощью современных средств связи (видеоконференции, вебинары)
	Практическое занятие 39–41: Создание информационных материалов методического характера
Тема 1.7 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
	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
	Практическое занятие 42–43: Систематизация и анализ первичной информации о реализации проекта торгово-промышленной выставки с использованием программных продуктов
	Практическое занятие 44–45: Подбор необходимого дополнительного персонала для работы на площадке во время проведения торгово-промышленной выставки
	Практическое занятие 46–47: Подбор инструкций, определение порядка ознакомления с ними персонала выставки, мероприятия по контролю их выполнения.
Тема 1.8 Организация коммуникаций на выставке, оформления выставочных стендов, выставочного оборудования	**Содержание**
	1. Рекламные технологии в выставочной деятельности. Методы разработки рекламных и информационных текстов.
	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
	Практическое занятие 48–50: Разработка текстов рекламных и информационных сообщений
	Практическое занятие 51–54: Подготовка мультимедиа-презентации с помощью распространенных программных продуктов
	Практическое занятие 55–59: Публичное выступление и презентация о тематике и условий проведения коммерческой выставки.
	Практическое занятие 60–61: Разработка алгоритма коммуникации с разными типами клиентов.
	Практическое занятие 62–63: Определение запросов клиентов
	Практическое занятие 64–65: Работа с возражениями
	Практическое занятие 66–69: Оценка результатов проведения выставки и эффективности проведенных мероприятий.
	Практическое занятие 70–71: Разработка плана организации систематизированного хранения бумажных и электронных документов;
Тема 1.9 Анализ развития выставочно-ярмарочной деятельности	**Содержание**
	1. Основные направления анализа выставочно-ярмарочной деятельности
	В том числе практических занятий
	Практическое занятие72-74: Анализ выставочно-ярмарочной деятельности в России
	Практическое занятие 75–76: Исследование состояния выставочно-ярмарочной деятельности в регионе
Учебная практика (36 часов) **Виды работ** 1. Определение источников информации о потенциальных участниках торгово-промышленных выставок, работа с деловыми электронными и интернет-справочниками 2. Классификация потенциальных участников торгово-промышленной выставки по возможной заинтересованности в участии в торгово-промышленной выставке; 3. Осуществление коммуникации с разными типами клиентов, выявление запросов потенциальных клиентов, работа с возражениями; 4. Формирование детального плана проведения торгово-промышленной выставки и контроля над ходом его выполнения;	

5. Определение количества и квалификации необходимого дополнительного персонала для работы на площадке во время проведения торгово-промышленной выставки. распределение задач для персонала и составление плана контроля их выполнения 6. Определение набора заявочных документов для оформления с конкретным участником в зависимости от набора заказанных им выставочных услуг и формы участия в торгово-промышленной выставке; 7. Разработка текстов рекламных и информационных сообщений 8. Создание мультимедиа-презентации с использованием программных продуктов; 9. Проведение публичных выступлений и презентаций.
Производственная практика (108 часов) **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.
Промежуточная аттестация 12 часов
Всего 356 часов

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинеты «Общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей» оснащенные в соответствии с приложением 3 ОП-П .

Базы практики, оснащенные в соответствии с приложением 3 ОП-П .

3.2. Учебно-методическое обеспечение

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

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. 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

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК, ОК	Критерии оценки результата (показатели освоенности компетенций)	Формы контроля и методы оценки
ПК 3.1	Демонстрирует умения формирования, ведения клиентской базы, в том числе с использованием специализированных программных продуктов для анализа данных	Контрольные работы, зачеты, квалификационные испытания, экзамены. Интерпретация результатов выполнения практических и лабораторных заданий, оценка решения ситуационных задач, оценка тестового контроля.
ПК 3.2	Подбирает презентационные материалы для проведения выставки и обосновывает их выбор	
ПК 3.3	– 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	– 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	– 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	Рассчитывает общую сумму неустойки к оплате за несоблюдение условий договора по организации ярмарочно-выставочных мероприятий	
ПК 3.7	Рассчитывает сумму платежей экспонента за предоставление услуг, указанных в соответствующих пунктах договора	
ОК 01	- Обоснованность планирования учебной и профессиональной деятельности; - соответствие результата выполнения профессиональных задач эталону (стандартам, образцам, алгоритму, условиям, требованиям или ожидаемому результату); - степень точности выполнения поставленных задач.	
ОК 02	- Полнота охвата информационных источников;	

	- скорость нахождения и достоверность информации; - обновляемость и пополняемость знаний, влияющих на результаты учебной и производственной деятельности.	
ОК 04	- Осознание своей ответственности за результат коллективной, командной деятельности, готовности к сотрудничеству, использованию опыта коллег; - отсутствие негативных отзывы со стороны коллег и руководства.	
ОК 05	- Демонстрация навыков грамотно общения и оформление документации на государственном языке Российской Федерации, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста	
ОК 09	- Демонстрация умений понимать тексты на базовые и профессиональные темы; - составлять необходимую документацию на государственном и иностранном языках	