

КОЛЛЕДЖ ТЕХНОЛОГИИ, МОДЕЛИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
проректор по учебной работе
_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа профессионального модуля

ПМ.04

Организация и осуществление экономической и маркетинговой деятельности

Учебный план: № 24-02/3/7

Код, наименование
специальности: 38.02.08 Торговое дело

Квалификация выпускника: Специалист торгового дела

Уровень образования: Среднее профессиональное образование

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Наименование части профессионального модуля	Форма контроля	Академических часов							Семестр
		Трудоёмкость модуля	Аудиторной нагрузки	Лекции, уроки	Практические занятия	Консультации	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация	
МДК.04.01 Анализ финансово-хозяйственной деятельности	Курсовая работа	108	42	36		6	66		3
МДК.04.02 Финансы, налоги и налогообложение	Контр работа	80	22	20		2	58		3
МДК.04.03 Маркетинг	Курсовая работа	80	24	20		4	56		3
ПП.04.01 Производственная практика, Оценка торгово-экономической деятельности предприятия	Диф зачет	144					144		3
ПМ.04. Эк Экзамен по модулю		12						12	3
Итого		424	88	76		12	324	12	

Санкт-Петербург
2024

Рабочая программа профессионального модуля составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности **38.02.08 Торговое дело**, утверждённым приказом Минпросвещения России от **19.07.2023 N 548 (ред. от 03.07.2024)**

Составитель(и): Трофимова Л.В., Новикова А.Я.
(Ф.И.О., подпись)

Председатель
цикловой комиссии: Трофимова Л.В.
(Ф.И.О., подпись)

СОГЛАСОВАНИЕ:

Директор колледжа,
реализующего
образовательную
программу: Леонов С. А.
(Ф.И.О., подпись)

Методический отдел: Ястребова С.А.
(Ф.И.О. сотрудника отдела, подпись)

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.04 Организация и осуществление экономической и маркетинговой деятельности

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью профессионального цикла основной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО 38.02.08 Торговое дело

1.2. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности **Организация и осуществление экономической и маркетинговой деятельности** и соответствующие ему общие и профессиональные компетенции: ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 2.3., ПК 2.4., ПК 2.5., ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8.

1.2.1 Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста

1.2.2 Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ПМ.04	ВД Организация и осуществление экономической и маркетинговой деятельности
ПК 2.1. (н.4-5)	Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
ПК 2.2. (н.4-5)	Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации
ПК 2.3. (н.4-5)	Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий
ПК 2.4. (н.4-5)	Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках
ПК 2.5. (н.4-5)	Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов
ПК 2.6. (н.4-5)	Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов
ПК 2.7. (н.4-5)	Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности
ПК 2.8. (н.4-5)	Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы

1.2.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Знать	<ul style="list-style-type: none">• составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;• методы изучения рынка, анализа окружающей среды;• порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;• этапы маркетинговых исследований, их результат;• методы проведения маркетингового исследования;
-------	---

	<ul style="list-style-type: none"> • психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях; • средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики; • порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен; • виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности; • методы оценки конкурентной среды; • нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; • роль и значение бизнес-плана; • основные функции бизнес-плана; • классификацию основных типов бизнес-планов; • методологию и процессы развития бизнес-идеи; • порядок разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью; • принципы и методы управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий; • методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений; • методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов; • методы, способы и приемы для решения задач по анализу; • типы факторных моделей; • схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа; • методику анализа эффективности использования производственных ресурсов • методические материалы по планированию, учету и анализу деятельности организации; • спектр специализированных программных продуктов; • интерфейс автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации; • инновационные средства и устройства информатизации, программное обеспечение в предпринимательской деятельности и порядок их применения; • риски: понятия и видов; • методы оценки риска, связанных с бизнесом; • меры снижения риска, связанных с бизнесом; • методы оценки выполнимости бизнес-идеи; • основные способы анализа и оценки рисков; • состав моделей оценки риска; • способы оценки риска ликвидности.
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> • применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; • определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования; • составлять комплексный план проведения маркетингового исследования; • анализировать текущую рыночную конъюнктуру; • составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования; • проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; • обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций; • использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков; • обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных; • анализировать текущую рыночную конъюнктуру;

	<ul style="list-style-type: none"> • применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; • развивать идеи до бизнес-предложений; • оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке; • оценивать риски, связанные с бизнесом; • анализировать бизнес-концепции; • предлагать идеи для дальнейшего развития; • применять методы принятия оптимальных решений; • находить аргументы в пользу идей; • принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели; • обосновывать и оценивать цели и ценности; • представлять идеи, дизайн, видения и решения; • применять при разработке бизнес-плана специализированные программные продукты; • использовать для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии; • создавать деловые электронные презентации • собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации; • использовать методы экономического анализа; • анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов; • оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами; • разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда; • оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации; • предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации; • собирать информацию о бизнес-проблемах; • анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков.
Иметь практический опыт	<ul style="list-style-type: none"> • выявления проблем и формулирования целей исследования; • планирования проведения маркетингового исследования; • определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования; • подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования; • поиска первичной и вторичной маркетинговой информации; • подготовки процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования; • проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга; • разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации; • применения программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации; • применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации; • проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий; • проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий;

	<p>технологий;</p> <ul style="list-style-type: none"> • установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках; • применения норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; • использования информации специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана; • разработки бизнес-плана и финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов; • расчёта показателей эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов; • определения мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности; • сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы.
--	--

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных/общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Суммарный объем нагрузки, час.	Объем профессионального модуля, час									
			Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем, час.							Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Экзамен по модулю
			Обучение по МДК				Практики					
			Всего	В том числе			Учебная	Производственная				
Лекции	Практические занятия	консультации										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
ПК 2.5-2.8 ОК 01-05	Раздел 1. Организация экономической деятельности	108	42	36		6					66	
ПК 2.5-2.8 ОК 01-05	Раздел 2. Финансовая деятельность	80	22	20		2					58	
ПК 2.1-2.4 ОК 01-05	Раздел 3. Маркетинговая деятельность	80	24	20		4					56	
ПК 2.1-2.8 ОК 01-05	Производственная практика. Оценка торгово-экономической деятельности предприятия	144							144		144	
	Всего:	424	88	76	70	12			144		324	12

**2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля
ПМ.04 Организация и осуществление экономической и маркетинговой деятельности**

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов
1	2	3
Раздел 1. Организация экономической деятельности		108
МДК.04.01 Анализ финансово-хозяйственной деятельности		108
Тема 1.1 Теория экономического анализа	Содержание	6
	Организация экономического анализа	2
	Самостоятельная работа обучающихся Методика экономического анализа	4
Тема 1.2. Анализ розничного товарооборота	Содержание	20
	Анализ объема и динамики розничного товарооборота	2
	Анализ обеспеченности и эффективности использования товарных ресурсов	2
	Анализ обеспеченности и эффективности использования трудовых ресурсов Текущий контроль – Устный/письменный опрос.	2
	Анализ обеспеченности и эффективности использования материально-технической базы предприятия	4
	Самостоятельная работа обучающихся	10
	Анализ выполнения плана и динамики розничного товарооборота	2
	Анализ обеспеченности товарными ресурсами, товарных запасов и товарооборачиваемости	2
	Анализ трудовых ресурсов	2
	Анализ материально-технической базы	4
Тема 1.3. Анализ издержек обращения	Содержание	8
	Анализ объема и динамики издержек обращения Текущий контроль – экспертное наблюдение за выполнением работы	2
	Анализ издержек обращения по элементам и статьям затрат Текущий контроль – Устный/письменный опрос.	2
	Самостоятельная работа обучающихся	4
	Анализ издержек обращения	4
Тема 1.4. Анализ финансовых результатов	Содержание	14
	Значение, задачи и информационное обеспечение анализа финансовых результатов	2
	Анализ формирования финансовых результатов	2
	Факторный анализ прибыли	2
	Самостоятельная работа обучающихся	8
	Анализ финансовых результатов в торговле	4
Анализ безубыточности	4	
Тема 1.5. Анализ финансового состояния	Содержание	16
	Основные направления и приемы анализа финансового состояния. Общая оценка финансового состояния предприятия	1
	Анализ состава и структуры активов и пассивов	1
	Анализ собственных оборотных средств и чистых активов	1
	Анализ финансовой устойчивости	1
	Анализ ликвидности и платежеспособности Текущий контроль – Тестирование.	2
	Самостоятельная работа обучающихся	10
	Анализ финансового состояния	5
Анализ платежеспособности	5	

Тема 1.6. Анализ деловой активности и рентабельности	Содержание	10
	Анализ деловой активности	2
	Анализ рентабельности	1
	Диагностика банкротства	1
	Самостоятельная работа обучающихся	6
	Анализ деловой активности и рентабельности Подготовка курсовой работы	6
Курсовой проект (работа) Создание курсового проекта в данной дисциплине является обязательным		24
Тематика курсовых проектов (работ) Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торгового предприятия на примере «...» Примером является предприятия, на котором проходит производственная практика		
1. Введение. Цели и задачи работы. Содержание работы		
2. Анализ розничного товарооборота торговой организации		
3. Анализ факторов, влияющих на товарооборот		
4. Практические рекомендации по повышению товарооборота торговой организации 5. Презентация работы		
Консультации		6
Промежуточная аттестация – защита курсовой работы		4
ВСЕГО		108
Раздел 2. Финансовая деятельность		80
МДК.04.02 Финансы, налоги, налогообложение		80
Тема 2.1. Деньги и кредит	Содержание	24
	Деньги как экономическая категория. Эволюция форм и видов денег	2
	Измерение денежной массы и денежная эмиссия	2
	Содержание и организация денежного оборота. Текущий контроль – экспертное наблюдение за выполнением работы	2
	Самостоятельная работа обучающихся	18
	Эволюция форм и видов денег. Кредит как экономическая категория Ссудный процент Кредитная и банковская система Центральный банки Коммерческие банки Закон денежного обращения	18
Тема 2.2. Финансы. Финансовая система	Содержание	28
	Финансы ка социально-экономическая категория	2
	Современная финансовая система РФ	2
	Финансовая политика. Текущий контроль – экспертное наблюдение за выполнением работы	2
	Самостоятельная работа обучающихся	22
	Бюджетная система РФ Рынок ценных бумаг Международные валютные отношения Основы управления финансами Доходы государственного бюджета Расходы государственного бюджета Государственный кредит и государственный долг Страхование в финансовой системе	22
Тема 2.3. Налоги. Налоговая политика и налогообложение в финансовой сфере	Содержание	22
	Налоги: экономическая сущность, функции и роль в современном обществе	2
	Косвенные налоги	2
	Прямые налоги	2

	Текущий контроль – экспертное наблюдение за выполнением работы	
	Самостоятельная работа обучающихся	16
	Имущественные налоги. Местные налоги Региональные налоги Расчет НДФЛ Расчет НДС Расчет налога на прибыль Налогообложение природных ресурсов Налоговые правонарушения	16
Консультации		2
ДКР		2
Промежуточная аттестация – контрольная работа		2
ВСЕГО		80
Раздел 3. Маркетинговая деятельность		80
МДК.04.03 Маркетинг		80
Тема 3.1. Понятие и сущность маркетинга	Содержание	10
	Понятие и сущность маркетинга, его цели и принципы. Эволюция концепций маркетинга.	2
	Классический комплекс маркетинга.	
	Окружающая среда маркетинга. Текущий контроль – экспертное наблюдение за выполнением работы	
	Самостоятельная работа обучающихся	8
	Актуальность маркетинга в современной жизни. Разработка комплекса маркетинга	4
	Анализ факторов микросреды и макросреды организации	4
Тема 3.2. Маркетинговые исследования	Содержание	12
	Система и методы сбора маркетинговой информации о рынке.	2
	Классификация и сущность видов маркетинговых исследований.	
	Самостоятельная работа обучающихся	10
	Сегментирование рынка. Поведение потребителей. Принятие потребителем решения о покупке. Разработка анкеты для проведения маркетингового исследования Анализ этапов принятия потребителем решения о покупке	10
Тема 3.3 Товар в маркетинге	Содержание	10
	Понятие товара и его классификации. Многоуровневая модель товара.	2
	Самостоятельная работа обучающихся	8
	Атрибутика товара. Понятия номенклатуры и ассортимента. Конкурентоспособность товара. Анализ классификации потребительских товаров и жизненного цикла товаров	8
Тема 3.4. Ценообразование в маркетинге	Содержание	8
	Ценовая политика организации.	2
	Самостоятельная работа обучающихся	6
	Ценовые стратегии организации. Тактика ценообразования. Виды скидок. «Анализ стратегии ценообразования фирмы»	6
Тема 3.5. Система товародвижения в маркетинге	Содержание	6
	Сущность и виды каналов сбыта. Характеристика каналов товародвижения.	2
	Самостоятельная работа обучающихся	4
	Стратегии товародвижения.	4

	Анализ каналов сбыта организации	
Тема 3.6. Маркетинговые коммуникации	Содержание	6
	Реклама. Личные продажи. Стимулирования сбыта.	2
	Самостоятельная работа обучающихся	4
	Паблик рилейшнз. Выставка как средство рекламного продвижения. Анализ видов рекламы на примере компаний	4
Тема 3.7. Области применения маркетинга	Содержание	8
	Международный маркетинг.	2
	Самостоятельная работа обучающихся	6
	Стратегии адаптации товара на международном рынке. Инструменты интернет-маркетинга. Разработка стратегии «двойной адаптации» в международном маркетинге на примере компании»	6
Курсовой проект (работа) Создание курсового проекта в данной дисциплине является обязательным		10
Тематика курсовых проектов (работ) Анализ рынка товаров и услуг на примере «...» Примером является товар, который определяет студент по согласованию с преподавателем		
1. Введение. Цели и задачи работы. Содержание работы		
2. Анализ теоретического материала по исследуемой теме		
3. Анализ ситуации в области исследуемой темы		
4. Практические рекомендации и механизмы решения выявленных проблем		
5. Презентация работы		
Консультации		4
Промежуточная аттестация – защита курсовой работы		6
ВСЕГО		80
ПП.04.01 Производственная практика, Оценка торгово-экономической деятельности предприятия (преддипломная практика)		144
Виды работ		
1. Организационно-экономическая характеристика торгового предприятия		
2. Анализ ассортимента предприятия		
3. Потребительские свойства и показатели качества товара		
4. Технология продаж торговой организации		
5. Планировка торгового зала		
6. Размещение и выкладка товаров в торговом зале		
7. Определение общего объема товарооборота и анализ его динамики		
8. Анализ товарно-групповой структуры и ритмичности товарооборота		
9. Факторный анализ товарооборота		
10. Проведение маркетингового исследования		
11. Рекомендации по росту товарооборота торговой организации		
Промежуточная аттестация в форме экзамена по модулю		12
Всего по ПМ.04		424

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Кабинет «Менеджмента», оснащенный оборудованием:
стол и стул преподавателя,
столы и стулья ученические (по кол-ву студентов в группе),
техническими средствами обучения:
компьютер с лицензионным программным обеспечением Microsoft Windows10 Pro;
Office Standard 2016;
мультимедийный проектор; экран.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

3.2.1 Печатные издания

1. Жилкина, А. Н. Финансовый анализ : учебник и практикум для вузов / А. Н. Жилкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 285 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02401-2. — Текст : непосредственный .

3.2.2 Электронные ресурсы:

а) основная учебная литература

1. Мазилкина, Е. И. Маркетинг : учебник для СПО / Е. И. Мазилкина. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2024. — 232 с. — ISBN 978-5-4488-1922-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/138133.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

2. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. В. Бураков [и др.]; под редакцией Д. В. Буракова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 303 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17281-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538286>.

3. Финансы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. А. Чалдаева [и др.]; под редакцией Л. А. Чалдаевой. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 494 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16816-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/5436>.

4. Шадрина, Г. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник для среднего профессионального образования / Г. В. Шадрина, К. В. Голубничий. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 463 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16888-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538459>.

б) дополнительная учебная литература

1. Григорьева, Т. И. Анализ финансового состояния предприятия : учебник для среднего профессионального образования / Т. И. Григорьева. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 486 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9692-0995-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545011>.

2. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05957-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511785>.

3. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 386 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16503-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536534> .

4. Погодина, Т. В. Финансовый менеджмент : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. В. Погодина. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 259 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16953-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536810>.

в) учебно-методическая литература

1. Кулагина, Н. А. Практический курс анализа хозяйственной деятельности предприятия : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. А. Кулагина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 135 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16971-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/539404>

2. Шамис, В. А. Основы маркетинга : практикум для СПО / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2023. — 100 с. — ISBN 978-5-4488-1655-0. — Текст : электронный //

Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/134193.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей

3. Шамис, В. А. Основы маркетинга в различных сферах деятельности : учебное пособие для СПО / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 173 с. — ISBN 978-5-4488-1569-0, 978-5-4497-1831-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/124751.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3.2.3 Дополнительные источники:

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

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 2.1 Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Составляет план проведения маркетингового исследования Устанавливает сроки и требования к проведению маркетингового исследования Определяет маркетинговые инструменты, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования Осуществляет поиск первичной и вторичной маркетинговой информации	Устный/письменный опрос. Тестирование. Проверка правильности выполнения расчетных показателей.
ПК 2.2 Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	Устанавливает конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках Рассчитывает показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов Разрабатывает предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.

	Использует программные продукты в системе продвижения товаров (услуг) организации	Экспертная оценка контрольных / проверочных работ.
ПК 2.3 Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий	Проводит сбор, мониторинг и систематизирует ценовые показатели товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий	Экспертная оценка создания и представления презентаций.
ПК 2.4 Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках	Обосновывает конкурентные преимущества товара на внешнем и внутренних рынках	Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по производственной практике.
ПК 2.5 Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов	Соблюдает правила и принципы разработки бизнес-плана (полнота и точность составления разделов бизнес-плана) Использует информационные технологии в процессе составления бизнес-плана Использует информацию специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана.	Защиты курсовых проектов
ПК 2.6 Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов	Рассчитывает и обосновывает результаты анализа финансовых результатов деятельности организации Применяет различные платформы в системе продвижения товаров (услуг) организации	Экзамен по модулю
ПК 2.7 Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности	Обосновывает разработанные мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности	
ПК 2.8 Собирает информацию о бизнес-проблемах и определяет риски предпринимательской единицы	Составляет план сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы Выявляет проблемы и риски предпринимательской деятельности	
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; Выделяет составные части и определяет этапы решения задачи; Выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы; Составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; Демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; Реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).	
ОК 02 Использовать	определяет задачи для поиска информации и их необходимые источники и планирует процесс	

<p>современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности</p>	<p>поиска; структурирует и выделяет наиболее значимое в полученной информации; оценивает практическую значимость результатов поиска и оформляет его результаты; применяет средства информационных технологий, использует современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</p>	
<p>ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.</p>	<p>определяет актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применяет современную научную профессиональную терминологию; определяет и выстраивает траектории профессионального развития и самообразования</p>	
<p>ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде</p>	<p>взаимодействует с преподавателями, обучающимися в ходе профессиональной деятельности.</p>	
<p>ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста</p>	<p>грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявляя толерантность в рабочем коллективе</p>	