

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

**КРАЕВОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«КРАСНОЯРСКИЙ КОЛЛЕДЖ ОТРАСЛЕВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»**

РАССМОТРЕНО

методической комиссией
протокол № 10 от 10.06.2026

УТВЕРЖДЕНО

Директор КГАПОУ «ККОТиП»
_____/Н. В. Журова/
Приказ № 01-55-1п от 29.06.2026

**ПРОГРАММА ПОДГОТОВКИ
СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

38.02.08 Торговое дело

на базе основного общего образования

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

СОГЛАСОВАНО

Зам. директора по УР

_____/_____
«__» _____ 2026 г.

Красноярск, 2026

РАССМОТРЕНО

на педагогическом совете
протокол № _____
от «___» _____ 20__ г.

СОГЛАСОВАНО

(место работы)

(занимаемая должность)

(инициалы, фамилия)

Рабочая программа (далее – программа) профессионального модуля ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли, разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта, утвержденного приказом Минпросвещения России от 19.07.2023 № 548 по специальности среднего профессионального образования 38.02.08 Торговое дело, в соответствии с профессиональным стандартом 08.035 Маркетолог (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04.06.2018 № 366н), в соответствии с профессиональным стандартом 08.037 Бизнес-аналитик (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 25.09.2018 № 592н), в соответствии с профессиональным стандартом 08.043 Экономист предприятия (утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 30.03.2021 № 161н).

Организация-разработчик: краевое государственное автономное профессиональное образовательное учреждение «Красноярский колледж отраслевых технологий и предпринимательства».

Разработчики: Сметанина Наталья Сергеевна, преподаватель КГАПОУ «ККОТиП».

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общая характеристика рабочей программы профессионального модуля	5
2. Структура и содержание профессионального модуля	10
3. Условия реализации профессионального модуля	27
4. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля.....	32

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело, входящей в состав укрупненной группы ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли профессионального цикла ПП.00.

Программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области сервиса, оказания услуг населению при наличии среднего общего образования. Опыт работы не требуется.

1.2. Место в структуре основной профессиональной образовательной программы: входит в профессиональный цикл

1.3. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

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

Перечень общих компетенций

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

Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 2 (н.4-5)	Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли (по выбору)
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.	Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности
ПК 2.8. (н.4-5)	Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы

В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Владеть навыками	выявления проблем и формулирования целей исследования;
	планирования проведения маркетингового исследования;
	определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования;
	подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования;
	поиска первичной и вторичной маркетинговой информации;
	подготовки процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования;
	проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга;
	разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации;
	применения программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации;
	применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации;
	проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий;
	проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий;
	установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках;
	применения норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;
	использования информации специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана;

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

	использовать методы экономического анализа;
	анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов;
	оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами;
	разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда;
	оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации;
	предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации;
	собирать информацию о бизнес-проблемах;
	анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков.
Знать	составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
	методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
	порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;
	этапы маркетинговых исследований, их результат;
	методы проведения маркетингового исследования;
	психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях;
	средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики;
	порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;
	виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;
	методы оценки конкурентной среды;
	нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;
	роль и значение бизнес-плана;
	основные функции бизнес-плана;
	классификацию основных типов бизнес-планов;
	методологию и процессы развития бизнес-идей;
	порядок разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью;
	принципы и методы управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий;
	методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений;
	методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов;
	методы, способы и приемы для решения задач по анализу;
	типы факторных моделей;

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

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов – 554

в том числе в форме практической подготовки – 278

Из них на освоение МДК – 374 часов

практики, в том числе учебная - 72 часов

производственная - 108

Промежуточная аттестация – экзамен

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	В т.ч. в форме практической. Подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Обучение по МДК					Практики	
				Всего	В том числе			Промежуточная аттестация		
Лабораторных и практических занятий	Курсовых работ (проектов)	Самостоятельная работа	Учебная		Производственная					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09	Раздел 1. Технология проведения маркетинговых исследований	96	90	96	26			6		
ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09	Раздел 2. Ценообразование в торговой деятельности.	116	62	116	42	20		6		
ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09	Раздел 3. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы.	162	126	162	52	20		16		
	Учебная и производственная практика	180		180					72	108
	Всего:	554	278	554	120	40		40	72	108

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающегося, курсовая работа (проект)		Объем в часах	Коды компетенций формированию которых способствует элемент программы
1	2		3	4
Раздел 1. Технология проведения маркетинговых исследований			96/90/26	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
МДК 02.01 Технология проведения маркетинговых исследований			90/26	
Тема 1.1. Понятия и сущность маркетинговых исследований	Содержание учебного материала		14/4	
	1	Цели, задачи и функции маркетинговых исследований. Предмет, объект и основные направления маркетинговых исследований. Понятие и роль маркетинговых исследований в системе маркетинга.	2	
	2	Основные этапы становления и развития маркетинговых исследований. Разработка исследований, сбор данных, анализ данных, формирование основных выводов и интерпретация результатов. Специализированные программные продукты, применяемые в маркетинге.	4	
	3	Основные понятия, цели и задачи проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга. Принципы маркетинговых исследований.	4	
	Практические занятия		4	
	Практическое занятие 1. Построение дерева целей маркетинговых исследований.		2	
	Практическое занятие 2. Постановка цели и определение задач маркетинговых исследований на предприятиях торговли. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач.		2	
Тема 1.2. Сущность и содержание маркетинговой информационной системы	Содержание учебного материала		10/2	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	1	Основные понятия и принципы маркетинговой информационной системы.	4	
	2	Структура и основные этапы проведения маркетингового исследования.	4	
	Практические занятия		2	
	Практическое занятие 3. Выявление проблемы и определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли (предприятие определяется по выбору студентов).		2	

Тема 1.3. Типы маркетинговых исследований	Содержание учебного материала		8/5	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	1	Поисковые, описательные и пояснительные исследования. Качественные и количественные маркетинговые исследования. Постоянные и разовые исследования	3	
	Практические занятия		5	
	Практическое занятие 4. Определение типа маркетингового исследования по выявленным проблемам деятельности торговой организации.		1	
	Практическое занятие 5. Сравнительная характеристика типов маркетингового исследования. Их преимущества и недостатки, области применения.		1	
	Практическое занятие 6. Решение ситуационных задач. Сбор вторичной информации.		1	
	Практическое занятие 7. Разработайте сценарий проведения маркетингового исследования методом фокус-групп. Раскройте достоинства и недостатки метода фокус-группы.		2	
Тема 1.4. Технология проведения маркетинговых исследований внешней и внутренней среды	Содержание учебного материала		14/4	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	1	Методы маркетинговых исследований определения емкости целевого рынка: источники получения маркетинговой информации и способы анализа спроса, в том числе в Яндекс.Вордстат и Google Trends. Методы маркетинговых исследований определения рисков бизнеса, оценки внешней среды компании: PEST-анализ. SWOT – анализ – метод маркетингового исследования внешней и внутренней среды компании.	4	
	2	Методы оценки конкурентной среды и конкурентоспособности товара	6	
	Практические занятия		4	
	Практическое занятие 8. Определение емкости целевого рынка предприятия торговли (предприятие определяется по выбору обучающихся).		1	
	Практическое занятие 9. Решение ситуационных задач методом PEST-анализа		1	
	Практическое занятие 10. Определение конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках (товар определяется по выбору обучающихся).		1	
	Практическое занятие 11. Решение ситуационных задач методом SWOT-анализа		1	
Тема 1.5. Основные понятия и методы кабинетных маркетинговых исследований	Содержание учебного материала		16/4	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	1	Сущность кабинетных маркетинговых исследований и их характеристика.	6	
	2	Методы кабинетных маркетинговых исследований: традиционный (классический) анализ; контент-анализ документов; информативно-целевой анализ	6	
	Практические занятия		4	

	Практическое занятие 12. Определение рыночной доли присутствия торгового предприятия традиционным методом исследования (предприятие определяется по выбору обучающихся).		1	
	Практическое занятие 13. Решение ситуационной задачи. Проведение кабинетных маркетингового исследования с помощью интернет-ресурсов		1	
	Практическое занятие 14. Оценка финансовых показателей деятельности торговой организации по данным финансовой отчетности, как источник		2	
	Самостоятельная работа обучающихся			
Тема 1.6. Основные понятия и методы полевых маркетинговых исследований	Содержание учебного материала		10/2	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	1	Наблюдение как важнейший метод сбора маркетинговой информации. Методы сбора первичной информации (анкетирование, экспертные оценки, телефонное интервью, групповое интервью (фокус-групп)).	4	
	2	Панельные исследования. Экспериментальные (опытные) исследования. Проективные методы исследований. Проведение исследований методом Eye tracking (Ай Трекинг).	4	
	Практические занятия		2	
	Практическое занятие 15. Определение круга вопросов. Выбор типа анкет. Составление анкет с целью проведения маркетингового исследования		1	
	Практическое занятие 16. Сбор первичной информации для проведения маркетингового исследования с использованием программных продуктов		1	
	Самостоятельная работа обучающихся			
Тема 1.7. Система выборочных маркетинговых исследований	Содержание учебного материала		6/2	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	1	Основные понятия, используемых при проведении выборочных исследований. Виды выборки	2	
	2	Основные этапы проектирования и определения объема выборки.	2	
	Практические занятия		2	
	Практическое занятие 17. Построение программы выборочного маркетингового исследования. Сбор информации и обобщение результатов выборочного исследования.		2	
	Самостоятельная работа обучающихся			
Тема 1.8. Обработка результатов	Содержание учебного материала		6/1	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05,
	1	Методы обработки данных маркетинговых исследований	3	
	2	Программные продукты, используемые при обработке данных результатов маркетинговых исследований	2	

маркетинговых исследований	Практические занятия		1	ОК 09
	Практическое занятие 18. Обработка результатов маркетинговых исследований с применением программных продуктов		1	
	Самостоятельная работа обучающихся			
Тема 1.9. Оформление отчета маркетинговых исследований	Содержание учебного материала		6/2	ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09
	1	Содержание и структура отчета маркетинговых исследований.	2	
	2	Оформление и методы презентации отчета с помощью цифровых технологий.	2	
	Практические занятия		2	
	Практическое занятие 19. Подготовка отчета по результатам маркетингового исследования.		1	
	Практическое занятие 20. Презентация отчета результатов маркетингового исследования с использованием программных продуктов		1	
Промежуточная аттестация: Экзамен по МДК 02.01.			6	
Раздел 2. Ценообразование в торговой деятельности			116/90/42	
МДК 02.02. Ценообразование в торговой деятельности			90/42	
Тема 2.1. Цена как экономическая категория	Содержание учебного материала		8/2	ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	1	Понятие цены. Теоретические концепции цены. Виды и функции цен. Конкурентные и монопольные цены.	2	
	2	Особенности формирования цен на факторы производства. Состав и структура цены.	2	
	3	Формы и методы государственного регулирования.	2	
	Практические занятия		2	
	Практическое занятие 1. Решение задач на определение цены с учетом ее структуры		2	
Тема 2.2. Методы ценообразования	Содержание учебного материала		14/8	ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	1	Товарная и ценовая политика предприятия. Механизм установления цены. Затратные методы ценообразования.	2	
	2	Определение цены с ориентацией на спрос. Определение цены с ориентацией на конкуренцию.	2	
	3	Особенности ценообразования на новые товары и научно-техническую продукцию	2	
	Практические занятия		8	
	Практическое занятие 2. Решение задач на расчет цены изготовителя методом полных затрат		2	

	Практическое занятие 3. Решение задач на расчет цены изготовителя методом стандартных полных затрат		2	
	Практическое занятие 4. Решение задач на расчет цены методом удельной цены		2	
	Практическое занятие 5. Решение задач на расчет цены агрегатным методом и методом регрессии		2	
Тема 2.3 Основные ценообразующие факторы, учитываемые при формировании цен торговых предприятий	Содержание учебного материала		8/4	ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	1	Структура рынка.	1	
	2	Конкурентная среда	1	
	3	Тип товара и эластичность спроса.	1	
	4	Ценность товара и прочие факторы, влияющие на ценообразование	1	
	Практические занятия		4	
	Практическое занятие 6. Решение задач на определение коэффициента эластичности спроса от цены. Расчет цены методом максимизации продаж с учетом эластичности спроса		2	
	Практическое занятие 7. Решение задач на определение максимально допустимой цены на единицу продукции		2	
Тема 2.4 Особенности ценообразования в сфере торговли, в том числе в электронной торговле	Содержание учебного материала		4/2	ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	1	Экономическое содержание торговой услуги. Особенности ценообразования в сфере услуг	1	
	2	Классификация торговых услуг. Цены на отдельные виды услуг	1	
	Практические занятия		2	
	Практическое занятие 8. Решение задач на определение цены на отдельные виды торговых услуг: Расчет цен на товары в оптовой, закупочной, розничной, электронной торговле.		2	
Тема 2.5. Торговая надбавка и методы ее определения	Содержание учебного материала		12/6	ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	1	Понятие, структура и регулирование торговой надбавки (структура торговых надбавок, издержки обращения)	2	
	2	Затратное ценообразование	1	
	3	Рыночные методы ценообразования. Методы ценообразования с ориентацией на покупателя. Ценообразование с учетом конкуренции.	2	
	4	Прочие методы ценообразования	1	
	Практические занятия		6	
	Практическое занятие 9. Решение задач на расчет цены балловым методом		2	
	Практическое занятие 10. Решение задач на расчет цены методом вмененной потребительской оценки		2	

	Практическое занятие 11. Решение задач на расчет торговых надбавок		2	
Тема 2.6. Политика цен и стратегия ценообразования	Содержание учебного материала		10/4	ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	1	Понятие политики цен. Принципы и методы формирования ценовой политики на предприятиях торговли	1	
	2	Психологические аспекты ценообразования и основы принятия ценовых решений	1	
	3	Основные ценовые стратегии предприятий торговли	1	
	4	Прочие элементы комплекса маркетинга и их влияние на цену	1	
	5	Оценка качества сервиса как основа формирования ценовой политики и стратегии торговых предприятий	1	
	6	Имидж торгового предприятия и репутация торгового персонала, их влияние на политику и стратегии ценообразования	1	
	Практические занятия		4	
	Практическое занятие 12-13. Решение задач на определение ценовой стратегии.		4	
Тема 2.7 Методы ценового стимулирования продаж	Содержание учебного материала		10/4	ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	1	Понятие и цели ценового стимулирования продаж. Методы стимулирования продаж	2	
	2	Скидки и надбавки к цене	2	
	3	Причины и условия изменения текущих цен	1	
	4	Оценка ценовых решений в торговле	1	
	Практические занятия		2	
	Практическое занятие № 14 Решение задач на оценку целесообразности и эффективности ценовых мероприятий по стимулированию продаж		2	
	Практическое занятие № 15 Решение задач на определение скидок от цены продаж и покупок. Предложения скидок при разработке программы лояльности для постоянных покупателей		2	
Тема 2.8. Ценообразование во внешнеэкономической деятельности	Содержание учебного материала		10/4	ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	1	Внешнеторговые операции и ценообразование	2	
	2	Экспортно-импортные цены	2	
	3	Таможенные пошлины и тарифы. Порядок исчисления таможенных пошлин	2	
	Практические занятия		2	
	Практическое занятие № 16 Решение задач на определение базисной экспортной цены. Расчет импортных внешнеторговых цен		2	
	Практическое занятие № 17 Расчет эффективности сделки на основе экспортно-импортных цен		2	
Тема 2.9.	Содержание учебного материала		12/6	ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5

Налоги и ценообразование	1	Налоги в составе цены	2	ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	2	Акцизы	2	
	3	Налог на добавленные стоимость	1	
	4	Налоговый контроль за ценообразованием.	1	
	Практические занятия		6	
	Практическое занятие № 18. Расчет суммы акциза.		2	
	Практическое занятие № 19. Расчет на определение ставки и суммы налога на добавленную стоимость. Расчет цены с НДС по разным ставкам.		2	
	Практическое занятие № 20. Расчет суммы НДС к возмещению/вычету из цены поставки товара.		2	
Тема 2.10 Государственная политика и ценообразование	Содержание учебного материала		8/2	ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	1	Государственная ценовая политика и регулирование цен	2	
	2	Государственный контроль ценообразования и применения цен	2	
	3	Единая тарифная политика базовых отраслей Российской Федерации	2	
	Практические занятия		2	
	Практическое занятие № 21 Решение задач на определение уровня регулирования оптовой и розничной цены		2	
Промежуточная аттестация: Экзамен по МДК 02.02.			6	
Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту (работе) 1. Выбор темы курсовой работы, формулировка актуальности исследования, определение цели, постановка задач. 2. Подбор источников и литературы, проверка актуальности предлагаемой в них информации, составление библиографического списка и плана курсовой работы. 3. Теоретический анализ источников и литературы, определение понятийного аппарата. Систематизация собранного фактического и цифрового материала путем сведения его в таблицы, диаграммы, графики и схемы. 4. Написание введения курсовой работы. Формулировка актуальности, цели, задач, объекта, предмета, методов предстоящего исследования 5. Обобщение теоретических аспектов по проблеме исследования в главе первой курсовой работы 6. Оформление результатов практических исследований в главе второй курсовой работы 7. Подбор и оформление приложений по теме курсовой работы. 8. Составление заключения курсовой работы, содержащее выводы и предложения по результатам проведенных исследований 9. Требования к содержанию и подготовка презентации курсовой работы 10. Защита курсовой работы			20	ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
Курсовой проект (работа) Тематика курсовых проектов (работ) раздела 2 1. Инфляция: понятие, виды, методы измерения и анализа и ее влияние на цену				ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07,

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			ОК 09
Раздел 3. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы			
МДК 02.03. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы		162/126/52	
Тема 3.1. Предпринимательская идея и ее выбор	Содержание учебного материала		8/2
	1	Понятие и содержание предпринимательства. Деловые интересы в предпринимательстве. Предпринимательская идея и ее выбор Источники формирования предпринимательских идей. Методы выработки предпринимательских идей.	2
	2	Процесс генерации предпринимательской идеи. Общая схема предпринимательских действий. Основные типы ключевых факторов успеха.	2

	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	2	
	Лабораторные работы			
	Лабораторная работа 1: Разработка товарной модификации, ввод товара.		2	
Тема 3.2. Технология, основные принципы и структура управления бизнесом	Содержание учебного материала		8/2	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	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	
	2	Понятие организационной структуры управления предпринимательской единицей. Факторы, определяющие выбор типа организационных структур управления.	2	
	3	Информационные и технические средства управления бизнесом. Показатели оценки эффективности управления бизнесом.	2	
	Лабораторные работы		2	
	Лабораторная работа 2: Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы		2	
Тема 3.3. Бизнес-план и его роль в современном предпринимательстве	Содержание учебного материала		12/6	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	1	Бизнес-планирование как элемент экономической политики организации. Основные цели составления бизнес-плана. Финансовые цели бизнес-планирования. Классификация основных типов бизнес-планов. Основные цели составления внутренних бизнес-планов.	4	
	2	Инвестиционный план как разновидность бизнес-плана. Характеристика, назначение, перспективы и область применения. Основные цели составления инвестиционных бизнес-планов.	2	
	Лабораторные работы		6	
	Лабораторная работа 3. Составление визитки команды. Влияние визитки команды, имиджа и деловой репутации разработчиков бизнес-плана на принятие решения инвестора.		2	
	Лабораторная работа 4. Определение миссии, цели, задачи бизнеса. Определение формы ведения предпринимательской деятельности.		2	
	Лабораторная работа 5. Определение типов бизнес-плана		2	
Тема 3.4. Структура и функции бизнес-плана	Содержание учебного материала		8/4	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	1	Основные функции бизнес-плана. Основные правила и схема построения процесса разработки бизнес-плана.	2	
	2	Технология разработки и структура бизнес-плана	2	
	Лабораторные работы		8	
	Лабораторная работа 6. Формирование и описание бизнес-идеи		2	

	Лабораторная работа 7. Первоначальная подготовка резюме бизнес-плана. Инвестиционное предложение.		2	
Тема 3.5. Основные источники финансирования предпринимательской единицы.	Содержание учебного материала		14/4	
	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.	6	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	2	Система налогов и сборов Российской Федерации. Виды систем налогообложения в России. Налоговое планирование как источник финансирования предпринимательской единицы.	4	
	Лабораторные работы		4	
	Лабораторные работы 8–9. Расчет размеров выплат по процентным ставкам кредитования, лизинговым операциям, договорам франчайзинга.		2	
	Лабораторные работы 10–11. Выбор системы налогообложения для ведения бизнеса.		2	
Тема 3.6 Анализ и оценка рисков	Содержание учебного материала		10/2	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	1	Виды предпринимательских рисков. Экспертный анализ рисков. Количественный анализ риска. Методика оценки предпринимательских рисков.	4	
	2	Модель Остервальдера и Пинье.	2	
	3	Страхование рисков и иные способы минимизации рисков.	2	
	Лабораторные работы		2	
	Лабораторная работа 12. Применение Pest – анализа с целью определения предпринимательских рисков. Выбор форм страхования предпринимательских рисков.		2	
Тема 3.7. Технология разработки разделов бизнес-плана предпринимательской единицы	Содержание учебного материала		26/12	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	1	Общая характеристика бизнеса, описание предпринимательской единицы. Описание модели Остервальдера для разработки бизнес-моделей.	2	
	2	Краткая характеристика проекта. Описание бизнес-идеи. Матрица Ансоффа и стратегии роста бизнеса.	2	
	3	Факторы инвестиционной привлекательности бизнес-проекта.	2	
	4	План маркетинга. Применение метода 5W Шеррингтона для сегментации рынка. Сегменты рынка B2B, B2C, B2G, C2C, их характеристика и отличия. Характеристика рынков сбыта.	2	
	5	Производственный и организационный план.	2	
	6	Финансовый план.	2	
	7	Резюме бизнес-плана.	2	
	Лабораторные работы		12	

	Практическое занятие 13. Описание предпринимательской единицы/компании/бизнеса.		2	
	Лабораторная работа 14. Разработка логотипа фирмы и составление слогана с применением специализированных цифровых инструментов.		2	
	Лабораторная работа 15. Оценка целевого рынка. Применение метода 5W Шеррингтона для определения целевой аудитории.		2	
	Лабораторная работа 16. Составление анкеты для опроса потенциальных клиентов, проведение опроса в сети Интернет, социальных мессенджерах и иных цифровых аналогах.		2	
	Лабораторная работа 17. Планирование рабочего процесса. Определение бизнес-процессов и составление схемы ведения предпринимательской деятельности.		2	
	Лабораторная работа 18. Разработка организационной структуры управления компании. Структурные подразделения компании, их описание и функциональное назначение.		2	
Тема 3.8. Финансовое моделирование деятельности предпринимательской единицы	Содержание учебного материала		14/10	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	1	Финансовое планирование как раздел бизнес-плана. Основные этапы составления финансового плана компании. Методика расчета финансовых показателей.	2	
	2	Расчет точки безубыточности.	2	
	Лабораторные работы		10	
	Лабораторная работа 19. Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов. Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования.		2	
	Лабораторная работа 20. Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода. Определение рыночной цены товара. Расчет себестоимости товара, определение розничной цены.		2	
	Лабораторная работа 21. Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении.		2	
	Лабораторные работы 22–23. Составление плана переменных расходов.		2	
	Лабораторная работа 24. Расчет точки безубыточности по данным реального бизнес-плана		2	
Тема 3.9 Методы оценки эффективности инвестиционного проекта	Содержание учебного материала		12/6	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	1	Основные показатели оценки экономической эффективности инвестиционного проекта. Методы оценки инвестиционных проектов. Выбор ставки дисконтирования. Обоснование выбора ставки дисконтирования. Расчет простого периода окупаемости проекта (PaybackPeriod)	2	
	2	Основные показатели оценки социальной эффективности инвестиционного проекта	4	
	Лабораторные работы		6	
	Практическое занятие 25. Расчет экономической окупаемости инвестиционного проекта с учетом различных сценариев		2	

	Лабораторные работы 26-27. Расчет основных показателей оценки экономической эффективности инвестиционного проекта: Расчет дисконтированного периода окупаемости проекта (DiscountedPaybackPeriod) Расчет чистой текущей стоимости проекта (NetPresentValue) Расчет внутренней нормы доходности проекта (InternalRateofReturn) Расчет индекса прибыльности проекта (IndexofProfitability) Расчеты других значимых показателей (ARR, MIRR, ROE, ROI, EBIT, EBITDA)		4	
Тема 3.10 Современные программные продукты, используемые для презентации инвестиционного проекта	Содержание учебного материала		14/4	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
	1	Специализированные программные продукты, используемые для составления бизнес-плана, разработки финансовой модели бизнеса и презентации инвестиционного проекта.	6	
	2	Основные правила оформления презентаций инвестиционного проекта	4	
	Лабораторные работы		4	
	Лабораторные работы 28–29. Разработка бизнес-плана с применением специализированных программных продуктов (по выбору образовательной организации)		2	
	Лабораторные работы 30–31. Оформление и презентация бизнес-плана / инвестиционного проекта		2	
Промежуточная аттестация: Экзамен по МДК 02.03.			16	
Обязательные аудиторные учебные занятия по курсовому проекту (работе) 1. Выбор темы курсовой работы, формулировка актуальности исследования, определение цели, постановка задач. 2. Подбор источников и литературы, проверка актуальности предлагаемой в них информации, составление библиографического списка и плана курсовой работы. 3. Теоретический анализ источников и литературы, определение понятийного аппарата. Систематизация собранного фактического и цифрового материала путем сведения его в таблицы, диаграммы, графики и схемы. 4. Написание введения курсовой работы. Формулировка актуальности, цели, задач, объекта, предмета, методов предстоящего исследования 5. Обобщение теоретических аспектов по проблеме исследования в главе первой курсовой работы 6. Оформление результатов практических исследований в главе второй курсовой работы 7. Подбор и оформление приложений по теме курсовой работы. 8. Составление заключения курсовой работы, содержащее выводы и предложения по результатам проведенных исследований 9. Требования к содержанию и подготовка презентации курсовой работы 10. Защита курсовой работы			20	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09

Курсовой проект (работа) Тематика курсовых проектов (работ) раздела 3 1. Разработка бизнес-плана открытия розничного магазина формата «у дома» (на примере продуктовой группы): расчёт точки безубыточности, товарного запаса и потребности в оборотных средствах. 2. Финансовое моделирование сети розничных точек: оценка эффекта масштаба, распределение постоянных затрат и расчёт окупаемости второй и третьей точек. 3. Бизнес-план специализированного магазина (например, «товары для животных»): анализ целевой аудитории, ассортиментной матрицы и ценовой политики. 4. Бизнес-план специализированного магазина (например, «экопродукты»): анализ целевой аудитории, ассортиментной матрицы и ценовой политики. 5. Бизнес-план специализированного магазина (например, «Магазин фермерских продуктов».): анализ целевой аудитории, ассортиментной матрицы и ценовой политики. 6. Бизнес-план специализированного магазина (например, «Магазин правильного питания и спортивного питания»): анализ целевой аудитории, ассортиментной матрицы и ценовой политики. 7. Бизнес-план специализированного магазина (например, «Магазин этнических продуктов»): анализ целевой аудитории, ассортиментной матрицы и ценовой политики. 8. Бизнес-план специализированного магазина (например, «Кондитерская с авторской выпечкой и тортами на заказ»): анализ целевой аудитории, ассортиментной матрицы и ценовой политики. 9. Оптимизация финансовых показателей действующего розничного магазина: снижение издержек, повышение маржинальности и моделирование сценариев роста выручки. 10. Бизнес-план запуска интернет-магазина: выбор ниши, расчёт юнит-экономики, прогнозирование трафика и конверсий, бюджет на продвижение. 11. Финансовое моделирование продаж на маркетплейсах (Wildberries): расчёт комиссии, логистики, возвратов и чистой прибыли по SKU; сравнение моделей FBO и FBS. 12. Финансовое моделирование продаж на маркетплейсах (Ozon): расчёт комиссии, логистики, возвратов и чистой прибыли по SKU; сравнение моделей FBO и FBS. 13. 14. Разработка бизнес-плана для дропшипинг-проекта: оценка рисков, построение финансовой модели без товарных запасов и расчёт точки безубыточности. 15. Анализ и оптимизация юнит-экономики действующего магазина на маркетплейсе: выявление убыточных позиций, перераспределение рекламного бюджета и повышение маржинальности. 16. Бизнес-план оптовой компании по поставке товаров (например, хозтоваров или канцелярии): расчёт товарного портфеля, условий отсрочки платежа и управление дебиторской задолженностью. 17. Финансовое моделирование мелкооптового склада: расчёт оборачиваемости товарных запасов, потребности в складских мощностях и прогноз денежных потоков.	20	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09
--	----	---

18. Разработка бизнес-плана дистрибьюторского проекта: построение каналов сбыта, расчёт валовой маржи по клиентам и оценка эффективности работы с региональными партнёрами. 19. Бизнес-план пункта выдачи заказов (ПВЗ): расчёт тарифов, трафика клиентов, затрат на аренду и персонал, оценка окупаемости. 20. Финансовое моделирование проекта «магазин-кафе» (формат convenience + food): расчёт доли выручки по направлениям, себестоимости блюд и влияния фуд-зоны на средний чек. 21. Разработка бизнес-плана сервиса по доставке товаров из офлайн-магазинов: расчёт логистики «последней мили», стоимости заказа и модели монетизации. 22. Сравнительный анализ финансовых моделей двух торговых концепций (например, «дискаунтер» vs «премиум-бутик»): расчёт маржинальности, точки безубыточности и чувствительности к изменению цен. 23. Построение сценарной финансовой модели торговой точки: оптимистичный, базовый и пессимистичный сценарии; анализ ключевых драйверов выручки и затрат. 24. Оценка инвестиционных проектов в торговле: расчёт NPV, IRR, срока окупаемости и чувствительности для нескольких вариантов (аренда vs покупка помещения, разные локации). 25. Финансовое моделирование сезонного торгового бизнеса (например, «новогодние товары» или «школьные принадлежности»): расчёт потребности в оборотном капитале, графика закупок и кассовых разрывов.		
Учебная практика Виды работ 1. Изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирования целей маркетингового исследования 2. Построение дерева целей маркетингового исследования по данным предприятия торговли. 3. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач. 4. Определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли. 5. Разработка плана проведения маркетингового исследования и согласование с руководителем учебной практики. 6. Определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования. Их описание и назначение в ходе проведения маркетингового исследования. 7. Определение емкости целевого рынка предприятия торговли, по данным которого проводится маркетинговое исследование. 8. Выявление конкурентов исследуемого торгового предприятия. Определение конкурентных преимуществ исследуемого торгового предприятия на внутреннем и внешних рынках. 9. Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации. 10. Проведения маркетингового исследования в установленные сроки с использованием инструментов комплекса маркетинга и сквозных цифровых технологий.	72	ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09

11. Подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров, повышения объемов продаж торговой организации. 12. Оформление результатов маркетингового исследования. 13. Подготовка презентации по результатам проведенного маркетингового исследования. 14. Представление и защита результатов проведенного маркетингового исследования. 15. Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой организации, по данным которой проводится маркетинговое исследование. 16. Применение сквозных цифровых технологий при проведении работ по анализу ценовых показателей товаров (перечень товаров подбирает обучающийся по согласованию с руководителем учебной практики). 17. Анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации. 18. Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках. 19. Выявление причин снижения спроса на отдельные виды товаров. 20. Подготовка предложений по программе лояльности торговой организации с целью повышения объемов продаж торговой организации. 21. Оформление результатов анализа ценовой политики и ценовой стратегии торгового предприятия. 22. Представление презентации по итогам анализа ценообразования торгового предприятия.		
Производственная практика Виды работ 1. Сбор информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы. 2. Проведение Pest анализа, применение метода Ансоффа-Пинье для описания бизнес-модели предпринимательской единицы <i>Выполнение отдельных этапов разработки бизнес-плана:</i> 3. Составление визитки команды. 4. Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы. 5. Определение целевой аудитории по методу Шеррингтона. 6. Построение модели Остервальдера. 7. Определение бизнес-процессов и составление схемы оказания услуг. <i>Разработка и заполнение финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением специализированных программных продуктов</i> 8. Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов. 9. Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования. 10. Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода. 11. Расчеты цен и себестоимости. 12. Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении	108	

13. Составление плана переменных расходов		
14. Расчет точки безубыточности		
15. Составление бюджета доходов и расходов		
16. Составление бюджета движения денежных средств		
17. Составление прогнозного баланса		
18. Определение и обоснование источников финансирования		
19. Расчеты процентов за пользование заемными средствами и составление графика возврата заемных средств		
20. Расчет дисконтированного периода окупаемости проекта (DiscountedPaybackPeriod)		
21. Расчет чистой текущей стоимости проекта (NetPresentValue)		
22. 3. Расчет внутренней нормы доходности проекта (InternalRateofReturn)		
23. 4. Расчет индекса прибыльности проекта (IndexofProfitability)		
24. Расчеты других значимых показателей (ARR, MIRR, ROE, ROI, EBIT, EBITDA)		
25. Разработка мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности.		
Консультации	45	
Всего	554	

ПМ.02 выступает связующим звеном: он объединяет разрозненные знания (из товароведения, маркетинга, экономики) в единую логику бизнеса. Выпускник должен понимать не только, как организовать процесс продажи, но и как выстроить бизнес-модель, оценить риски, найти конкурентные преимущества. Без этого навыка специалист рискует стать узким исполнителем, а не тем, кто способен инициировать и развивать торговые проекты.

В основе модуля — решение прикладных кейсов: от анализа рыночной ниши до запуска собственного торгового проекта. Именно здесь студенты учатся переводить теорию в действия: выявлять проблемы бизнеса, формулировать гипотезы, проверять их и предлагать обоснованные решения. Это напрямую готовит к реальным вызовам: выходу на новый рынок, запуску линейки товаров, оптимизации ассортимента или повышению лояльности клиентов. Увеличение часов в ПМ.02 по сравнению с примерной образовательной программой оправдано тем, что оно создаёт прочную базу для углублённой работы в смежных дисциплинах, это:

- МДК 02.01 (Маркетинговые исследования). Чтобы написать качественную курсовую работу студенту нужно освоить весь цикл: от постановки проблемы и выбора методов (PEST-, SWOT-анализ) до сбора данных, их анализа и формулировки управленческих рекомендаций. Углубление модуля даёт больше времени на отработку этих этапов, разбор сложных случаев и работу с реальными данными (в том числе с использованием специализированных программных продуктов);

- МДК 02.03 (Бизнес-планирование и финансовое моделирование). Успешная курсовая по этому МДК невозможна без понимания контекста: какие рыночные условия выявлены, какие есть конкурентные преимущества, какие риски существуют. ПМ.02 как раз даёт этот фундамент. Увеличение часов позволяет детальнее разобрать, как результаты маркетинговых исследований трансформируются в разделы бизнес-плана (маркетинговый план, финансовый план, оценка рисков), и отработать навыки финансового моделирования (расчёт показателей эффективности, построение прогнозов).

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы профессионального модуля осуществляется в учебных кабинетах:

МДК.02.01 Технология проведения маркетинговых исследований

Кабинет «Междисциплинарных курсов»

Специализированная мебель и системы хранения

Основное оборудование

Стол аудиторный,

Стол преподавателя,

Стул офисный

Дополнительное оборудование

Доска магнитно-маркерная

Технические средства

Основное оборудование

Автоматизированное рабочее место преподавателя,

Проектор настольный короткофокусный

Демонстрационные учебно-наглядные пособия

Основное оборудование

Комплект учебного наглядного материала по всем темам программы,

Комплекты для индивидуальной и групповой работы по основным темам программы

Дополнительное оборудование

Комплект демонстрационного оборудования (макеты, манекены) по всем темам программы,

Тренировочные комплексы

МДК.02.02 Ценообразование в торговой деятельности,

МДК.02.03 Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской деятельности

Кабинет «Междисциплинарных курсов и модулей»

Специализированная мебель и системы хранения

Основное оборудование

Стол аудиторный,

Стол преподавателя,

Стул офисный

Дополнительное оборудование

Доска магнитно-маркерная

Технические средства

Основное оборудование

Автоматизированное рабочее место преподавателя,

Проектор настольный короткофокусный

Демонстрационные учебно-наглядные пособия

Основное оборудование

Комплект учебного наглядного материала по всем темам программы,

Комплекты для индивидуальной и групповой работы по основным темам программы

Дополнительное оборудование

Комплект демонстрационного оборудования (макеты, манекены) по всем темам программы,
Тренировочные комплексы

Лаборатория «Предпринимательства и интернет-маркетинга»

Дополнительное оборудование

Доска магнитно-меловая

Основное оборудование

Стол аудиторный,

Автоматизированное рабочее место преподавателя,

Проектор настольный короткофокусный

Интерактивная панель LED

Автоматизированное рабочее место обучающегося

Подключение к проводному интернету

МФУ цветное лазерное,

Флипчарт

Демонстрационные учебно-наглядные пособия

Основное оборудование

Комплект учебного наглядного материала по всем темам программы,

Комплекты для индивидуальной и групповой работы по основным темам программы

Дополнительное оборудование

Комплект демонстрационного оборудования (макеты, манекены) по всем темам программы,

Тренировочные комплексы

3.2. Информационное обеспечение реализации программы профессионального модуля

Печатные 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>

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>

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>

Электронные издания (электронные ресурсы):

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>

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

3. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. —

Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05957-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489822>

4. Маховикова, Г. А. Цены и ценообразование в коммерции: учебник для среднего профессионального образования / Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 231 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03696-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477854>

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

6. Романова, М. В. Бизнес-планирование: учебное пособие / М.В. Романова. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2021. — 240 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-8199-0756-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1446152>

7. Саталкина, Н. И. Экономика торговли: учебное пособие / Н. И. Саталкина, Б. И. Герасимов. Г. И. Терехова. — Москва: ФОРУМ, 2021. — 232 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-91134-485-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1287439>

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

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

Дополнительные источники

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

3.3. Кадровое обеспечение реализации программы

Требования к квалификации педагогических кадров

Реализация образовательной программы обеспечивается педагогическими работниками образовательной организации, а также лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на условиях гражданско-правового договора, в том числе из числа руководителей и работников организаций, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности: Сервис, оказание услуг населению (торговля, техническое обслуживание, ремонт, предоставление персональных услуг, услуги гостеприимства, общественное питание и прочее), имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет.

Квалификация педагогических работников образовательной организации должна отвечать квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и

(или) профессиональных стандартах (при наличии).

Педагогические работники, привлекаемые к реализации образовательной программы, имеют дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной деятельности: Сервис, оказание услуг населению (торговля, техническое обслуживание, ремонт, предоставление персональных услуг, услуги гостеприимства, общественное питание и прочее), не реже 1 раза в 3 года с учетом расширения спектра профессиональных компетенций.

Реализацию программы профессионального модуля ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли обеспечивает Сметанина Наталья Сергеевна, преподаватель.

Образование:

Красноярский коммерческий институт по специальности «Экономика и управление в торговле и общественном питании», квалификация «Экономист» (1995 г.); КГПУ им. В. П. Астафьева по направлению «Семейное образование» (2021 г.).

Повышение квалификации:

2020г.: ООО «Институт новых технологий в образовании», по программе «Применение дистанционного обучения. Разработка учебных заданий и тестовых вопросов в онлайн-форматах»;

2021г.: КГБПОУ «Красноярский колледж отраслевых технологий и предпринимательства», по программе «Психолого-педагогические аспекты инклюзивного образования в условиях реализации ФГОС»;

2020г.: ООО «Институт новых технологий в образовании», «Обучение педагогических работников навыкам оказания первой помощи»;

2022г.: КГАУ ДПО «Красноярский краевой институт повышения квалификации и профессиональной переподготовки работников образования», «Содержание и методика преподавания курса финансовой грамотности различным категориям обучающихся»;

2022г.: КГАУ ДПО «Красноярский краевой институт повышения квалификации и профессиональной переподготовки работников образования», «Формирование финансовой грамотности обучающихся с использованием интерактивных технологий и цифровых образовательных ресурсов (продвинутый уровень)»;

2022г.: ФГАОУ ВО «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта», «Разработка и реализация маркетинговой стратегии»;

2022г.: ФГАОУ ВО «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта», «Налогообложение предприятий и организаций»;

2022г.: ФГАОУ ВО «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта», «Маркетинг в гостиничном бизнесе»;

2022г.: ФГАОУ ВО «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта», «Предпринимательский модуль»;

2022г.: ФГАОУ ВО «Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта», «Бизнес-модели компании и операционная эффективность»;

2023г.: ООО «Северо-Западный учебный Центр «Технологии Безопасности», «Обучение педагогических работников оказанию первой помощи».

2023г.: Прошла проверку знаний требований охраны труда по программе обучения по общим вопросам охраны труда и функционирования системы управления охраной труда, Протокол № 24, ККОТиП.

2023г.: КГБПОУ «Красноярский колледж отраслевых технологий и предпринимательства», «Адаптация образовательной программы среднего профессионального в соответствии с образовательными потребностями и индивидуальными возможностями обучающихся с инвалидностью и ОВЗ».

2024г.: Национальный центр информационного противодействия терроризму и экстремизму в образовательной среде и сети Интернет, ФГАНУ НИИ «Спецвузавтоматика», «Профилактика социально-негативных явлений в молодежной среде».

2025г.: Ассоциация социального предпринимательства «Развитие и Управление Социальными Стратегическими Альянсами», «Учебно-производственный комплекс в системе среднего профессионального образования. УПК как социальное предприятие».

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 2.1. Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	– Составляет план проведения маркетингового исследования – Устанавливает сроки и требования к проведению маркетингового исследования – Определяет маркетинговые инструменты, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования – Осуществляет поиск первичной и вторичной маркетинговой информации	Устный/письменный опрос. Тестирование. Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном. Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.
ПК. 2.2. Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	– Устанавливает конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках – Рассчитывает показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов – Разрабатывает предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации – Использует программные продукты в системе продвижения товаров (услуг) организации	Экспертная оценка контрольных / проверочных работ. Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике. Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.
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 соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.
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.	Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.
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	Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.
ПК. 2.7. Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности	– Обосновывает разработанные мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: – на практических занятиях; – при выполнении работ на различных этапах учебной практики;
ПК. 2.8. Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы	– Составляет план сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы – Выявляет проблемы и риски предпринимательской деятельности	– при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества.
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	– Распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; – Выделяет составные части и определяет этапы решения задачи; – Выявляет и эффективно осуществляет поиск информации,	

	необходимой для решения задачи и/или проблемы; – Составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; – Демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; Реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника).	
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	– определяет задачи для поиска информации и их необходимые источники и планирует процесс поиска; – структурирует и выделяет наиболее значимое в полученной информации; – оценивает практическую значимость результатов поиска и оформляет его результаты; применяет средства информационных технологий, использует современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.	
ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	– определяет актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; – применяет современную научную профессиональную терминологию; определяет и выстраивает траектории профессионального развития и самообразования	
ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	эффективно взаимодействует с преподавателями, обучающимися в ходе профессиональной деятельности.	
ОК 05 Осуществлять устную и письменную	грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по	

коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	профессиональной тематике на государственном языке, проявляя толерантность в рабочем коллективе	
ОК 07 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	выполняет работы с соблюдением принципов бережливого производства и ресурсосбережения	
ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	– понимает общий смысл четко произнесенных высказываний и текстов на профессиональные темы; – участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; – строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; пишет простые связные сообщения на интересующие профессиональные темы.	