

Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация  
Уральский экономический колледж

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**  
**ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности**  
**в сфере торговли**  
**для обучающихся по очной и заочной формам обучения**  
**по специальности 38.02.08 Торговое дело**

Екатеринбург, 2025 г.

Рабочая программа рассмотрена и одобрена кафедрой

Протокол заседания № 5 от «24» марта 2025 г.

УТВЕРЖДЕНА решением педагогического совета АНПОО Уральский экономический колледж

Рабочая программа разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 38.02.08 Торговое дело, утвержденного Приказом Министерства просвещения РФ от 19.07.2023 № 548 и учебных планов АНПОО Уральский экономический колледж по специальности 38.02.08 Торговое дело

Организация разработчик: Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация «Уральский экономический колледж»

Преподаватель – разработчик рабочей программы:

© АНПОО «Уральский экономический колледж», 2025

## **СОДЕРЖАНИЕ**

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

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ

## 1.1. Цели и планируемые результаты освоения профессионального модуля, соотнесенные с установленными в образовательной программе компетенциями:

1.1.1. В результате освоения профессионального модуля обучающиеся должны овладеть следующими общими и профессиональными компетенциями:

*ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;*

*ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;*

*ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;*

*ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;*

*ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.*

*ПК 2.1. Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.*

*ПК 2.2. Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации.*

*ПК 2.3. Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий.*

*ПК 2.4. Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках.*

*ПК 2.5. Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов.*

*ПК 2.6. Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов.*

*ПК 2.7. Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности.*

*ПК 2.8. Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы.*

1.1.2. В результате освоения профессионального модуля обучающиеся должны достигнуть следующих результатов обучения, соотнесенных с результатами освоения основной образовательной программы (компетенциями):

<b>Наименование результата обучения</b>	<b>Дескрипторы результата обучения</b>	<b>Результаты освоения образовательной программы (компетенции), формирование которых обеспечивается результатом обучения</b>
---	--	--

		<i>(коды компетенций)</i>
Иметь практический опыт:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга</li> <li>- разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации</li> <li>- проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий</li> <li>- установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках</li> <li>- разработки бизнес-плана и финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов</li> <li>- расчета показателей эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов</li> <li>- определения мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности</li> <li>- сбора информации о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы</li> </ul>	<p>ОК 1, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 9, ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 2.3., ПК 2.4., ПК 2.5., ПК 2.6., ПК 2.7., ПК 2.8.</p>
Уметь:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования</li> <li>- определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования</li> <li>- составлять комплексный план проведения маркетингового исследования</li> <li>- анализировать текущую рыночную конъюнктуру</li> <li>- составлять техническое задание для выполнения маркетингового исследования</li> <li>- проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга</li> <li>- обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций</li> <li>- обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги</li> <li>- применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности</li> <li>- оценивать риски, связанные с бизнесом</li> <li>- анализировать бизнес-концепции</li> <li>- применять при разработке бизнес-плана специализированные программные продукты</li> <li>- создавать деловые электронные презентации</li> <li>- собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации</li> <li>- оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами</li> <li>- оптимально использовать материальные, трудовые и</li> </ul>	<p>ОК 1, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 9, ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 2.3., ПК 2.4., ПК 2.5., ПК 2.6., ПК 2.7., ПК 2.8.</p>

	финансовые ресурсы организации - собирать информацию о бизнес-проблемах	
<b>Знать:</b>	- составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты - методы изучения рынка, анализа окружающей среды - этапы маркетинговых исследований, их результат - методы проведения маркетингового исследования - средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики - виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности - методы оценки конкурентной среды - нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности - основные функции бизнес-плана - порядок разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью; - принципы и методы управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий - методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов - схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа - методические материалы по планированию, учету и анализу деятельности организации - методы оценки и снижения риска, связанных с бизнесом - основные способы анализа и оценки рисков	ОК 1, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 9, ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 2.3., ПК 2.4., ПК 2.5., ПК 2.6., ПК 2.7., ПК 2.8.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 2.1. Объем и структура профессионального модуля, виды учебной работы

#### 2.1.1 Объем и структура профессионального модуля, виды учебной работы (очной форма)

Коды общих и профессиональных компетенций	Наименование разделов профессионального модуля	Общий объем учебной работы (всего), час.	Объем профессионального модуля, час.						Самостоятельная работа обучающегося
			Учебная работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем					Практики	
			Всего	В том числе			Учебная		
				Лекции	Практические занятия	Курсовая работа			
ОК 1, ОК 3, ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 2.3., ПК 2.4., ПК 2.5., ПК 2.8.	МДК.02.01 Маркетинг в предпринимательской деятельности	76	50	20	30			26	
ОК 1, ОК 4, ПК 2.3., ПК 2.4., ПК 2.5., ПК 2.6., ПК	МДК.02.02 Менеджмент	116	72	36	36			44	

2.7., ПК 2.8.									
ОК 4, ПК 2.4., ПК 2.6., ПК 2.7., ПК 2.8.	МДК.02.03 Управление персоналом	60	36	30	6				24
	<i>Экзамен по модулю</i>	12	12	12					
ОК 3, ОК 5, ОК 9, ПК 2.1. - ПК 2.8.	УП.02.01 Учебная практика по модулю (ознакомительная)	144	96				96		48
	<i>ВСЕГО</i>	408	266	98	72	-	96	-	142

### 2.1.2. Объем и структура профессионального модуля, виды учебной работы (заочная форма)

Коды общих и профессиональных компетенций	Наименование разделов профессионального модуля	Общий объем учебной работы (всего), час.	Объем профессионального модуля, час.						Самостоятельная работа обучающегося	
			Учебная работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем							
			Всего	В том числе			Практики			
				Лекции	Практические занятия	Курсовая работа	Учебная			Производственная
ОК 1, ОК 3, ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 2.3., ПК 2.4., ПК 2.5., ПК 2.8.	МДК.02.01 Маркетинг в предпринимательской деятельности	76	8	4	4				68	
ОК 1, ОК 4, ПК 2.3., ПК 2.4., ПК 2.5., ПК 2.6., ПК 2.7., ПК 2.8.	МДК.02.02 Менеджмент	116	12	8	4				104	
ОК 4, ПК 2.4., ПК 2.6., ПК 2.7., ПК 2.8.	МДК.02.03 Управление персоналом	60	6	4	2				54	
	<i>Экзамен по модулю</i>	12	12	12						
ОК 3, ОК 5, ОК 9, ПК 2.1. - ПК 2.8.	УП.02.01 Учебная практика по модулю (ознакомительная)	144	10				10		134	
	<i>ВСЕГО</i>	408	48	28	10		10		360	

### 2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы
<i>МДК.02.01 Маркетинг в предпринимательской деятельности</i>		
<i>Раздел 1. Маркетинговая деятельность организации</i>		
<b>Тема 1. Теоретические основы маркетинга. Объекты и субъекты маркетинга</b>	Содержание теоретических занятий: - Рынок. Макро- и микросреда организации - Сущность маркетинга, его цели и задачи - Типы маркетинга в современных организациях - Маркетинговые подразделения и организации - Объекты маркетинга: потребности и спрос - Виды спроса и их характеристика - Субъекты маркетинговой деятельности и их особенности	ОК 1, ОК 3, ПК 2.1. - ПК 2.5., ПК 2.8.

	<p><b>Содержание практических занятий:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Модель должности маркетолога в организации</li> <li>- Функции и структура специализированных маркетинговых организаций</li> <li>- Модели и факторы покупательского поведения</li> </ul>	
<b>Тема 2. Функции управления в маркетинге</b>	<p><b>Содержание теоретических занятий:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Планирование, организация, мотивация, координация и контроль в маркетинговой деятельности организации</li> <li>- Анализ внешней среды и конкурентоспособности организации на рынке</li> </ul>	ОК 1, ОК 3, ПК 2.1. - ПК 2.5., ПК 2.8.
	<p><b>Содержание практических занятий:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- SWOT- и PEST-анализ</li> <li>- Организация и проведение маркетинговых исследований</li> </ul>	
<b>Тема 3. Маркетинговая стратегия организации</b>	<p><b>Содержание теоретических занятий:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Понятие и принципы маркетинговой стратегии</li> <li>- Обеспечение конкурентоспособности организации</li> <li>- Формирование товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики организации</li> </ul>	ОК 1, ОК 3, ПК 2.1. - ПК 2.5., ПК 2.8.
	<p><b>Содержание практических занятий:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Формирование конкурентной стратегии организации на рынке</li> <li>- Формирование комплекса маркетинга компании</li> </ul>	
<b>Раздел 2. Ценообразование в маркетинге</b>		
<b>Тема 4. Методы и факторы ценообразования</b>	<p><b>Содержание теоретических занятий:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Понятие цены. Виды и функции цен. Состав и структура цены.</li> <li>- Методы ценообразования. Механизм установления цены</li> <li>- Факторы ценообразования. Психологические аспекты ценообразования и основы принятия ценовых решений</li> <li>- Товарная и ценовая политика предприятия</li> <li>- Экспортно-импортные цены. Таможенные пошлины и тарифы</li> <li>- Формы и методы государственного регулирования цен</li> </ul>	ОК 1, ОК 3, ПК 2.1. - ПК 2.5., ПК 2.8.
	<p><b>Содержание практических занятий:</b></p> <p>Решение задач на определение цены с учетом ее структуры</p> <p>Решение задач на расчет цены изготовителя различными методами</p> <p>Решение задач на определение ценовой стратегии.</p> <p>Решение задач на определение базисной экспортной цены.</p> <p>Расчет импортных внешнеторговых цен</p>	
<b>Тема 5. Особенности ценообразования в сфере торговли</b>	<p><b>Содержание теоретических занятий:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Особенности ценообразования в сфере услуг</li> <li>- Понятие, структура и регулирование торговой надбавки (структура торговых надбавок, издержки обращения)</li> <li>- Основные ценовые стратегии предприятий торговли</li> <li>- Влияние элементов комплекса маркетинга на цену</li> <li>- Качество сервиса, имидж торгового предприятия и репутация торгового персонала их влияние на политику и стратегии ценообразования</li> <li>- Ценовое стимулирование продаж. Скидки и надбавки к цене.</li> <li>Причины и условия изменения текущих цен</li> </ul>	ОК 1, ОК 3, ПК 2.1. - ПК 2.5., ПК 2.8.
	<p><b>Содержание практических занятий:</b></p> <p>Решение задач на определение цены на отдельные виды торговых услуг: расчет цен на товары в оптовой, закупочной, розничной, электронной торговле.</p> <p>Решение задач на расчет торговых надбавок</p> <p>Решение задач на определение скидок от цены продаж и покупок.</p>	
<b>Раздел 3. Организация и проведение маркетинговых исследований</b>		
<b>Тема 6. Сущность и содержание маркетинговой информационной</b>	<p><b>Содержание теоретических занятий:</b></p> <p>Основные понятия и принципы маркетинговой информационной системы. Структура и основные этапы проведения маркетингового исследования.</p>	ОК 1, ОК 3, ПК 2.1. - ПК 2.5., ПК 2.8.

<p><b>системы и маркетинговых исследований</b></p>	<p>Цели, задачи и функции маркетинговых исследований. Предмет, объект и основные направления маркетинговых исследований. Понятие и роль маркетинговых исследований в системе маркетинга.</p> <p>Разработка исследований, сбор данных, анализ данных, формирование основных выводов и интерпретация результатов. Специализированные программные продукты, применяемые в маркетинге.</p> <p>Основные понятия, цели и задачи проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга. Принципы маркетинговых исследований.</p> <p><b>Содержание практических занятий:</b></p> <p>Выявление проблемы и определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли (предприятие определяется по выбору студентов). Построение дерева целей маркетинговых исследований. Постановка цели и определение задач маркетинговых исследований на предприятиях торговли. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач. Решение ситуационных задач</p>	
<p><b>Тема 7. Типы и технология проведения маркетинговых исследований</b></p>	<p><b>Содержание теоретических занятий:</b></p> <p>Поисковые, описательные и пояснительные исследования. Качественные и количественные маркетинговые исследования. Постоянные и разовые исследования</p> <p>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.</p> <p>Методы оценки конкурентной среды и конкурентоспособности товара</p> <p><b>Содержание практических занятий:</b></p> <p>Определение типа маркетингового исследования по выявленным проблемам деятельности торговой организации. Решение ситуационных задач. Сбор вторичной информации. Разработка сценария проведения маркетингового исследования методом фокус-групп.</p> <p>Определение емкости целевого рынка предприятия торговли с использованием программных продуктов (предприятие определяется по выбору обучающихся).</p> <p>Определение конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках (товар определяется по выбору обучающихся).</p>	<p>ОК 1, ОК 3, ПК 2.1. - ПК 2.5., ПК 2.8.</p>
<p><b>Тема 8. Основные понятия и методы кабинетных маркетинговых исследований</b></p>	<p><b>Содержание теоретических занятий:</b></p> <p>Сущность кабинетных маркетинговых исследований и их характеристика.</p> <p>Методы кабинетных маркетинговых исследований: традиционный (классический) анализ; контент-анализ документов; информативно-целевой анализ</p> <p><b>Содержание практических занятий:</b></p> <p>Определение рыночной доли присутствия торгового предприятия традиционным методом исследования (предприятие определяется по выбору обучающихся). Решение ситуационной задачи. Проведение кабинетных маркетингового исследования с помощью интернет - ресурсов</p> <p>Оценка финансовых показателей деятельности торговой организации по данным финансовой отчетности, как источник информации для оценки внутренней среды торгового</p>	<p>ОК 1, ОК 3, ПК 2.1. - ПК 2.5., ПК 2.8.</p>

	предприятия. исследования с использованием программных продуктов	
<b>Тема 9. Основные понятия и методы полевых маркетинговых исследований</b>	<b>Содержание теоретических занятий:</b> Наблюдение как важнейший метод сбора маркетинговой информации. Методы сбора первичной информации (анкетирование, экспертные оценки, телефонное интервью, групповое интервью (фокус-групп)). Панельные исследования. Экспериментальные (опытные) исследования. Проективные методы исследований. Проведение исследований методом Eye tracking (Ай Трекинг).	ОК 1, ОК 3, ПК 2.1. - ПК 2.5., ПК 2.8.
	<b>Содержание практических занятий:</b> Определение круга вопросов. Выбор типа анкет. Составление анкет с целью проведения маркетингового исследования Сбор первичной информации для проведения маркетингового	
<b>Тема 10. Обработка результатов и оформление отчета маркетинговых исследований</b>	<b>Содержание теоретических занятий:</b> Методы обработки данных маркетинговых исследований Программные продукты, используемые при обработке данных результатов маркетинговых исследований Содержание и структура отчета маркетинговых исследований. Оформление и методы презентации отчета с помощью цифровых технологий.	ОК 1, ОК 3, ПК 2.1. - ПК 2.5., ПК 2.8.
	<b>Содержание практических занятий:</b> Обработка результатов маркетинговых исследований с применением программных продуктов Подготовка отчета по результатам маркетингового исследования. Презентация отчета результатов маркетингового исследования с использованием программных продуктов	
<b>МДК.02.02 Менеджмент</b>		
<b>Раздел 1. Основы управления организацией</b>		
<b>Тема 1. Понятие и функции управления. Виды менеджмента в организации</b>	<b>Содержание теоретических занятий:</b> - Сущность менеджмента как науки и профессиональной деятельности - Сущность и взаимосвязь функций менеджмента. Управленческий цикл - Принципы, цели, задачи и технологии управления в современной организации - Стратегический, тактический и оперативный менеджмент - Классификации менеджмента по критериям уровня и объекта управления, отраслевой принадлежности - Общие и конкретные функции управления	ОК 1, ОК 4, ПК 2.3. - ПК 2.8.
	<b>Содержание практических занятий:</b> - Планирование деятельности организации - Принятие управленческих решений и оценка результатов деятельности - Стратегический менеджмент - Технологии управления человеческими ресурсами в организации	
<b>Тема 2. Внешняя и внутренняя среда организации сферы торговли</b>	<b>Содержание теоретических занятий:</b> - Рынок: содержание, субъекты, закономерности развития, принцип конкурентоспособности - Специфика российского рынка - Факторы внутренней среды организации	ОК 1, ОК 4, ПК 2.3. - ПК 2.8.
	<b>Содержание практических занятий:</b> - анализ неопределенности внешней среды организации - стратегии менеджмента в условиях неопределенности внешней среды - SWOT- и PEST-анализ - матрицы возможностей и угроз - инструменты анализа конкурентной среды торговой	

	организации	
<b>Тема 3. Личностные и профессиональные качества менеджера и предпринимателя</b>	<b>Содержание теоретических занятий:</b> - Условия управленческой деятельности и требования к менеджеру - Сущность самоменеджмента - Стратегии и технологии профессионального саморазвития	ОК 1, ОК 4, ПК 2.3. - ПК 2.8.
	<b>Содержание практических занятий:</b> - Лидерство и мотивация - Коммуникативная компетентность менеджера - Сравнительный анализ личностных и профессиональных качеств менеджера и предпринимателя	
<b>Раздел 2. Специфика управления в сфере торговли</b>		
<b>Тема 4. Функции управления и организационная структура в организациях сферы торговли</b>	<b>Содержание теоретических занятий:</b> - Организация сферы торговли как объект и как система управления - Общие и конкретные функции управления в организациях сферы торговли - Организационная структура и ее взаимосвязь с задачами организации	ОК 1, ОК 4, ПК 2.3. - ПК 2.8.
	<b>Содержание практических занятий:</b> - Организация, координация и контроль в деятельности менеджера в сфере торговли - Проектирование управленческой структуры организации	
<b>Тема 5. Основы финансового, кадрового и коммуникационного менеджмента в организациях сферы торговли</b>	<b>Содержание теоретических занятий:</b> - Финансовый менеджмент - Кадровый менеджмент в организации сферы торговли - Коммуникационный менеджмент в организации сферы торговли	ОК 1, ОК 4, ПК 2.3. - ПК 2.8.
	<b>Содержание практических занятий:</b> - Формирование корпоративной культуры организации - PR и реклама как инструменты продвижения организации на рынке	
<b>Раздел 3. Бизнес – планирование в предпринимательской деятельности</b>		
<b>Тема 6. Бизнес-план в современном предпринимательстве . Структура и функции бизнес-плана</b>	<b>Содержание теоретических занятий:</b> - Бизнес-планирование как элемент экономической политики организации. Цели составления бизнес-плана - Основные функции бизнес-плана - Структура бизнес-плана - Источники финансирования и анализ инвестиций в структуре бизнес-плана	ОК 1, ОК 4, ПК 2.3. - ПК 2.8.
	<b>Содержание практических занятий:</b> - Составление визитки команды - Формирование и описание бизнес-идеи - Первоначальная подготовка резюме бизнес-плана - Расчет размеров выплат по процентным ставкам кредитования, лизинговым операциям, договорам франчайзинга	
<b>Тема 7. Технология разработки разделов бизнес-плана</b>	<b>Содержание теоретических занятий:</b> - Технология разработки бизнес-плана - Разработка плана маркетинга. Характеристика рынков сбыта - Производственный и организационный план - Финансовый план - Резюме бизнес-плана - Анализ рисков. Методика оценки предпринимательских рисков	ОК 1, ОК 4, ПК 2.3. - ПК 2.8.
	<b>Содержание практических занятий:</b> - Применение Pest – анализа с целью определения предпринимательских рисков - Оценка целевого рынка - Составление анкеты для опроса потенциальных клиентов, проведение опроса в сети Интернет, социальных мессенджерах и иных цифровых аналогах	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Планирование рабочего процесса</li> <li>- Разработка организационной структуры управления компании</li> </ul>	
<b>МДК.02.03 Управление персоналом</b>		
<b>Тема 1. Организация как феномен</b>	<b>Содержание теоретических занятий:</b> Организация как «имплицитная» модель Элементы внутренней среды организации	ОК 4, ПК 2.4., ПК 2.6., ПК 2.7., ПК 2.8.
	<b>Содержание практических занятий:</b> - определение основных задач управленческой деятельности - определение основных управленческих форм	
<b>Тема 2. Кадровая политика</b>	<b>Содержание теоретических занятий:</b> Типы кадровой политики Этапы проектирования кадровой политики Кадровые мероприятия и кадровая стратегия Условия разработки кадровой политики	ОК 4, ПК 2.4., ПК 2.6., ПК 2.7., ПК 2.8.
	<b>Содержание практических занятий:</b> - Место и роль кадровой политики организации. - Принципы формирования кадровой политики - факторы внешней и внутренней среды влияющие на формирование кадровой политики	
<b>Тема 3. Кадровый менеджмент на разных стадиях развития организации</b>	<b>Содержание теоретических занятий:</b> Стадия формирования Стадия интенсивного роста Стадия стабилизации Стадия спада (ситуация кризиса)	ОК 4, ПК 2.4., ПК 2.6., ПК 2.7., ПК 2.8.
	<b>Содержание практических занятий:</b> - расчет количества персонала кадровой службы - разработка мероприятий по внедрению и удержанию корпоративной культуры - разработка мероприятий по внедрению изменений	
<b>Тема 4. Методы формирования кадрового состава</b>	<b>Содержание теоретических занятий:</b> Проектирование структуры организации Планирование потребности в персонале Анализ кадровой ситуации в регионе Анализ деятельности. Должностные инструкции Привлечение кандидатов на работу в организацию Оценка кандидатов при приеме на работу Адаптация персонала	ОК 4, ПК 2.4., ПК 2.6., ПК 2.7., ПК 2.8.
	<b>Содержание практических занятий:</b> - составление проекта структуры организации - составление должностной инструкции - составление плана работ по привлечению сотрудников в организацию - составление плана оценочных мероприятий при приеме сотрудника - составление плана адаптации работников	
<b>Тема 5. Методы поддержания работоспособности персонала</b>	<b>Содержание теоретических занятий:</b> Повышение производительности и нормирование труда Оценка рабочих мест Обеспечение качества труда Оценка труда: уровни, подходы, методы Аттестация персонала Формирование кадрового резерва Планирование карьеры Разработка программ стимулирования труда	ОК 4, ПК 2.4., ПК 2.6., ПК 2.7., ПК 2.8.
	<b>Содержание практических занятий:</b> - Разработка программы оценки рабочего места - разработка программы оценки труда - разработка плана мероприятий по развитию кадрового резерва - составление плана карьеры	
<b>Тема 6. Кадровое консультирование</b>	<b>Содержание теоретических занятий:</b> Концепция кадрового консультирования как средства развития	ОК 4, ПК 2.4., ПК 2.6., ПК 2.7.,

	<p>организации Инструментарий кадрового консультанта</p> <p><b>Содержание практических занятий:</b> - составление плана этапов консультирования - определение типов профессиональной компетентности</p>	ПК 2.8.
<b>Тема 7. Конкурс как технология привлечения персонала</b>	<p><b>Содержание теоретических занятий:</b> Организация и проведение конкурса Этапы конкурса</p> <p><b>Содержание практических занятий:</b> - Охарактеризуйте каждый из этапов конкурса - Назовите способы формирования программы конкурса - Составьте план проведения конкурса</p>	ОК 4, ПК 2.4., ПК 2.6., ПК 2.7., ПК 2.8.
<b>Тема 8. Внутрифирменное обучение как технология развития кадрового потенциала организации</b>	<p><b>Содержание теоретических занятий:</b> Внутрифирменное обучение как процесс непрерывного образования и его особенности Требования к кадровому обеспечению учебных программ и особенности обучаемых</p> <p><b>Содержание практических занятий:</b> - разработка программ внутрисменного обучения - разработка программ сохраняющего обучения - разработка программ интегрированного обучения</p>	ОК 4, ПК 2.4., ПК 2.6., ПК 2.7., ПК 2.8.
<b>Тема 9. Командообразование как технология формирования управленческого потенциала организации</b>	<p><b>Содержание теоретических занятий:</b> Команда как организационная форма коллективного управления Этапы командообразования и методы формирования команд</p> <p><b>Содержание практических занятий:</b> - определение этапов формирования команд и их содержания - характеристика уровней реализации процесса формирования команд</p>	ОК 4, ПК 2.4., ПК 2.6., ПК 2.7., ПК 2.8.
<b>Тема 10. Конфликт как инструмент развития</b>	<p><b>Содержание теоретических занятий:</b> Исторический экскурс в конфликтологию Понятие конфликта. Формально-логические модели конфликтов Конфликтность организационной структуры Межгрупповые конфликты Межличностные конфликты</p> <p><b>Содержание практических занятий:</b> - определение этапов зарождения и разрешения конфликтов. - выработка способов разрешения конфликтных ситуаций</p>	ОК 4, ПК 2.4., ПК 2.6., ПК 2.7., ПК 2.8.
<p><b>Учебная практика (ознакомительная). Виды работ:</b> 1. Формирование модели должности маркетолога, должностной инструкции маркетолога 2. Анализ модели и факторов покупательского поведения 3. Проведение SWOT- и PEST-анализа 4. Формирование конкурентной стратегии организации на рынке 5. Анализ законодательства в сфере рекламы 6. Изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирования целей маркетингового исследования 7. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач. 8. Определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли. 9. Разработка плана проведения маркетингового исследования и согласование с руководителем учебной практики. 10. Определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования. Их описание и назначение в ходе проведения маркетингового исследования. 11. Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации. 12. Проведения маркетингового исследования в установленные сроки с использованием инструментов комплекса маркетинга и сквозных цифровых технологий: - исследования рынка (определение емкости рынка и доли рынка); - изучение потребителей (исследование потребительских привычек и предпочтений, процесса принятия решения о покупке, уровня удовлетворенности и лояльности потребителей, сегментация потребителей и выбор целевого сегмента);</p>		ОК 3, ОК 5, ОК 9, ПК 2.1. - ПК 2.8.

<ul style="list-style-type: none"> <li>- исследование продукта (тестирование концепции нового товара, тестирование товара);</li> <li>- исследование цены (чувствительности к цене, эластичности спроса по цене);</li> <li>- исследования рекламы (тестирование рекламных концепций и материалов, исследование эффективности рекламной кампании);</li> <li>- рынка.</li> </ul> <ol style="list-style-type: none"> <li>13. Выявление конкурентов исследуемого торгового предприятия. Определение конкурентных преимуществ исследуемого торгового предприятия на внутреннем и внешних рынках</li> <li>14. Подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров, повышения объемов продаж торговой организации.</li> <li>15. Оформление результатов маркетингового исследования.</li> <li>16. Сбор информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы.</li> <li>17. Выполнение отдельных этапов разработки бизнес-плана:</li> <li>18. Разработка и заполнение финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением специализированных программных продуктов</li> <li>19. Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода.</li> <li>20. Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении</li> <li>21. Расчет точки безубыточности</li> <li>22. Составление бюджета доходов и расходов</li> <li>23. Расчеты процентов за пользование заемными средствами и составление графика возврата заемных средств</li> <li>24. Расчет внутренней нормы доходности проекта, индекса прибыльности проекта</li> </ol>	
---	--

*Примерная тематика самостоятельной работы обучающегося:*

1. Коммуникативные технологии в маркетинговой деятельности.
2. Антикризисное управление.
3. Современное состояние рынка и факторы его развития.
4. Передовые отечественные и зарубежные управленческие практики в сфере маркетинга.
5. Управление качеством рекламной продукции. Организация и проведение рекламных кампаний.
6. Проведение анализа ценовой политики организации.
7. Построение каналов сбыта для коммерческой организации.
8. Формы финансовой отчетности организации.
9. Типовых формы налоговых деклараций по основным видам налогов.
10. Процедуры и экономические последствия несостоятельности хозяйствующего субъекта.
11. Психология управленческой деятельности.
12. Теории и технологии мотивации персонала организации.
13. Профессиональное и личностное развитие персонала организации.
14. Коммуникативные технологии в управленческой деятельности.
15. Антикризисное управление.
16. Современное состояние рынка и факторы его развития.
17. Перспективы развития внешней и внутренней торговли России в условиях мирового финансово-экономического кризиса.
18. Успешные управленческие практики менеджеров в сфере торговли.
19. Понятие и типы профессиональной культуры кадрового менеджмента
20. Концепции управления персоналом. Экономический подход
21. Концепции управления персоналом. Органический подход
22. Концепции управления персоналом. Гуманистический подход
23. Организационные культуры как объект управленческой деятельности
24. Концепция “человеческого капитала”
25. Индивидуальная стоимость работника
26. Кадровая политика
27. Управление персоналом развивающейся организации
28. Методы формирования кадрового состава
29. Методы поддержания работоспособности персонала

### **2.3. Распределение объема профессионального модуля по разделам, темам и видам учебной работы**

#### **2.3.1. Учебно-тематический план занятий (очная форма обучения)**

Раздел, тема дисциплины	Общий объем учебной работы (час.)	Учебная работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем (час.)		Самостоятельная работа (час.)
		Лекции	Практические занятия	
<b>МДК.02.01 Маркетинг в предпринимательской деятельности</b>	<b>76</b>	<b>20</b>	<b>30</b>	<b>26</b>
<b>Раздел 1. Маркетинговая деятельность организации</b>	<b>18</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>6</b>
Тема 1. Теоретические основы маркетинга. Объекты и субъекты маркетинга	4	1	1	2
Тема 2. Функции управления в маркетинге	4	1	1	2
Тема 3. Маркетинговая стратегия организации	10	3	5	2
<b>Раздел 2. Ценообразование в маркетинге</b>	<b>16</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>4</b>
Тема 4. Методы и факторы ценообразования	8	2	4	2
Тема 5. Особенности ценообразования в сфере торговли	8	2	4	2
<b>Раздел 3. Организация и проведение маркетинговых исследований</b>	<b>38</b>	<b>10</b>	<b>14</b>	<b>14</b>
Тема 6. Сущность и содержание маркетинговой информационной системы и маркетинговых исследований	5	1	2	2
Тема 7. Типы и технология проведения маркетинговых исследований	8	2	3	3
Тема 8. Основные понятия и методы кабинетных маркетинговых исследований	8	2	3	3
Тема 9. Основные понятия и методы полевых маркетинговых исследований	8	2	3	3
Тема 10. Обработка результатов и оформление отчета маркетинговых исследований	9	3	3	3
<b>Дифференцированный зачет</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
<b>МДК.02.02 Менеджмент</b>	<b>116</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	<b>44</b>
<b>Раздел 1. Основы управления организацией</b>	<b>40</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>16</b>
Тема 1. Понятие и функции управления. Виды менеджмента в организации	14	6	4	4
Тема 2. Внешняя и внутренняя среда организации сферы торговли	16	4	6	6
Тема 3. Личностные и профессиональные качества менеджера и предпринимателя	10	2	2	6
<b>Раздел 2. Специфика управления в сфере торговли</b>	<b>34</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>14</b>
Тема 4. Функции управления и организационная структура в организациях сферы торговли	18	5	5	8
Тема 5. Основы финансового, кадрового и коммуникационного менеджмента в организациях сферы торговли	16	5	5	6
<b>Раздел 3. Бизнес – планирование в предпринимательской деятельности</b>	<b>38</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>12</b>
Тема 6. Бизнес-план в современном	14	5	3	6

предпринимательстве. Структура и функции бизнес-плана				
Тема 7. Технология разработки разделов бизнес-плана	24	8	10	6
<b>МДК.01.03 Управление персоналом</b>	<b>60</b>	<b>30</b>	<b>6</b>	<b>24</b>
Тема 1. Организация как феномен	4	2	0,5	1,5
Тема 2. Кадровая политика	4	2	0,5	1,5
Тема 3. Кадровый менеджмент на разных стадиях развития организации	7	4	0,5	2,5
Тема 4. Методы формирования кадрового состава	7	4	1	2
Тема 5. Методы поддержания работоспособности персонала	7	4	0,5	2,5
Тема 6. Кадровое консультирование	5	2	0,5	2,5
Тема 7. Конкурс как технология привлечения персонала	4	2	0,5	1,5
Тема 8. Внутрифирменное обучение как технология развития кадрового потенциала организации	8	4	1	3
Тема 9. Командообразование как технология формирования управленческого потенциала организации	7	3	0,5	3,5
Тема 10. Конфликт как инструмент развития	6	2	0,5	3,5
<b>Зачет</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Экзамен</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
<i>Экзамен по модулю</i>	<i>12</i>	<i>12</i>	<i>x</i>	<i>x</i>
<i>Учебная практика (ознакомительная)</i>	<i>144</i>	<i>-</i>	<i>96</i>	<i>48</i>
<b>ВСЕГО:</b>	<b>408</b>	<b>98</b>	<b>168</b>	<b>142</b>

### 2.3.2. Учебно-тематический план занятий (заочная форма обучения)

Раздел, тема дисциплины	Общий объем учебной работы (час.)	Учебная работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем (час.)		Самостоятельная работа (час.)
		Лекции	Практические занятия	
<b>МДК.02.01 Маркетинг в предпринимательской деятельности</b>	<b>76</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>68</b>
<b>Раздел 1. Маркетинговая деятельность организации</b>	<b>18</b>	<b>1</b>	<b>0,5</b>	<b>16,5</b>
Тема 1. Теоретические основы маркетинга. Объекты и субъекты маркетинга	4	0,5	-	3,5
Тема 2. Функции управления в маркетинге	4	-	-	4
Тема 3. Маркетинговая стратегия организации	10	0,5	0,5	9
<b>Раздел 2. Ценообразование в маркетинге</b>	<b>16</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>14</b>
Тема 4. Методы и факторы ценообразования	8	0,5	0,5	7
Тема 5. Особенности ценообразования в сфере торговли	8	0,5	0,5	7
<b>Раздел 3. Организация и проведение маркетинговых исследований</b>	<b>38</b>	<b>1,5</b>	<b>2</b>	<b>34,5</b>

Тема 6. Сущность и содержание маркетинговой информационной системы и маркетинговых исследований	5	-	-	5
Тема 7. Типы и технология проведения маркетинговых исследований	8	0,5	0,5	7
Тема 8. Основные понятия и методы кабинетных маркетинговых исследований	8	-	0,5	7,5
Тема 9. Основные понятия и методы полевых маркетинговых исследований	8	0,5	0,5	7
Тема 10. Обработка результатов и оформление отчета маркетинговых исследований	9	0,5	0,5	8
<b>Дифференцированный зачет</b>	<b>4</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>3</b>
<b>МДК.02.02 Менеджмент</b>	<b>116</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>104</b>
<b>Раздел 1. Основы управления организацией</b>	<b>40</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>36</b>
Тема 1. Понятие и функции управления. Виды менеджмента в организации	14	2	0,5	11,5
Тема 2. Внешняя и внутренняя среда организации сферы торговли	16	1	0,5	14,5
Тема 3. Личностные и профессиональные качества менеджера и предпринимателя	10	-	-	10
<b>Раздел 2. Специфика управления в сфере торговли</b>	<b>34</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>31</b>
Тема 4. Функции управления и организационная структура в организациях сферы торговли	18	1	1	16
Тема 5. Основы финансового, кадрового и коммуникационного менеджмента в организациях сферы торговли	16	1	-	15
<b>Раздел 3. Бизнес – планирование в предпринимательской деятельности</b>	<b>38</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>35</b>
Тема 6. Бизнес-план в современном предпринимательстве. Структура и функции бизнес-плана	14	-	-	14
Тема 7. Технология разработки разделов бизнес-плана	24	2	1	21
<b>Экзамен</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>
<b>МДК.02.03 Управление персоналом</b>	<b>60</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>54</b>
Тема 1. Организация как феномен	4	0,5	-	3,5
Тема 2. Кадровая политика	4	0,5	0,5	3
Тема 3. Кадровый менеджмент на разных стадиях развития организации	7	-	-	7
Тема 4. Методы формирования кадрового состава	7	0,5	0,5	6
Тема 5. Методы поддержания работоспособности персонала	7	0,5	0,5	6
Тема 6. Кадровое консультирование	5	-	-	5
Тема 7. Конкурс как технология привлечения персонала	4	0,5	-	3,5
Тема 8. Внутрифирменное обучение как технология развития кадрового потенциала организации	8	-	-	8
Тема 9. Командообразование как технология формирования управленческого потенциала	7	0,5	0,5	6

организации				
Тема 10. Конфликт как инструмент развития	6	-	-	6
<b>Зачет</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Экзамен по модулю	12	12	x	x
Учебная практика (ознакомительная)	144	-	10	134
<b>ВСЕГО:</b>	<b>408</b>	<b>28</b>	<b>20</b>	<b>360</b>

#### **2.4. Виды, формы и методы контроля планируемых результатов освоения профессионального модуля**

*Текущий контроль* определяет степень качества усвоения изученного учебного материала теоретического и практического характера в ходе обучения. Система текущего контроля успеваемости предусматривает разнообразные по форме и содержанию контрольные мероприятия (контрольные точки), учитывающие все виды аудиторной и самостоятельной учебной деятельности обучающегося.

Основными видами текущего контроля успеваемости студентов являются:

- входной контроль - необходимый для успешного планирования и управления учебным процессом;

- тематический контроль (по материалам и в объеме одной учебной темы);

- рубежный контроль (в объеме разделов или групп тем по дисциплине) обеспечивающий качество изучения студентами учебного материала, управление учебной деятельностью студентов и ее корректировку, а также стимулирование регулярной, целенаправленной работы студентов, активизация их познавательной деятельности; определение уровня овладения студентами навыками самостоятельной работы, создание условий для их формирования. Рубежный контроль может проводиться несколько раз в семестр, в виде предварительного контроля (перед экзаменом) и / или в форме итогового контроля, направленного на выявление степени овладения студентами системой знаний, умений и навыков (компетенций), полученных в процессе изучения учебной дисциплины. Итоговый контроль осуществляется в конце семестра изучения профессионального модуля.

Основными формами текущего контроля успеваемости студентов являются: устный опрос на лекциях, практических и семинарских занятиях, проверка выполнения письменных домашних заданий, проведение контрольных работ, тестирование (письменное или компьютерное), контроль самостоятельной работы студентов (в письменной или устной форме) и т.д.

*Промежуточная аттестация (контроль)* обучающихся по профессиональному модулю обеспечивает оценивание результатов учебной деятельности студента за семестр, служащий для определения уровня качества подготовки студентов в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности. Промежуточная аттестация осуществляется в конце семестра и завершает изучение профессионального модуля. Промежуточная аттестация реализуется в форме экзамена по модулю / квалификационного экзамена.

*Результаты освоения* профессионального модуля достигаются за счет использования в процессе обучения активных и интерактивных методов и технологий формирования заданных компетенций у студентов.

## **2.5. Использование в процессе обучения активных и интерактивных методов и технологий формирования компетенций.**

Переход к компетентностному подходу в процессе обучения требует изменения многих составляющих учебного процесса: содержания, способов контроля и методов обучения. Одним из наиболее важных направлений изменения методов обучения при переходе к компетентностному подходу является использование в учебном процессе активных и интерактивных методов и технологий обучения.

Включение в учебный процесс активных и интерактивных методов обучения активизирует познавательную активность студентов, усиливает их интерес и мотивацию, развивает способность к самостоятельному обучению и обеспечивает более полное усвоение информации (если при лекционной подаче материала усваивается не более 20%, информации, то в деловой игре – до 90%).

Активное и интерактивное обучение предполагает обучение, погруженное в общение, которое сохраняет конечную цель и основное содержание предмета, но видоизменяет формы и приемы ведения занятия. К научно-методическим основам, на которых базируется активное и интерактивное обучение относятся обучение через опыт и сотрудничество, учет различий в стилях познания, использование поисковых, исследовательских и игровых методов.

Интерактивное обучение как особая форма организации познавательной деятельности обеспечивает вовлеченность всех студентов в образовательный процесс, создает условия для обмена, взаимного обогащения знаниями, идеями, способами деятельности, способствует установлению эмоциональных контактов между студентами, приучает работать в команде, снимает нервную нагрузку, помогает испытать чувство защищенности, взаимопонимания и собственной успешности.

К методам активного и интерактивного обучения относятся:

*Игровые технологии:* деловая игра, сюжетно - ролевая игра, имитационные игры, игровые занятия на моделях (искусственная образовательная среда, компьютерные деловые игры), стажировка (с выполнением или без выполнения должностной роли), действия по инструкции (алгоритму)

*Ситуационный анализ:* анализ конкретных ситуаций, решение ситуативных и производственных задач, кейс-технологии (иллюстративные учебные ситуации, кейсы с формированием и без формирования проблемы, прикладные упражнения), разбор инцидентов из практики, баскет-метод и т.д.

*Эвристические технологии генерирования идей:* «мозговой штурм», синектика, ассоциации (метафоры)

*Тренинг-методы:* социально-психологический тренинг, тренинг делового общения, психотехнические игры

*Проблемное обучение:* активные (проблемные) лекции и семинары, лекции-дискуссии, перекрестные дискуссии, тематические дискуссии: круглый стол, пресс-конференция / научно-практическая конференция, дебаты

*Проектное обучение:* разработка творческого индивидуального или группового проекта, исследовательские проекты, информационные проекты, творческие проекты, социально-ориентированные проекты, игровое проектирование

*Командное обучение:* работа в малых группах, интервью, работа «группы экспертов»

*Тестовые технологии обучения* (помимо контроля тесты выполняют также диагностическую, обучающую, организующую, развивающую учебные функции): тесты с однозначным выбором ответа, тест с многозначным ответом, тесты на дополнение, тесты перекрестного выбора, МАСТАК-технология (метод активного социологического тестирования, анализа и контроля)

## **2.6. Задачи, уровни, виды и формы самостоятельной работы и перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся**

Согласно требованиям ФГОС СПО и иных нормативных документов самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она способствует более глубокому освоению изучаемой дисциплины, обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных практических задач, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарским и практическим занятиям, сдаче зачетов и экзаменов, обеспечивая тем самым формирование общекультурных и профессиональных компетенций обучающихся.

Самостоятельная работа студентов является совокупностью аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение образовательной программы среднего профессионального образования в соответствии с требованиями ФГОС СПО.

В рамках освоения основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования самостоятельная работа обучающихся направлена на решение следующих задач:

- закрепление и расширение знаний, умений, полученных студентами во время лекционных и практических занятий, формирование на их основе устойчивых стереотипов умственной и физической деятельности;
- приобретение дополнительных знаний и навыков по дисциплинам, междисциплинарным комплексам, профессиональным модулям, практическому обучению;
- формирование и развитие знаний и навыков, связанных с научно-исследовательской деятельностью, навыков самоорганизации;
- формирование самостоятельности мышления, способности к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- выработка навыков эффективной самостоятельной профессиональной практической и учебно-исследовательской деятельности

Уровни самостоятельной работы обучающихся:

1. Самостоятельная работа по образцу (низкий уровень самостоятельности) – предполагает непосредственный перенос известного способа решения в аналогичную ситуацию. Работа выполняется на основе алгоритмов, ранее продемонстрированных преподавателем и опробованных студентами при выполнении предыдущих заданий.

Воспроизведение алгоритмов способствует формированию умений и навыков, запоминанию способов самостоятельной работы в конкретных ситуациях.

2. Самостоятельная работа – реконструкция (пороговый уровень самостоятельности) предполагает осмысленный перенос знаний и умений в типовые ситуации, учит анализировать события, явления, факты, создает условия для развития мыслительной активности обучающихся, формируют приемы и методы познавательной деятельности.

3. Самостоятельная работа – исследование (продвинутый уровень самостоятельности) - основана на постоянном поиске новых решений, обобщении и систематизации полученных знаний, их переносе в иные нестандартные ситуации и направлена на формирование и развитие творческой деятельности обучающихся.

Структура самостоятельной работы включает три основных этапа: подготовительный (ориентировочный), исполнительный и контрольно-диагностический. В рамках указанных этапов последовательно выполняются следующие учебные действия: анализ учебного задания и сроков его выполнения, поиск способов и средств его выполнения; планирование хода выполнения задания и прогнозирование возможных затруднений; проверка, оценка и самооценка полученных результатов.

#### Самостоятельная работа

№ п/п	Вид самостоятельной работы	Содержание самостоятельной работы	Примерное время
1.	Подготовка к лекции (теоретическому занятию)	Самостоятельная работа по подготовке к лекции необходима для повторения изученного ранее материала, поскольку изучение любой дисциплины строится на последовательном освоении разделов и тем, каждая из которых так или иначе связана с предыдущими. Поэтому уровень освоения конкретной дисциплины и формирования соответствующих общих и профессиональных компетенций напрямую связан с тем, насколько студент ориентирован на получение на лекциях новых знаний, дополняющих уже имеющиеся по данной дисциплине.	20 минут
2.	Подготовка к практическому (семинарскому) занятию	Самостоятельная работа обучающихся по подготовке к практическому занятию предполагает осмысление цели и задач его проведения, овладение навыками аналитической и научно – исследовательской деятельности. Самостоятельная подготовка к практическому (семинарскому) занятию направлена на: - развитие навыков работы с научной и иной литературой; - формирование навыков формулировки задачи / выявления проблемы и умения их анализировать, выделять составные части, определять этапы решения задачи / проблемы; - поиск и анализ дополнительной информации, позволяющей глубже разобраться в отдельных вопросах темы или сформировать целостное представление по проблеме; - выработку умения формулировать задачи поиска информации, определять необходимые источники информации и их актуальность, структурировать получаемую информацию,	30 - 60 минут

		<p>выделяя наиболее значимую часть, оценивать практическую значимость и оформлять результаты поиска;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование и развитие навыков грамотного изложения своих мыслей в устной и письменной форме с использованием современной научной профессиональной терминологии, для подготовки собственного выступления по обсуждаемым вопросам;</li> <li>- формирование навыка аргументированного ведения дискуссии по обсуждаемой проблеме.</li> </ul> <p>Работа на практическом занятии направлена в том числе на изменение студентом самого себя. Данный результат очень важен, поскольку он обеспечивает формирование целого ряда общекультурных компетенций, например, способность:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество;</li> <li>- самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации;</li> <li>- осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития и т.п.</li> </ul>	
3.	Подготовка к коллоквиуму	<p>Коллоквиум представляет собой коллективное обсуждение раздела дисциплины на основе самостоятельного изучения этого раздела студентами. Подготовка к коллоквиуму осуществляется на основе перечня вопросов, подготовленного преподавателем, ответы на которые необходимо получить при изучении определенного перечня научных источников. Студентам во необходимо ознакомиться со специальной литературой, выписать из нее ответы на вопросы, которые будут обсуждаться на коллоквиуме, сформулировать свое мнение по каждому из вопросов.</p>	30 - 60 минут
4.	Подготовка к контрольной (проверочной) работе	<p>Самостоятельная подготовка к контрольной работе включает в себя:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучение конспектов лекций, раскрывающих материал, знание которого проверяется контрольной работой;</li> <li>- повторение учебного материала, полученного при подготовке к семинарским, практическим занятиям и во время их проведения;</li> <li>- изучение дополнительной литературы, в которой конкретизируется содержание проверяемых знаний;</li> <li>- повторение / восстановление алгоритмов, ранее продемонстрированных преподавателем и опробованных студентами при выполнении заданий на практических занятиях;</li> <li>- составление в мысленной форме ответов на поставленные в контрольной работе вопросы.</li> </ul>	2 часа
5.	Подготовка к зачету	<p>Самостоятельная подготовка к зачету должна осуществляться в течение всего семестра, в том числе, в рамках подготовки к лекционным и практическим занятиям, а также подготовки к коллоквиуму и контрольной работе, если они предусмотрены преподавателем</p> <p>Подготовка включает в себя, в том числе, очередную проработку всего лекционного материала, материалов, подготовленных к</p>	3,5 – 4 часа

		<p>практическим (семинарским) занятиям в течение семестра и полученных во время практических занятий (в рамках докладов других студентов, во время «круглых столов», дискуссий, обсуждения и осмысления материала); соотнесение данной информации с вопросами к зачету, в случае недостатка информации, поиска ответов в рекомендованной преподавателем учебной, учебно-методической и иной литературе.</p> <p>Рекомендуется делать краткие записи для формирования в сознании четкой логической схемы ответа на вопрос. Накануне зачета необходимо повторить ответы, не используя записи.</p>	
6.	Подготовка к экзамену	<p>Самостоятельная подготовка к экзамену схожа с подготовкой к зачету, но объем учебного материала, который необходимо подготовить к экзамену (восстановить в памяти, вновь осмыслить и понять), значительно больше. Важно сформировать целостное представление о содержании ответа на каждый вопрос, что предполагает знание разных научных подходов к сущности того или иного явления, или процесса, умение определять и анализировать факторы их определяющие и т.п.</p> <p>Для этого рекомендуется первоначально в течение 1 - 2 дней, подобрать из разных источников материал, необходимый для развернутого ответа на каждый вопрос, изложив его в виде краткого конспекта. Затем по памяти восстановить содержание каждого ответа.</p>	16 – 24 часа

Формы самостоятельной работы обучающихся для овладения, закрепления и систематизации знаний и формирования умений:

- работа в электронной библиотечной системе, составление конспектов первоисточников и другой учебной и научной литературы, работа с конспектами
- обработка текста (конспекта, учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио и видеозаписей)
- повторная работа с учебным материалом: составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, заполнение рабочей тетради и т.п.
- аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ и др.),
- работа с тестами и вопросами для самопроверки
- работа с нормативно – правовыми документами
- написание реферата, эссе
- подготовка курсовой работы
- составление словаря по дисциплине
- разработка индивидуального или группового проекта
- выполнение практического задания (кейса)
- поиск информации по заданным параметрам
- подготовка мультимедиа сообщений / докладов к выступлению на семинаре (конференции), материалов-презентаций и т.п.
- построение сводной (обобщающей) таблицы
- решение задач и упражнений по образцу

- решение вариативных задач
- выполнение расчетных и графических работ
- решение ситуационных задач
- подготовка к деловым / ролевым играм
- проектирование и моделирование различных видов и компонентов профессиональной деятельности
- т.д.

Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся: методические указания по самостоятельной работе студентов; учебная и методическая литература в библиотеке и электронной библиотеке Колледжа; отведенное для самостоятельной работы время занятий в компьютерных классах Колледжа, включая работу со специализированным программным обеспечением, информационными справочными системами.

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Требования к минимуму материально-технического обеспечения

Реализация профессионального модуля ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли требует наличия специальных учебных помещений для проведения всех видов занятий, в т.ч. учебных аудиторий для проведения теоретических занятий (лекций) и практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, помещений для проведения лабораторных работ, текущего контроля и промежуточной аттестации, соответствующим образом оснащенные помещения для самостоятельной работы студентов.

Учебные помещения должны быть оснащены всем необходимым оборудованием: рабочие места преподавателя, обучающихся, технические и иные средства обучения.

Перечень кабинетов и/или лабораторий и/или мастерских и/или иных помещений, требующихся для освоения дисциплины:

№	Наименование помещения
1.	Кабинет междисциплинарных курсов, истории, философии, профессиональной этики и психологии делового общения
2.	Кабинет экономики, экономики организации, менеджмента, маркетинга, управления персоналом, основ предпринимательской деятельности (предпринимательства)
3.	Кабинет бухгалтерского учета, финансов, налогов, налогообложения и аудита, организации бухгалтерского учета и аудита в банках, в страховых организациях
4.	Методический кабинет
5.	Читальный зал (кабинет для самостоятельной работы)
6.	Актовый зал
7.	Библиотека

#### 3.2. Информационное обеспечение обучения

##### 3.2.1. Перечень рекомендуемых учебных изданий, дополнительной литературы, информационных Интернет-ресурсов

###### Основные источники

1. Иванова, И. А. Менеджмент: учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 305 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-7906-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/513145>

2. Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 370 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06970-9. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474521>

3. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования: учебник для среднего профессионального образования / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 304 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09653-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538368>

4. Управление персоналом: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. А. Литвинюк [и др.]; под редакцией А. А. Литвинюка. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 498 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-01594-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489846>

#### **Дополнительные источники**

1. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536446>

2. Менеджмент: учебник для среднего профессионального образования / Ю. В. Кузнецов [и др.]; под редакцией Ю. В. Кузнецова. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 448 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02995-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/514107>

3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.]; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537021>

4. Маркетинг-менеджмент: учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц [и др.]; под редакцией И. В. Липсица, О. К. Ойнер. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 379 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01165-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536234>

5. Управление персоналом: учебник и практикум для среднего профессионального образования / О. М. Исаева, Е. А. Припорова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 168 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07215-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491117>

#### **Справочно-библиографические, периодические издания, в т.ч. российские журналы:**

1. Журнал «Финансовая аналитика: проблемы и решения». <http://www.fin-izdat.ru>
2. Журнал «Финансы и кредит». <http://www.fin-izdat.ru>
3. Журнал «Экономический анализ: теория и практика». <http://www.fin-izdat.ru>

4. Журнал «Практический маркетинг». <https://bci-marketing.ru/>
5. Журнал «Лидерство и менеджмент». <https://1economic.ru/journals/lim>
6. Журнал «Экономика и менеджмент систем управления». <http://www.sbook.ru/emsu/>
7. Российский журнал менеджмента. <https://rjm.spbu.ru/>

### **Информационные ресурсы сети Интернет**

1. <http://www.consulting.ru> - консалтинговый сайт. Статьи. Аналитика.
2. <https://bo.nalog.ru> - сайт государственного информационного ресурса бухгалтерской (финансовой) отчетности.
3. <http://romir.ru> - исследовательский комплекс Ромир. Исследования. Аналитика.
4. <http://www.consulting.ru> - консалтинговый сайт. Статьи. Аналитика.
5. <https://biz.mann-ivanov-ferber.ru/> - журнал о бизнесе, менеджменте и историях успеха.

### **3.2.2. Перечень современных баз данных, лицензионное программное обеспечение**

*Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы (информационные технологии), используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине:*

- Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» (актуальная версия), содержащая, в том числе, нормативно-правовую базу в области торговли, нормативно-правовую базу в области финансов и т.п. (отечественное производство);
- Информационная система для бухгалтера «КонсультантПлюс для бухгалтера», актуальная версия (отечественное производство);
- Студенческий информационно-справочный портал "Гарант-Образование" <https://edu.garant.ru/> (доступ свободный) (свободно распространяемое);
- Электронно-библиотечная система [ibooks.ru](https://ibooks.ru/). <https://ibooks.ru/> (доступ по паролю) (отечественное производство);
- Образовательная платформа Юрайт для вузов и ссузов. <https://urait.ru/partner/> (доступ по паролю) (отечественное производство);
- Научная электронная библиотека – база данных eLIBRARY.RU <https://elibrary.ru/defaultx.asp> (доступ свободный);
- Scopus – единая база данных рецензируемой научной литературы. [www.scopus.com](http://www.scopus.com) (доступ свободный);

*Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в т.ч. отечественного производства, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине:*

- Microsoft Windows (лицензионное).

- Офисный пакет программ MicrosoftOffice, включающий текстовый редактор MicrosoftWord, электронную таблицу MicrosoftExcel, программу для подготовки презентаций MicrosoftPowerPoint, браузер InternetExplorer (лицензионное).

- Программный продукт для работы с файлами в формате PDF Adobe Acrobat (свободная лицензия).

- Программное обеспечение для архивации ZIP и RAR: WinRAR (версия, работающая в Windows) (свободная лицензия).

- Программный продукт 1С: Предприятие (лицензионное, отечественное производство).

*Особенности учебно-методического обеспечения для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов*

Студенты с ограниченными возможностями здоровья, в отличие от остальных студентов, имеют свои специфические особенности восприятия и переработки материала. Подбор и разработка учебных материалов для таких студентов производится с учетом различных форм предоставления данного материала так, чтобы инвалиды с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения - аудиально. Предусмотрено в случае необходимости создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей, альтернативную версию медиа-контента, предусмотрены возможность масштабирования текста и изображений без потери качества и доступность управления контентом с клавиатуры.

## 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля осуществляется преподавателем в процессе проведения лекционных и практических занятий, выполнения обучающимися контрольных и самостоятельных работ, индивидуальных заданий, прохождения тестирования, сдачи дифференцированного зачета / экзамена, экзамена по модулю.

### 4.1. Результаты, критерии и оценочные средства для проведения текущего и промежуточного контроля освоения профессионального модуля и формирования общих и профессиональных компетенций

#### 4.1.1. Критерии оценивания результатов освоения профессионального модуля и формирования общих и профессиональных компетенций при проведении текущего и промежуточного контроля

1. Базовый уровень освоения учебного материала - пороговый
2. Умение использовать теоретические знания и практические навыки при выполнении профессиональных задач - повышенный
3. Уровень глубокой сформированности общих и профессиональных компетенций – продвинутый

Компоненты результатов обучения по профессиональному модулю	Признаки уровня освоения компонентов компетенций		
	пороговый	повышенный	продвинутый
Знания	Студент демонстрирует знание-знакомство, знание-копию: узнает объекты, явления и понятия, находит в них различия, проявляет знание источников получения информации, может осуществлять самостоятельно репродуктивные действия над знаниями путем самостоятельного воспроизведения и применения информации.	Студент демонстрирует аналитические знания: уверенно воспроизводит и понимает полученные знания, относит их к той или иной классификационной группе, самостоятельно систематизирует их, устанавливает взаимосвязи между ними, продуктивно применяет в знакомых ситуациях.	Студент может самостоятельно извлекать новые знания из окружающего мира, творчески их использовать для принятия решений в новых и нестандартных ситуациях.
Умения	Студент умеет корректно выполнять предписанные действия по инструкции, алгоритму в известной ситуации, самостоятельно выполняет действия по решению типовых задач,	Студент умеет самостоятельно выполнять действия (приемы, операции) по решению нестандартных задач, требующих выбора на основе комбинации	Студент умеет самостоятельно выполнять действия, связанные с решением исследовательских задач, демонстрирует

	требующих выбора из числа известных методов, в предсказуемо изменяющейся ситуации	известных методов, в непредсказуемо изменяющейся ситуации	творческое использование умений (технологий)
Иметь практический опыт:	Студент демонстрирует готовность к решению ограниченного количества нетипичных задач при условии оказания ему методической помощи (например, постановка уточняющих вопросов), а также не готов решать практические задачи повышенной сложности и принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.	Студент демонстрирует готовность к самостоятельному решению ограниченного количества нетипичных задач, но испытывает трудности при решении практических задач повышенной сложности, позволяющих принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.	Студент готов решать практические задачи повышенной сложности, нетиповые задачи, принимать профессиональные и управленческие решения в условиях неполной определенности, при недостаточном документальном, нормативном и методическом обеспечении.

**4.1.2. Формы контроля результатов освоения профессионального модуля и формирования общих и профессиональных компетенций при проведении текущего и промежуточного контроля**

Наименование результата обучения	Дескрипторы результата обучения	Результаты освоения образовательной программы (компетенции), формирование которых обеспечивается результатом обучения (коды компетенций)	Формы контроля	
			Текущего	Промежуточного

<p><b>Иметь практический опыт:</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга</li> <li>- разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации</li> <li>- проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий</li> <li>- установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках</li> <li>- разработки бизнес-плана и финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов</li> <li>- расчета показателей эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов</li> <li>- определения мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности</li> <li>- сбора информации о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы</li> </ul>	<p>ОК 1, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 9, ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 2.3., ПК 2.4., ПК 2.5., ПК 2.6., ПК 2.7., ПК 2.8.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- поиск информации по заданным параметрам</li> <li>- подготовка докладов к выступлению на семинаре (конференции), материалов-презентаций и т.п.</li> <li>- построение сводной (обобщающей) таблицы</li> <li>- решение ситуационных задач</li> <li>- проектирование и моделирование различных видов и компонентов профессиональной деятельности</li> </ul>	
<p><b>Уметь:</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования</li> <li>- определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования</li> <li>- составлять комплексный план проведения маркетингового исследования</li> <li>- анализировать текущую рыночную конъюнктуру</li> <li>- составлять техническое задание для выполнения маркетингового исследования</li> <li>- проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга</li> <li>- обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций</li> <li>- обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги</li> <li>- применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности</li> <li>- оценивать риски, связанные с бизнесом</li> <li>- анализировать бизнес-концепции</li> <li>- применять при разработке бизнес-плана специализированные программные продукты</li> <li>- создавать деловые электронные презентации</li> <li>- собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации</li> <li>- оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами</li> <li>- оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации</li> <li>- собирать информацию о бизнес-проблемах</li> </ul>	<p>ОК 1, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 9, ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 2.3., ПК 2.4., ПК 2.5., ПК 2.6., ПК 2.7., ПК 2.8.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- проверка рабочих тетрадей</li> <li>- анализ нормативно-правовых документов</li> <li>- выполнение (проверка выполнения) практических и расчетно-графических работ;</li> <li>- решение задач и упражнений по образцу</li> <li>- выполнение вариативных практических заданий и расчетно-графических работ</li> <li>- выполнение самостоятельных работ;</li> <li>- контроль самостоятельной работы (в письменной или устной форме);</li> <li>- участие в семинаре;</li> <li>- подготовка и защита реферата</li> <li>- подготовка и защита творческого проекта</li> <li>- контрольные работы</li> <li>- тестирование, в т.ч. компьютерное</li> </ul>	

Знать:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты</li> <li>- методы изучения рынка, анализа окружающей среды</li> <li>- этапы маркетинговых исследований, их результат</li> <li>- методы проведения маркетингового исследования</li> <li>- средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики</li> <li>- виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности</li> <li>- методы оценки конкурентной среды</li> <li>- нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности</li> <li>- основные функции бизнес-плана</li> <li>- порядок разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью;</li> <li>- принципы и методы управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий</li> <li>- методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов</li> <li>- схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа</li> <li>- методические материалы по планированию, учету и анализу деятельности организации</li> <li>- методы оценки и снижения риска, связанных с бизнесом</li> <li>- основные способы анализа и оценки рисков</li> </ul>	ОК 1, ОК 3, ОК 4, ОК 5, ОК 9, ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 2.3., ПК 2.4., ПК 2.5., ПК 2.6., ПК 2.7., ПК 2.8.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- устный опрос на лекциях / практических занятиях</li> <li>- проверка выполнения устных и письменных домашних заданий</li> <li>- проверка конспектов по дополнительной литературе и первоисточникам</li> <li>- контрольные работы</li> <li>- тестирование, в т.ч. компьютерное</li> <li>- проверка рабочих тетрадей</li> <li>- терминологический диктант</li> </ul>
--------	---	--	--

#### 4.1.3. Показатели и критерии оценивания текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения профессионального модуля

Экзамен по модулю является итоговой оценкой уровня сформированности общих и профессиональных компетенций студента по профессиональному модулю и включает в себя оценку теоретических знаний студента, развитие творческого и аналитического мышления, приобретение навыков самостоятельной работы, умение синтезировать полученные знания и применять их к решению практических задач, уровень сформированности практических навыков по виду профессиональной деятельности. Оценка, выставляемая студенту в ходе промежуточной аттестации, является совокупной и учитывает предыдущие оценки его знаний по данному профессиональному модулю, полученные в ходе текущего и промежуточного контроля.

При проведении текущей и промежуточной аттестации по профессиональному модулю в рамках традиционной шкалы оценивания применяются следующие критерии:

Оценка	Критерии выставления оценки
--------	-----------------------------

Отлично (зачтено)	студент демонстрирует всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, точно, четко и конкретно отвечает на вопросы, может доказать и проиллюстрировать свои рассуждения практическими примерами, в том числе, полученными в ходе практического обучения, при ответе на вопросы рассуждает, опираясь на знания, полученные как в рамках данного профессионального модуля, так и при изучении других смежных дисциплин (МДК), умеет свободно выполнять практические задания, предусмотренные программой, в том числе, решает нестандартные задачи, в целом ответы глубокие, обоснованные и законченные;
Хорошо (зачтено)	в своих ответах на вопросы студент четко формулирует определения и может показать взаимосвязь различных частей пройденного в рамках данного профессионального модуля материала, студент демонстрирует способность к размышлению, при ответе на вопросы рассуждает, опираясь на знания, полученные в рамках данного профессионального модуля, в том числе, в ходе практического обучения, легко решает типовые задачи, способен к самостоятельному пополнению и обновлению знаний и умений в ходе дальнейшей учебной и профессиональной деятельности
Удовлетворительно (зачтено)	студент обнаруживает в целом правильное понимание основных вопросов программного материала, может дать определения основных понятий, пройденных в рамках профессионального модуля, однако излагает их недостаточно четко и / или не в полном объеме, предусмотренном учебным материалом лекционных, практических занятий и практического обучения, не может вывести закономерности и связать воедино разные разделы профессионального модуля, допускает отдельные ошибки в ответе и при выполнении заданий, решение типовых задач может вызывать затруднение, при этом студент обладает необходимыми знаниями для их устранения под руководством преподавателя
Неудовлетворительно (не зачтено)	знания студента обрывочны, не покрывают всего предмета, скорее заучены, чем поняты и, как следствие, студент не может объяснить связей в рамках изложенного материала, дать точных определений понятий, пройденных в рамках профессионального модуля, дает расплывчатые формулировки, не владеет в должной степени терминологией и приемами решения типовых задач; оценка «неудовлетворительно», как правило, ставится студентам, которые не могут продолжить обучение или приступить к профессиональной деятельности по окончании Колледжа без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине

**4.1.4. Оценочные средства по профессиональному модулю представлены в рамках Фонда оценочных средств, являющегося приложением к настоящей рабочей программе**

**4.2. Особенности проведения текущей и промежуточной аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов**

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации указанных обучающихся создаются фонды оценочных средств, адаптированные для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

Такие оценочные средства создаются по мере необходимости с учетом различных нозологий. При проведении текущей и промежуточной аттестации для указанных лиц предусмотрено включение в учебный процесс различных посредников, включая тьюторов и уполномоченных по делам инвалидов. Форма проведения текущей аттестации для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости таким студентам обеспечиваются соответствующие условия проведения занятий и аттестации, в том числе предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.