

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет
им. Г. И. Носова»
Многопрофильный колледж

**Методические указания
по подготовке к сдаче
демонстрационного экзамена
для обучающихся
специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям)**

Методические указания разработаны на основе ФГОС СПО по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «15» мая 2014 г. № 539, оценочных материалов для проведения демонстрационного экзамена КОД 38.02.04-1-2026 Менеджер по продажам.

Разработчик:

преподаватель ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова» Многопрофильный колледж

Наталья Николаевна Колесникова

СОДЕРЖАНИЕ

1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	4
2 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К ДЕМОНСТРАЦИОННОМУ ЭКЗАМЕНУ	10
3 ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ	20

1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Демонстрационный экзамен направлен на определение уровня освоения выпускником материала, предусмотренного образовательной программой, и степени сформированности профессиональных умений и навыков путем проведения независимой экспертной оценки выполненных выпускником практических заданий в условиях реальных или смоделированных производственных процессов.

Демонстрационный экзамен направлен на контроль освоения следующих основных видов деятельности и соответствующих им общих и профессиональных компетенций:

Вид деятельности (вид профессиональной деятельности)	Перечень оцениваемых ОК, ПК	Перечень оцениваемых умений, навыков (практического опыта)
<i>ИНВАРИАНТНАЯ ЧАСТЬ КОД 38.02.04-1-2026</i>		
Организация и управление торговой деятельностью	ПК: Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции	Практический опыт: составления договоров
	ПК: На своем участке работы управлять товарными запасами и потоками, организовывать работу на складе, размещать товарные запасы на хранение	Умение: управлять товарными запасами и потоками
	ПК: Эксплуатировать торгово-технологическое оборудование.	Практический опыт: эксплуатации оборудования в соответствии с назначением и соблюдения правил охраны труда

		Умение: эксплуатировать торгово- технологическое оборудование
	ОК: Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	Умение: определять необходимые источники информации
Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности	ПК. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	Умение: проводить маркетинговые исследования рынка
	ПК. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	Умение: проводить маркетинговые исследования рынка
	ПК. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату	Практический опыт: Анализа показателей финансово хозяйственной деятельности торговой организации

Для проведения демонстрационного экзамена составляется расписание экзамена и консультаций.

Демонстрационный экзамен по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) проводится на базовом уровне.

Демонстрационный экзамен базового уровня проводится на основе требований к результатам освоения образовательных программ среднего

профессионального образования, установленных ФГОС СПО по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

Комплект оценочной документации включает комплекс требований для проведения демонстрационного экзамена, перечень оборудования и оснащения, расходных материалов, средств обучения и воспитания, план застройки площадки демонстрационного экзамена, требования к составу экспертных групп, инструкции по технике безопасности, а также образцы заданий.

Задание демонстрационного экзамена включает комплексную практическую задачу, моделирующую профессиональную деятельность и выполняемую в режиме реального времени.

5.2 Типовое задание для демонстрационного экзамена базового уровня

5.2.1 Структура и содержание типового задания

Демонстрационный экзамен базового уровня проводится с использованием единых оценочных материалов, включающих в себя конкретные комплекты оценочной документации (КОД), варианты заданий и критерии оценивания, разрабатываемых оператором. Комплект оценочной документации приведен в <https://bom.firpo.ru/Public/5780>

Задание базового уровня состоит из двух модулей:

Модуль № 1: Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью

Задание модуля 1.

Используя специализированную программу для автоматизации оперативных и управленческих процессов в торговой организации или программное обеспечение для офисной работы, справочно-правовые системы необходимо:

1. Разработать Договор поставки товаров и спецификацию к договору.
2. Оформить результаты приёмки товаров по количеству и качеству в соответствии с товарно-сопроводительными (унифицированная форма № ТОРГ-1) документами
3. Добавить принятые товары в программу для автоматизации оперативных и управленческих процессов торгового предприятия для цели их дальнейшей розничной продажи с использованием функций и возможностей торгово-технологического оборудования. При этом внести следующие данные: наименование и другие отличительные признаки

(бренд, объём, состав и т.д), код товара, штрих-код, артикул, количество принятого товара, установить цену.

4. Сформировать: прайс-лист по всем товарам, ценники на товар, ведомость по товарам на складах, карточки расчетов с поставщиками.

5. Выполненные задания сохранить в электронном варианте сформировав на рабочем столе папку с № участника.

Модуль № 2: Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

Используя специализированную программу для автоматизации оперативных и управленческих процессов в торговой организации или программное обеспечения для офисной работы, справочно-правовые системы необходимо:

1. Контроль выполнения заключенных договоров поставок с контрагентами.

2. Оформить факт оплаты поставщику безналичным способом за полученный товар.

3. Оформить возврат поставщику (на основании Акта об установленном расхождении по количеству и качеству при приемке товарно материальных ценностей (форма N ТОРГ-2)), в связи с пересортицей (недостачей или излишки) товара.

4. Отразить факт оплаты денежных средств от поставщика безналичным способом за возвращенный товар.

5. Сформировать: ведомость по денежным расчётам с контрагентами.

6. Составить маркетинговый план с помощью текстового редактора по продвижению товаров в соответствии с бизнес-задачами организации: предложить конкретные маркетинговые мероприятия (рекламные акции, проекты, выставки и т.д.) обеспечивающие рост объема продаж товаров.

7. Выполненные задания сохранить в электронном варианте сформировав на рабочем столе папку с № участника.

5.2.2 Оснащение рабочего места для проведения демонстрационного экзамена по типовому заданию

Материально-техническая база соответствует инфраструктурному листу КОД 38.02.04-1-2026.

5.3 Критерии оценки выполнения задания демонстрационного экзамена

Процедура оценивания результатов выполнения заданий демонстрационного экзамена осуществляется членами экспертной группы по 100-балльной системе в соответствии с требованиями комплекта оценочной документации.

Распределение баллов по критериям оценивания демонстрационного экзамена профильного уровня представлено в таблице.

Модуль задания (вид деятельности, вид профессиональной деятельности)	Критерий оценивания	Баллы
Организация и управление торговой деятельностью	Участие в установлении контактов с деловыми партнерами, заключение договоров и контроль их выполнения, предъявление претензий и санкций	12,00
	На своем участке работы управление товарными запасами и потоками, организация работы на складе, размещение товарных запасов на хранение	8,00
	Эксплуатация торгового-технологического оборудования	17,00
	Использование современных средств поиска, анализа и интерпретации информации и информационных технологий для выполнения задач профессиональной деятельности	4,00
Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности	Обоснование целесообразности использования и применения маркетинговых коммуникаций	4,00
	Участие маркетинговых в проведении исследований рынка, разработки и реализации маркетинговых решений	3,00
	Определение основных экономических показателей работы организации, цен, заработной платы	2,00
ИТОГО		50,00

Необходимо осуществить перевод количества баллов в оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно». Перевод полученного количества баллов в оценки осуществляется государственной экзаменационной комиссией с обязательным присутствием главного эксперта.

Перевод баллов в оценку может быть осуществлен на основе таблицы:

Оценка ГИА	«2»	«3»	«4»	«5»
Отношение полученного количества баллов к максимально возможному (в процентах)	0,00 - 49,99%	50,00 - 64,99%	65,00 - 89,99%	90,00 - 100,00%

Баллы выставляются в протоколе проведения демонстрационного экзамена, который подписывается каждым членом экспертной группы и утверждается главным экспертом после завершения экзамена для экзаменационной группы.

При выставлении баллов присутствует член ГЭК, не входящий в экспертную группу, присутствие других лиц запрещено.

Подписанный членами экспертной группы и утвержденный главным экспертом протокол проведения демонстрационного экзамена далее передается в ГЭК для выставления оценок по итогам ГИА.

Оригинал протокола проведения демонстрационного экзамена передается на хранение в образовательную организацию в составе архивных документов.

Статус победителя, призера финала чемпионата по профессиональному мастерству «Профессионалы» и финала чемпионата высоких технологий по профилю осваиваемой образовательной программы среднего профессионального образования засчитывается выпускнику в качестве оценки «отлично» по демонстрационному экзамену в рамках проведения ГИА по данной образовательной программе среднего профессионального образования.

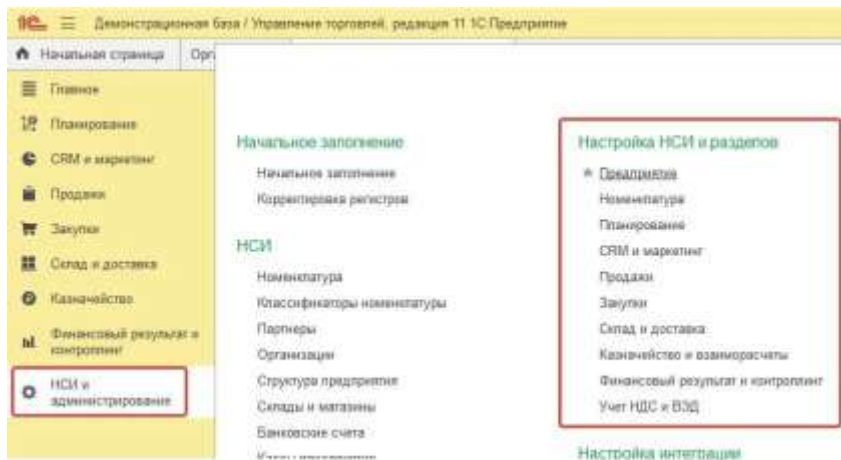
2 МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ К ДЕМОНСТРАЦИОННОМУ ЭКЗАМЕНУ

Модуль № 1: Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью

Участники для выполнения задания модуля №1 должны использовать специализированную программу для автоматизации оперативных и управленческих процессов в торговой организации «1С: Управление торговлей», а также программные обеспечения для офисной работы и справочно-правовую систему «Консультант Плюс».

«1С: Управление торговлей» предполагает комплексную автоматизацию бизнес-процессов, связанных с закупкой, а также реализацией товаров, оказанием услуг, приемом денег. В программе предусмотрен ряд инструментов для общего анализа хозяйственной жизни предприятия, что позволяет оценить результаты труда.

Наполнение каждого перечисленного раздела регулируется настройками, находящимися в группе «Настройка НСИ и разделов».



Сама конфигурация «1С: Управление торговлей» поделена на разделы:

- Главное
- Планирование
- CRM и маркетинг

- Продажи
- Закупки
- Склад и доставка
- Казначейство
- Финансовый результат и контроллинг
- НСИ и администрирование.

В программе «1С: Управление торговлей» необходимо создать индивидуального предпринимателя Княгинина Александра Сергеевича в соответствии с выпиской из ЕГРИП, которая представлена в задании к демоэкзамену. Далее необходимо зарегистрировать ИП в Межрайонной инспекции Федеральной налоговой службы № 11 по Ставропольскому краю. Записать ИНН 262401468322 и ОГРНИП 312265119800032.

Зарегистрировать ИП в органах социального страхования, используя:

- сведения о регистрации в качестве страхователя по обязательному пенсионному страхованию;
- сведения о регистрации в качестве страхователя по обязательному социальному страхованию.

Указать ОКВЭД 47.11 «Торговля розничная преимущественно пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями в неспециализированных магазинах».

Далее надо внести банковские реквизиты. Наименование банка: ЦЕНТРАЛЬНО-ЧЕРНОЗЕМНЫЙ БАНК ПАО СБЕРБАНК р/с 40702810407000101894 к/с 30101810600000000681, БИК 041403633, ИНН 7707083893, ул. 9 Января, 28, Код по ОКАТО – 20.

ИП находится на упрощенной системе налогообложения, которую необходимо настроить в программе. Настройки учета УСН - Доходы минус расходы, Дата регистрации: 25.12.2024 г.

После создания ИП, необходимо составить Договор поставки товаров и спецификацию к договору. Реквизиты: Договор № 25 от 14 марта текущего года. Срок действия договора – 1 год, период поставки – полугодие. Оплата товара – 100% предоплата.

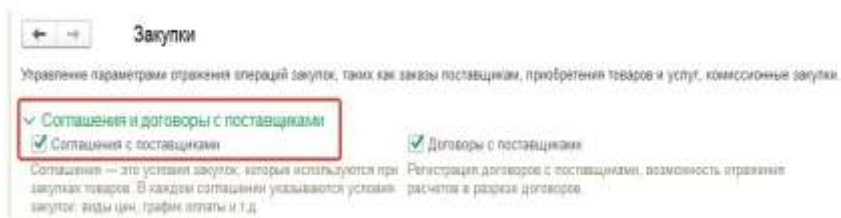
Поставщик ООО «Олимп», расположенный СК, Георгиевский муниципальный округ г.Георгиевск, ул.Горького 15. Наименование банка ОАО «Промсвязьбанк» 107076 г. Москва, ул. Стромьнка, д. 18, стр. 27, р/с 40702810680060857001, к/с 30101810600000000119, БИК 044583119. ИНН 7716201303, КПП 771601001, ОГРН 1027739389930, ОКПО

56542865.

ИП Княгинин А.С., расположенном по адресу: СК, Буденновский муниципальный округ, с.Прасковья, ул.Борцов-Революции, 70.

Для настройки ведения учета расчетов в разрезе договор в разделе «Продажи» присутствует настройка «Договоры с клиентами».

В разделе «Закупки», эта функция называется «Договоры с поставщиками».

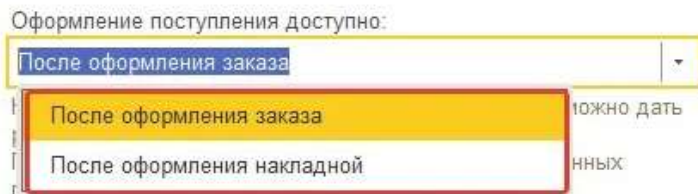


Если в организации имеются представления об учете заказов и их назначении, то лучше выполнить эту настройку сразу и не менять ее в процессе эксплуатации программы. В разделе «Закупки» также присутствуют схожие настройки для «Заказов поставщикам».



Далее надо оформить результаты приемки товаров по количеству и качеству в соответствии с товаро-сопроводительными документами (Акт о приемке товаров (форма N ТОРГ-1)).

Оформление поступления на склад может быть ограничено последовательностью заведения документов: «После оформления заказов» или «После оформления накладной».



Поступление товаров на склад, для цели их дальнейшей розничной продажи с использованием функций и возможностей торговотехнологического оборудования. Входящий документ - товарная накладная № 133 от текущего числа. Грузоотправитель – ООО «Олимп». Дополнительно - Цена включает НДС.

Товары вносятся в номенклатуру:

№ п/п	Наименование	Количество, кг.	Цена Закупочная, руб.
1	Капуста белокочанная «Казачок»	25,00	35,00
2	Картофель розовый «Луговской»	23,00	45,00
3	Морковь «Королева осени»	25,00	40,00

Для этого необходимо создать документ:

– виды номенклатуры и номенклатуры с характеристиками (наименование и другие отличительные признаки (бренд, объем, состав и т.д.), код товара, штрих-код, артикул, количество принятого товара);

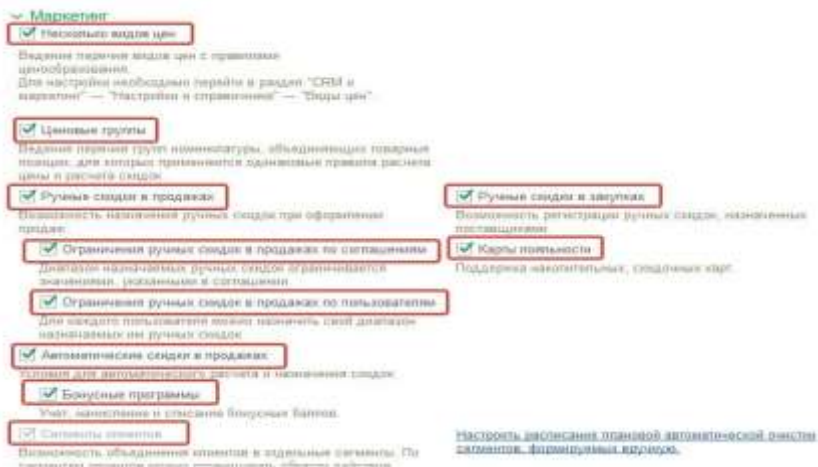
– установка цены номенклатуры для группы товаров.

Сформировать, распечатать и сохранить в электронном виде:

– прайс-лист по всем товарам;

– ценники на товар.

В разделе «Маркетинг» находится наибольшее количество настроек, которые подходят большинству компаний. При правильной настройке пользователи начнут гораздо быстрее оформлять документы, а программа поможет избежать им большинства ошибок.



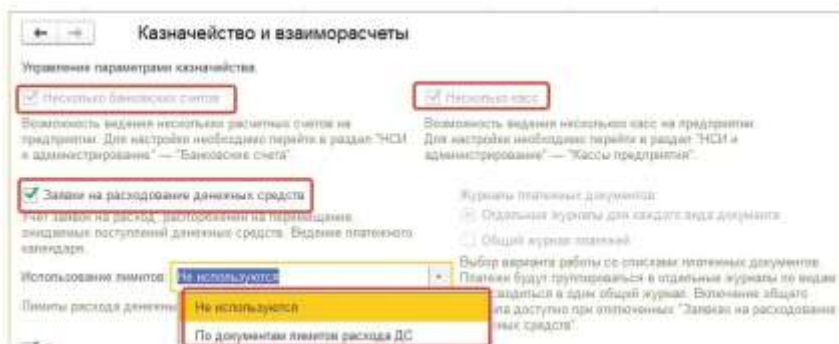
Самое простое это установка цен на продаваемый товар. Программа может сама рассчитывать цены исходя из закупочных и не позволит продавать товар по цене отличной от установленной. Если в компании существует сразу несколько видов цен, к примеру, оптовая и розничная, то необходимо выставить соответствующую настройку.

Кроме того, можно включить ведение ценовых групп, что позволит заранее разбить продаваемые номенклатуры на группы и устанавливать каждой из них отдельные правила ценообразования.

Модуль № 2: Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

Для выполнения задания модуля №2 участникам необходимо оформить факт оплаты поставщику безналичным способом за полученный товар. Ввести счет-фактуру, полученный от поставщика.

Для ведения взаиморасчетов с контрагентами в программе предусмотрено ведение нескольких счетов и нескольких касс. Данная настройка находится в разделе «Казначейство и взаиморасчеты».



Далее надо оформить возврат поставщику ООО «Олимп» (Акт об установленном расхождении по количеству и качеству при приемке товарно-материальных ценностей (форма N ТОРГ-2)), в связи с пересортицей товара.

№ п/п	Наименование	Количество, кг.
1	Капуста белокочанная «Казачок»	5,00
2	Картофель розовый «Луговской»	5,00
3	Морковь «Королева осени»	5,00

Отразить факт оплаты денежных средств от поставщика безналичным способом за возвращенный товар.

Сформировать, распечатать и сохранить в электронном виде:

- ведомость по товарам на складах;
- карточка расчетов с поставщиком;
- ведомость по денежным средствам.

Далее необходимо перейти к составлению маркетингового плана с помощью MS Word по продвижению товаров в соответствии с бизнес-задачами организации.

Предложить конкретные маркетинговые мероприятия (рекламные акции, проекты, выставки и т.д.) обеспечивающие рост объема продаж товаров.

Маркетинговые мероприятия - это комплекс спланированных действий, направленных на продвижение товаров, услуг или бренда компании на рынке, с целью привлечения и удержания целевой аудитории, увеличения продаж и укрепления позиций на рынке. Это всевозможные активности, которые помогают компании донести информацию о себе до потенциальных клиентов, сформировать положительный имидж и стимулировать спрос на свою продукцию.

Пример связи бизнес-задач и маркетингового плана:

Бизнес-задача: Увеличение объема продаж на 20% в следующем году.

Маркетинговые задачи:

- 1) Увеличение трафика на сайт на 30%.
- 2) Увеличение конверсии на 10%.
- 3) Увеличение узнаваемости бренда на 15%.

Маркетинговая тактика:

- 1) Запуск контекстной рекламы.
- 2) Оптимизация сайта для поисковых систем.
- 3) Разработка контент-маркетинговой стратегии.
- 4) Проведение акций и скидок.

Этот маркетинговый план представляет собой общую структуру. Конкретные элементы и детали будут зависеть от специфики вашего бизнеса, целевой аудитории и поставленных целей.

Виды маркетинговых мероприятий (с примерами):

1. Рекламные мероприятия:

- Онлайн-реклама:

- Контекстная реклама (Google Ads, Яндекс.Директ).
- Таргетированная реклама в социальных сетях (Facebook, Instagram, ВКонтакте).

- Баннерная реклама на сайтах.
- Видеореклама (YouTube).

Офлайн-реклама:

- Реклама на телевидении и радио.
- Наружная реклама (билборды, ситилайты).
- Реклама в печатных изданиях (газеты, журналы).
- Реклама на транспорте.
- Рекламные листовки, буклеты, брошюры.

2. PR-мероприятия (связи с общественностью):

- 1) Пресс-конференции.
- 2) Публикации в СМИ (статьи, интервью).
- 3) Участие в отраслевых мероприятиях (выставки, конференции, форумы).

- 4) Спонсорство мероприятий.
- 5) Благотворительные акции.
- 6) Работа с блогерами и лидерами мнений.

3. Мероприятия по стимулированию сбыта:

- 1) Акции (скидки, подарки, купоны).
- 2) Конкурсы и розыгрыши.
- 3) Программы лояльности.
- 4) Бонусные программы.
- 5) Специальные предложения (например, 2 по цене 1).
- 6) Бесплатные образцы продукции.

4. Мероприятия в области контент-маркетинга:

- 1) Ведение блога компании.
- 2) Публикация статей, руководств, инструкций.
- 3) Создание видеоконтента (обзоры, вебинары, обучающие ролики).

- 4) Создание инфографики.
- 5) Разработка электронных книг и отчетов.
- 6) Email-маркетинг (рассылка новостей, акций, полезной информации).

5. Мероприятия в социальных сетях (SMM):

- 1) Ведение аккаунтов компании в социальных сетях.

- 2) Публикация интересного и полезного контента.
- 3) Проведение конкурсов и акций.
- 4) Взаимодействие с подписчиками (ответы на вопросы, комментарии).
- 5) Таргетированная реклама в социальных сетях.
- 6) Развитие сообществ и групп.
6. Event-маркетинг (организация мероприятий):
 - выставки.
 - конференции.
 - семинары.
 - презентации продуктов.
 - дни открытых дверей.
 - корпоративные мероприятия (тимбилдинги, праздники).
7. Direct-маркетинг (прямой маркетинг):
 - рассылка рекламных материалов по почте.
 - телефонный маркетинг (обзвон потенциальных клиентов).
 - персонализированные предложения.

Цели маркетинговых мероприятий:

- 1) Повышение узнаваемости бренда.
- 2) Привлечение новых клиентов (лидогенерация).
- 3) Увеличение продаж.
- 4) Повышение лояльности клиентов.
- 5) Улучшение имиджа компании.
- 6) Стимулирование повторных покупок.
- 7) Формирование положительного отношения к бренду.
- 8) Укрепление позиций на рынке.
- 9) Информирование целевой аудитории о новых продуктах.

Выбор конкретных маркетинговых мероприятий зависит от целей компании, особенностей целевой аудитории, бюджета и других факторов. Важно тщательно планировать и анализировать результаты проведенных мероприятий, чтобы максимизировать их эффективность.

Заключительное задание модуля №2:

По представленным в таблице данным участникам надо рассчитать прибыль, уровень рентабельности проданной продукции, уровень рентабельности понесенных затрат. Сделать аналитические выводы о финансовом состоянии организации за три периода.

№ п/п	Наименование показателя	1-ый период	2-ой период	3-ий период	Относительное отклонение, %	
					2/1	3/2
1	Выручка, тыс. руб.	54 190	57 800	53 750		
2	Себестоимость, тыс. руб.	45 020	49 260	45 320		
3	Прибыль, тыс. руб.					
4	Уровень рентабельности проданной продукции, %					
5	Уровень рентабельности затрат, %					

Рентабельность затрат - это финансовый показатель, который демонстрирует, сколько прибыли принесит каждый рубль (или другая валюта) понесенных затрат. Он показывает эффективность использования всех затраченных ресурсов для получения прибыли.

Рентабельность затрат рассчитывается по формуле (1):

$$\text{Рентабельность затрат} = (\text{Прибыль} / \text{Общая сумма затрат}) * 100\% \quad (1)$$

Обычно используется чистая прибыль (прибыль после уплаты налогов), но может быть использована и валовая прибыль или прибыль от продаж, в зависимости от цели анализа.

Общая сумма затрат – это все затраты, понесенные компанией за определенный период (себестоимость продукции, административные расходы, коммерческие расходы и т.д.).

Высокий уровень рентабельности затрат говорит о том, что компания эффективно управляет своими затратами и получает высокую прибыль от каждого вложенного рубля.

Низкий уровень рентабельности затрат указывает на необходимость анализа и оптимизации затрат, либо на недостаточную ценовую политику.

Рентабельность затрат > 0% означает, что компания получает прибыль.

Рентабельность затрат < 0% означает, что компания несет убытки.

Пример: компания получила чистую прибыль за год в размере 5 000 000 рублей. Общая сумма затрат компании за этот же период составила 20 000 000 рублей.

$$\text{Рентабельность затрат} = (5\,000\,000 / 20\,000\,000) * 100\% = 25\%$$

Вывод: каждый рубль, затраченный компанией, приносит 25 копеек чистой прибыли.

Рентабельность проданной продукции - это финансовый показатель, который показывает, сколько прибыли приходится на каждый рубль выручки от продаж. Он характеризует эффективность работы компании в основной операционной деятельности.

Рентабельность проданной продукции рассчитывается по формуле (2):

$$\text{Рентабельность проданной продукции} = (\text{Прибыль от продаж} / \text{Выручка от продаж}) * 100\% \quad (2)$$

Прибыль от продаж – это прибыль, полученная от основной деятельности компании (продажи товаров или услуг). Рассчитывается как выручка за минусом себестоимости и коммерческих расходов.

Выручка от продаж – это общая сумма денежных средств, полученных от продажи товаров или услуг.

Высокий уровень рентабельности проданной продукции говорит о том, что компания эффективно управляет своей себестоимостью и коммерческими расходами, а также устанавливает оптимальные цены на свою продукцию.

Низкий уровень рентабельности проданной продукции указывает на необходимость анализа себестоимости, коммерческих расходов и ценовой политики.

Пример: компания получила выручку от продаж за год в размере 15 000 000 рублей. Прибыль от продаж за этот же период составила 3 000 000 рублей.

$$\text{Рентабельность проданной продукции} = (3\,000\,000 / 15\,000\,000) * 100\% = 20\%$$

Вывод: каждый рубль выручки от продаж приносит компании 20 копеек прибыли от продаж.

Оба показателя важны для оценки финансового состояния компании. Рентабельность проданной продукции является более узким показателем, который фокусируется на прибыльности продаж. Рентабельность затрат дает более общую картину, учитывая все затраты компании. Их анализ в совокупности позволяет выявить слабые места и возможности для улучшения эффективности бизнеса.

3 ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Основные источники:

1. Левкин, Г. Г. Коммерческая деятельность : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. Г. Левкин, О. А. Никифоров. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 265 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17372-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567917>

2. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 579 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17868-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565109>

3. Гафурова, Г.Т. Управление государственными (муниципальными) закупками : учебное пособие / Г. Т. Гафурова. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 331 с. — (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-015094-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1862859>

4. Бизнес-планирование : учебник / под ред. Т.Г. Попадюк, В.Я. Горфинкеля. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2023. — 296 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0617-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2021415>. – Режим доступа: по подписке.

5. Васильев, Г. А. Маркетинг розничного торгового предприятия : учебное пособие / Г.А. Васильев, А.А. Романов, В.А. Поляков. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2023. — 159 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0628-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2019744>. – Режим доступа: по подписке.

6. Ценообразование : учебник / под ред. проф. В. А. Слепова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2024. — 304 с. — (Бакалавриат). - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2086781>. – Режим доступа: по подписке.

7. Резник, Г. А. Маркетинг : учебное пособие / Г.А. Резник. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 199 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-018914-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2067373>. – Режим доступа: по подписке.

8. Акулич, М. В. Интернет-маркетинг : учебник для

бакалавров / М. В. Акулич. - 2-е изд., пересм. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2023. - 346 с. - ISBN 978-5-394-04250-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2082690>. - Режим доступа: по подписке.

9. Герасимов, Б. И. Маркетинг : учебное пособие / Б.И. Герасимов, В.В. Жариков, М.В. Жарикова. — 2-е изд. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2024. — 320 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-018783-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2056806>. - Режим доступа: по подписке.

10. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544789>.

Дополнительные источники:

1. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 579 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17868-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/book/organizaciya-kommercheskoy-deyatelnosti-elektronnaya-kommerciya-541305>

2. Чеберко Е. Ф. Основы предпринимательской деятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Ф. Чеберко. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 458 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18808-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565781>

3. Основы предпринимательской деятельности : учебник / С.Д. Резник, И.В. Глухова, Е.С. Джевицкая, А.Е. Черницов ; под общ. ред. С.Д. Резника. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 291 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/2192600. - ISBN 978-5-16-020765-0. - Текст : электронный. - URL.: - Режим доступа: по подписке.

4. Мельников, В. В. Государственные и муниципальные закупки : учебное пособие : в 2 частях. Часть 1. Эволюция способов закупок в Российской Федерации / В.В. Мельников. — Москва : ИНФРА-

М, 2022. — 165 с. — (Высшее образование : Магистратура). — DOI 10.12737/textbook_5a2e632f167e94.87223177. - ISBN 978-5-16-013265-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1863145>

5. Синяева, И. М. Маркетинг в торговле : учебник / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев ; под ред. проф. Л. П. Дашкова. - 7-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. - 396 с. - ISBN 978-5-394-04950-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2083009>. - Режим доступа: по подписке.

6. Винарский, Я. С. Web-аппликации в интернет-маркетинге: проектирование, создание и применение : практическое пособие / Я.С. Винарский, Р.Д. Гутгарц. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 269 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-014219-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1891781>. - Режим доступа: по подписке.

7. Сухарев, О. С. Функциональный и интернет-маркетинг : монография / О. С. Сухарев, Н. В. Курманов, К. Р. Мельковская. — Москва : КУРС : ИНФРА-М, 2024. — 345 с. — (Наука). - ISBN 978-5-905554-33-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2117126>. - Режим доступа: по подписке.

8. Гобарева, Я. Л. Бизнес-аналитика средствами Excel : учебное пособие / Я.Л. Гобарева, О.Ю. Городецкая, А.В. Золотарюк. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2023. — 350 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. - ISBN 978-5-9558-0560-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1893969>. - Режим доступа: по подписке.

9. Кметь, Е. Б. Цифровой маркетинг : учебник для вузов / Е. Б. Кметь, Н. А. Юрченко ; Кметь Е. Б., Юрченко Н. А.; Юрченко Н. А. - Санкт-Петербург : Лань, 2023. - 128 с. - Книга из коллекции Лань - Деловая литература. - URL: <https://e.lanbook.com/book/345998>. - URL: <https://e.lanbook.com/img/cover/book/345998.jpg>. - ISBN 978-5-507-46792-1.

Интернет-ресурсы:

1. ГАРАНТ.РУ. Информационно-правовой портал [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.garant.ru> , свободный.– Загл. с экрана.

2. КонсультантПлюс. Официальный сайт компании

«Консультант-Плюс» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>, свободный.– Загл. с экрана.

3. ТехТерра: всё про маркетинг и SMM [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UCUMNUndgRn7BSUEkuZxdt2g> - Загл. с экрана.

4. Московская Академия Экономики и Развития [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.youtube.com/@maeracademy> - Загл. с экрана.

5. Инструменты для мониторинга, анализа и оценки эффективности поискового продвижения [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://topvisor.com/ru/?inv=385903>

6. Интернет-маркетинг с нуля [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://tilda.education/courses/marketing/internet-marketing-beginning/> - Загл. с экрана.

7. Информационно-технологическое сопровождение (1С:ИТС) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://its.1c.ru/db/newscomm/content/474202/hdoc> - Загл. с экрана.

8. Конструктор сайтов Wix [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://vk.com/wixcom_ru

9. Сервис проверки контрагентов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.list-org.com/> - Загл. с экрана.

10. . Сервис профессиональной проверки контрагентов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://excheck.pro/> - Загл. с экрана.

11. . Сервис проверки контрагентов «Чекко» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://checko.ru/company/rivers-1087446000696> - Загл. с экрана.

12. Инструмент для оценки посещаемости сайтов и анализа поведения пользователей - <https://metrika.yandex.ru/>

13. Конструктор сайтов - <http://www.setup.ru/>

14. Система контекстной рекламы - <http://www.google.ru/adwords/>