



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»

УТВЕРЖДЕНО

Ученым советом

ФГБОУ ВО «МГТУ им. Г.И. Носова»

Протокол № 4 от «28» 02 2024 г.

Председатель Ученого совета,
ректор Д.В. Терентьев
Регистрационный номер АД_11_38.02.08_2024



**АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ
УЧЕБНЫХ ПРЕДМЕТОВ, ДИСЦИПЛИН, КУРСОВ (МОДУЛЕЙ)
ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА**

по специальности среднего профессионального образования

38.02.08 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Направленность образовательной программы: Коммерция и осуществление интернет-маркетинга

Квалификация выпускника

специалист торгового дела

Очная форма обучения на базе среднего общего образования

Магнитогорск, 2024

АННОТАЦИИ
К РАБОЧИМ ПРОГРАММАМ УЧЕБНЫХ ПРЕДМЕТОВ, ДИСЦИПЛИН (МОДУЛЕЙ)
программы подготовки специалистов среднего звена
по специальности среднего профессионального образования
38.02.08 Торговое дело
очная форма обучения на базе среднего общего образования

Индекс	Наименование учебных предметов, дисциплин (модулей)	Содержание учебных предметов, дисциплин (модулей)	Максимальная нагрузка	Формируемые компетенции обучающегося
ПП. Профессиональная подготовка			2952	
СГ. Социально-гуманитарный цикл			436	—
СГ.01	История России	В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь: Уд1 ориентироваться в современной экономической, политической и культурной ситуации в России; Уд2 выявлять взаимосвязь субъектов РФ в социально-экономических, политических и культурных аспектах. знать: Зд1 основные направления развития ключевых регионов России на рубеже веков (XX и XXI вв.); Зд2 сущность и причины локальных, региональных межгосударственных конфликтов в конце XX - начале XXI вв. и роль РФ в их урегулировании; Зд3 основные процессы (интеграционные, поликультурные, миграционные и иные) политического и экономического развития ведущих регионов РФ; Зд4 Роль России в международных организациях и основные направления их деятельности; Зд5 о роли науки, культуры и религии в сохранении и укреплении национальных и государственных традиций; Зд6 содержание и назначение важнейших нормативных правовых актов РФ. Тематический план Раздел 1. Развитие СССР и его место в мире в 80-е годы Тема 1.1 Политика перестройки Тема 1.2 Распад СССР Раздел 2. Российская Федерация в 1992–2022 гг. Тема 2.1 Основные направления социально-экономического и политического развития России в 90-е годы XX века Тема 2.2 Государственно-политическое развитие Российской Федерации в к. 90-х гг.	48	ОК 01 - 06

		XX века Тема 2.3 Внешняя политика РФ в 90-е гг. XX в. Постсоветское пространство в 90-е гг. XX века Тема 2.4 Россия в XXI веке: вызовы времени и задачи модернизации Тема 2.5 Социальная политика в РФ Тема 2.6 Внешняя политика РФ в начале XXI в. Тема 2.7 Развитие науки и культуры в России во второй половине XX - начале XXI в.		
СГ.02	Иностранный язык в профессиональной деятельности	В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь: Уд1 пользоваться изученными базовыми грамматическими явлениями; Уд2 вести беседу в ситуациях профессионального общения; Уд3 участвовать в обсуждении проблем на основании прочитанных/ прослушанных иноязычных текстов, соблюдая правила речевого этикета; Уд4 рассказывать о своей будущей профессиональной деятельности, рабочих обязанностях и правилах техники безопасности; Уд5 писать деловое письмо, заполнять анкету, письменно излагать сведения о себе в форме, принятой в стране изучаемого языка; Уд6 читать аутентичные тексты профессиональной направленности, используя основные виды чтения (ознакомительное, изучающее, поисковое/ просмотровое) в зависимости от поставленной коммуникативной задачи. знать: Зд1 значения лексических единиц (1500 лексических единиц), связанных с тематикой данного этапа обучения и соответствующими ситуациями общения; Зд2 грамматический минимум для перевода текстов профессиональной направленности и составления высказываний на профессиональные темы; Зд3 языковые средства и правила речевого и неречевого поведения в соответствии со сферой общения и социальным статусом партнера. Тематический план Раздел 1 Введение в специальность Тема 1.1 Моя профессия (получение образования, профессиональные навыки, дополнительные навыки, личностные качества, места работы) Тема 1.2 Деловые поездки Тема 1.3 Профессиональная отрасль (история развития, роль в экономике страны,	104	ОК 01-04, 09 ПК 1.1-1.2

		современное состояние, достижения отрасли) Тема 1.4 Безопасность производства (экологические проблемы отрасли, пути их решения) Раздел 2. Освоение иностранного языка в профессиональной деятельности Тема 2.1 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли Тема 2.2 Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору)		
СГ.03	Безопасность жизнедеятельности	В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь: Уд 1 организовывать и проводить мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций; Уд 2 предпринимать профилактические меры для снижения уровня опасностей различного вида и их последствий в профессиональной деятельности и быту; Уд 3 применять первичные средства пожаротушения; Уд 4 оказывать первую помощь пострадавшим; Уд5 применять профессиональные знания в ходе исполнения обязанностей военной службы на воинских должностях в соответствии с полученной специальностью; знать: Зд 1 задачи и основные мероприятия гражданской обороны; Зд 2 основные виды потенциальных опасностей и их последствия в профессиональной деятельности и быту, принципы снижения вероятности их реализации; Зд 3 меры пожарной безопасности и правила безопасного поведения при пожарах; Зд 4 порядок и правила оказания первой помощи пострадавшим; Зд 5 область применения получаемых профессиональных знаний при исполнении обязанностей военной службы; Тематический план Раздел 1. Организация защиты и жизнеобеспечения населения в чрезвычайных ситуациях Тема 1.1. Правовые и нормативно – технические основы безопасности жизнедеятельности Тема 1.2. Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций (РСЧС). Гражданская оборона на объектах экономики Тема 1.3. Защита населения и территорий при	68	ОК 06, 07, 08 ПК 1.6

		стихийных бедствиях Тема 1.4. Защита населения и территорий при авариях на производственных объектах Тема 1.5. Классификация негативных факторов Тема 1.6. Устойчивость функционирования объектов экономики в условиях чрезвычайных ситуаций Раздел 2. Основы военной службы Тема 2.1. Основы обороны государства Тема 2.2. Защита населения и территорий при чрезвычайных ситуациях военного времени Тема 2.3. Вооруженные Силы России на современном этапе Тема 2.4. Прохождение военной службы Тема 2.5. Практическая подготовка по основам военной службы (для юношей) Тема 2.5 Основы медицинских знаний (для девушек)		
СГ.04	Физическая культура	В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь: Уд1. использовать физкультурно-оздоровительную деятельность для укрепления здоровья, достижения жизненных и профессиональных целей; знать: Зд1. о роли физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека; Зд2. основы здорового образа жизни. Тематический план Раздел 1 Научно-методические основы формирования физической культуры личности Тема 1.1 Общекультурное и социальное значение физической культуры. Здоровый образ жизни Раздел 2 Учебно-практические основы формирования физической культуры личности Тема 2.1 Общая физическая подготовка Тема 2.2 Лёгкая атлетика Тема 2.3 Спортивные игры Тема 2.3.1. Баскетбол Тема 2.3.2 Волейбол Тема 2.3.3 Бадминтон Тема 2.3.4 Настольный теннис Тема 2.3.5 Минифутбол Тема 2.4 Атлетическая гимнастика (юноши) Раздел 3 Профессионально-прикладная физическая подготовка (ППФП) Тема 3.1 Сущность и содержание ППФП в достижении высоких профессиональных результатов Тема 3.2. Атлетическая гимнастика (юноши)	104	ОК 8
СГ.05	Основы финансовой грамотности	В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь: Уд1 пользоваться современными поисковыми	48	ОК 01-04 ПК 2.4-2.6, 3.3

		системами для сбора информации о внешних и внутренних рынках; Уд2 обобщать полученную информацию, обрабатывать ее с применением программных продуктов; Уд3 применять нормы законодательства для относительных финансовых расчётов в трудовой деятельности; Уд4 развивать идеи до бизнес-предложений; Уд5 оценивать эффективность предпринимательской деятельности инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке; Уд6 создавать деловые электронные презентации; Уд7 оценивать риски, связанные с бизнесом. знать: Зд1 Методы и инструменты работы с базами данных внутренних и внешних рынков; Зд2 основные законы и нормы, регулирующие отношения физических лиц с финансовыми институтами; Зд3 специализированные информационные ресурсы, для финансовых расчётов; Зд4 порядок разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью; Зд5 критерии и показатели эффективности предпринимательской деятельности; Зд6 юридические аспекты и последствия нарушения сроков оплаты по договорам. Тематический план Раздел 1. Основы личного финансового планирования Тема 1.1 Понятие финансов и финансовой системы, государственный бюджет и интересы граждан Тема 1.2 Способы принятия финансовых решений Тема 1.3 Семейный бюджет Раздел 2. Финансовые организации, услуги и рынки Тема 2.1 Коммерческие банки. Депозиты Тема 2.2 Кредиты и кредитные организации Тема 2.3 Страховые компании. Виды личного страхования Тема 2.4 Фондовый рынок и его инструменты Раздел 3. Человек и государство Тема 3.1 Налоги и налоговые вычеты Тема 3.2 Пенсионная система и планирование Тема 3.3 Социальная политика государства Раздел 4. Финансовое мошенничество Тема 4.1 Финансовое мошенничество Раздел 5. Финансовые аспекты трудовой и предпринимательской деятельности Тема 5.1 Финансовые отношения с работодателем и в предпринимательской деятельности		
--	--	---	--	--

СГ.06	Основы деловой коммуникации	В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь: Уд 1 ориентироваться в ситуации общения; Уд 2 проводить деловые беседы и переговоры с высоким уровнем этической культуры; Уд 3 осуществлять профессиональное общение с соблюдением норм и правил делового этикета; Уд 4 использовать знание психологии для эффективного взаимодействия в деловом общении; Уд 5 применять рекомендации современной психологической науки по повышению эффективности межличностного и группового взаимодействия; Уд 6 продуцировать языковые тексты, отвечающие современным требованиям делового общения; Уд 7 передавать информацию устно и письменно с соблюдением требований культуры речи; Уд 8 анализировать коммуникационные процессы в организации и вырабатывать предложения по повышению их эффективности; знать: Зд 1 психологических основ общения и делового общения в частности; Зд 2 сущность деловой коммуникации, ее составляющих и роль в деловой сфере общественных отношений; Зд 3 особенности восприятия текстовой информации, речевого поведения личности собеседника, условий общения. Зд 4 сущность и содержание современной теории коммуникации, формы деловых коммуникаций; Зд 5 основные техники и приемы общения: правила слушания, ведения беседы, убеждения, консультирования; Зд 6 основы коммуникативного общения, его формы и средства; основные принципы этики делового общения. Тематический план Раздел 1. Введение в дисциплину «Основы деловой коммуникации» Тема 1.1 Введение в дисциплину «Основы деловой коммуникации» Тема 1.2 Деловые коммуникации: виды и функции. Специфика деловой коммуникации Тема 1.3 Социально-психологические аспекты коммуникации Раздел 2 Средства делового общения Тема 2.1 Средства делового общения: вербальные Тема 2.2 Средства делового общения:	64	ОК 01, 04, 05,06 ПК 1.2, 3.4, 3.5
-------	-----------------------------	---	----	--------------------------------------

		невербальные Тема 2.3 Деловая беседа как форма деловой коммуникации Тема 2.4 Формы письменных деловых коммуникаций Тема 2.5 Барьеры, возникающие при общении и способы их преодоления Раздел 3 Общение в конфликте Тема 3.1 Конфликт и его диагностика Тема 3.2 Конфликт и его виды Тема 3.3 Поведение в конфликте Раздел 4 Этическое содержание общения и профессиональная этика Тема 4.1 Мораль: сущность и функции Тема 4.2 Основные этические нормы и принципы Тема 4.3 Профессиональная этика: нормы и принципы		
ОП. Общепрофессиональный цикл			754	—
ОП.01	Экономика и основы анализа финансово-хозяйственной деятельности торговой организации	В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь: Уд 1 обобщать и систематизировать коммерческую информацию; Уд 2 формировать базы данных с информацией о ценах на товары, работы, услуги, требованиях внешних и внутренних рынков к товарной продукции; Уд 3 статистически ее обрабатывать в формате электронных таблиц; Уд 4 формулировать аналитические выводы; Уд 5 осуществлять выбор поставщиков; Уд 6 обосновывать начальную (максимальную) цену закупки; Уд 7 обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных; Уд 8 анализировать бизнес-концепции; Уд 9 собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации; Уд 10 использовать методы экономического анализа; Уд 11 разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда; Уд 12 анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков. знать: Зд 1 методы и инструменты работы с базами данных внутренних и внешних рынков;	130	ОК 01-03 ПК 1.1-1.3, 2.3, 2.5-2.8

		Зд 2 поиск и методы отбора поставщиков; Зд 3 методы определения и обоснования начальных максимальных цен контракта; Зд 4 порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен; Зд5 роль и значение бизнес-плана; Зд 6 методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений; Зд 7 методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов; Зд 8 методы, способы и приемы для решения задач по анализу; Зд 9 схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа; Зд 10 методику анализа эффективности использования производственных ресурсов; Зд 11 методические материалы по планированию, учету и анализу деятельности организации; Зд 12 основные способы анализа и оценки рисков. Тематический план Раздел 1. Экономика торговой организации Тема 1.1. Основы экономики торговой организации Тема 1.2. Экономическая сущность и состав экономических ресурсов торговой организации Тема 1.3. Система экономических показателей торговой организации Тема 1.4. Доходы и расходы торговых организаций Раздел 2. Основы анализа хозяйственной деятельности торговой организации Тема 2.1. Основы анализа хозяйственной деятельности торговой организации Тема 2.2. Анализ товарооборота торговой организации Тема 2.3. Оценка экономической эффективности деятельности торговой организации		
ОП.02	Прикладные компьютерные программы в профессиональной деятельности	В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь: Уд1 пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внешних и внутренних рынках; Уд 2 создавать и вести информационную базу данных поставщиков и покупателей; Уд 3 составлять документы, формировать,	118	ОК 01-02, 05 ПК 1.1, 1.6, 2.3, 2.6

		архивировать, направлять документы и информацию; <i>Уд 4</i> обобщать полученную информацию, обрабатывать ее с применением программных продуктов; обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов; <i>Уд 5</i> осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ; <i>Уд 6</i> осуществлять процесс управления доставкой товаров покупателю используя возможности интернет-вещей; <i>Уд 7</i> оформлять факт продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС; <i>Уд 8</i> применять электронный документооборот; <i>Уд 9</i> осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ; <i>Уд 10</i> осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота; <i>Уд 11</i> пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внутренних внешних рынках; <i>Уд 12</i> обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных; <i>Уд 13</i> собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации; <i>Уд 14</i> использовать методы экономического анализа; <i>Уд 15</i> анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами. знать: <i>Зд 1</i> методов и инструментов работы с базами данных внутренних и внешних рынков; <i>Зд 2</i> требований к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота; стандартов и требований внешних рынков к товарной продукции; <i>Зд 3</i> видов торговых структур; <i>Зд 4</i> форм и видов торговли; <i>Зд 5</i> организации торгово-технологических		
--	--	---	--	--

		процессов в офлайн и онлайн торговле; Зд 6 требований к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота; Зд 7 основных и дополнительных услуг оптовой и розничной торговли; Зд 8 порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен; Зд 9 принципов и методов управления информационными данными с использованием информационных технологий Зд 10 методов сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов; Зд 11 методов, способов и приемов для решения задач по анализу; Зд 12 типов факторных моделей; Зд 13 инновационных средств и устройств информатизации, порядок их применения и программное обеспечение в предпринимательской деятельности; Зд 14 интерфейса автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа. Тематический план Раздел 1 Программные продукты, применяемые в организации торговой деятельности Тема 1.1 Работа с программой «1С: Предприятие. Управление торговлей» Тема 1.2 Работа с программой «1С: Розница 8» Тема 1.3 Работа с программой «1С: Касса приложение для ПК» Тема 1.4 Использование Microsoft Office Word и Microsoft Excel, Microsoft Office Access при решении профессиональных задач		
ОП.03	Эксплуатация торгово-технологического оборудования и охрана труда	В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь: Уд 1 интеллектуальный анализ текстовых документов, роботы, видео аналитика, чат-боты; Уд 2 применять основные ИИ-решения - системы распознавания естественного языка, интеллектуальные системы поддержки принятия решений, распознавания и синтез речи; Уд 3 осуществлять торгово-технологические процессы, в том числе, с использованием	86	ОК 01 – 07, 09 ПК 1.6

		техники эффективных коммуникаций; Уд 4 применять технологии интернет-вещей в организации работы торговых площадок; Уд 5 осуществлять процесс управления доставкой товаров покупателю используя возможности – интернет-вещей; Уд 6 осуществлять контроль за количеством и сроками хранения продовольственных товаров с применением датчиков контроля (интернет-вещей); Уд 7 использовать нормативно правовые документы в своей деятельности Уд 8 проводить анализ состояния условий и охраны труда Уд 9 осуществлять планирование мероприятий по охране труда знать: Зд 1 инфраструктуру потребительского рынка, средства, методы, инновации в отрасли; Зд 2 организацию торгово-технологических процессов в офлайн и онлайн торговле; Зд 3 виды торговых структур, формы и виды торговли; Зд 4 составные элементы торговой деятельности: материально-техническую базу торговли, Зд 5 требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота; Зд 6 Основные законодательные и иные нормативные акты Зд 7 права и обязанности работодателя и работника в области охраны труда. Тематический план Раздел 1. Эксплуатация торгово-технологического оборудования Тема 1.1 Торгово-технологическое оборудование, торговая мебель и торговый инвентарь Тема 1.2 Весоизмерительное, фасовочно-упаковочное и измельчительно-режущее оборудование Тема 1.3 Подъёмно-транспортное и холодильное оборудование Тема 1.4 Контрольно-кассовая техника Тема 1.5. Современные технические устройства, и системы защиты товаров Раздел 2 Охрана труда Тема 2.1 Основные положения трудового законодательства Российской Федерации Тема 2.2 Опасные вредные производственные факторы Тема 2.3 Средства индивидуальной и коллективной защиты Тема 2.4 Обучение и инструктирование по охране труда. Порядок разработки и утверждения инструкций по охране труда для		
--	--	---	--	--

		работников Тема 2.5 Порядок расследования, оформления и учета несчастных случаев и профессиональных заболеваний на производстве Тема 2.6 Оказание первой помощи		
ОП.04	Автоматизация торгово-технологических процессов	В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь: знать: Тематический план	64	
ОП.05	Основы предпринимательства	В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь: У 2.1.1 применять методы сбора, хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования У 2.1.2 составлять план проведения маркетингового исследования У 2.1.3 определять подходящие маркетинговые инструменты, применять их для проведения маркетингового исследования У 2.2.1 обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций У 2.2.2 проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга У 2.2.3 использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков; У 2.3.1 обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных У 2.4.1 анализировать текущую рыночную конъюнктуру У 2.5.1 применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности У 2.5.2 развивать идеи до бизнес-предложений У 2.5.3 оценивать инновационность подхода в бизнесе и его потенциал на рынке У 2.6.1 собирать и анализировать исходные данные для анализа ТЭП деятельности организации У 2.6.2 оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами У 2.6.3 рассчитывать и анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов У 2.7.1 разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства,	104	ОК 01 - 05, 07, 09 ПК 2.1 – 2.8

		конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда У 2.7.2 оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации У 2.7.3 собирать данные о путях повышения экономической эффективности бизнеса У 2.8.1 собирать информацию о бизнес-проблемах У 2.8.2 анализировать информацию о бизнес-проблемах У 2.8.3 анализировать финансовую отчетность на предмет наличия рисков ее использования знать: З 2.1.1 составные элементы маркетинговой деятельности З 2.1.2 методы изучения рынка, анализа окружающей среды З 2.1.3 этапы маркетинговых исследований, их результат З 2.2.1 средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики З 2.2.2 Основные программные продукты, используемые в маркетинговой деятельности З 2.2.3 методы проведения маркетингового исследования З 2.3.1 порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен З 2.3.3 Основные информационные интеллектуальные продукты З 2.4.1 виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности; методы оценки конкурентной среды З 2.5.1 нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности З 2.5.2 методологию и процессы развития бизнес-идеи З 2.5.3 порядок разработки бизнес-планов в соответствие с отраслевой направленностью З 2.6.1 методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений З 2.6.2 формы, используемые для оформления результатов бизнес-анализа З 2.6.3 методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов З 2.7.1 методические материалы по планированию, учету и анализу деятельности организации		
--	--	--	--	--

		3 2.7.2 схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа 3 2.7.3 основные решения, принимаемые менеджментом в рамках управления эффективностью бизнеса 3 2.8.1 методы оценки риска, связанных с бизнесом 3 2.8.2 основные способы анализа и оценки рисков 3 2.8.3 меры снижения рисков, связанных с бизнесом Тематический план Раздел 1 Основы торгового предпринимательства Тема 1.1 Отраслевые особенности и функции торгового предпринимательства Тема 1.2 Фирма как основной субъект предпринимательской деятельности Тема 1.3 Нормативно-правовое регулирование торгового предпринимательства Тема 1. 4 Организация и информационное обеспечение торгового предпринимательства Тема 1.5 Регистрация и прекращение предпринимательской деятельности торговой организации Тема 1.6 Назначение и структура бизнес-плана Тема 1.7 Товарная политика и стратегия развития торгового предпринимательства Тема 1.8 Управление предпринимательской деятельностью в торговле Тема 1.9 Финансовая деятельность предпринимательства Тема 1.10 Коммерческие риски в предпринимательской деятельности в сфере торговли Тема 1.11 Резюме бизнес-плана		
ОП.06	Правовое обеспечение профессиональной деятельности	В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь: Уд1. использовать необходимые нормативные правовые документы; Уд2. защищать свои права в соответствии с гражданским, гражданско-процессуальным и трудовым законодательством; Уд3. анализировать и оценивать результаты и последствия деятельности (бездействия) с правовой точки зрения знать: Зд1 - права и свободы человека и гражданина, механизмы их реализации; Зд2 - понятие правового регулирования в сфере профессиональной деятельности; Зд3 - законодательные акты и другие нормативные документы, регулирующие	44	ОК 01 - 06 ПК 1.2, 1.5, 2.5, 2.7

		правоотношения в процессе профессиональной деятельности; Зд4 - организационно-правовые формы юридических лиц; Зд5 - правовое положение субъектов предпринимательской деятельности; Зд6- права и обязанности работников и работодателя в сфере профессиональной деятельности; Зд7 - правила оплаты труда; Зд8 - понятие дисциплинарной и материальной ответственности работника; Зд9 виды административных правонарушений административной ответственности; Зд10 нормы защиты нарушенных прав и судебный порядок разрешения споров Зд11 - понятие права, правовой нормы и правоотношений; Зд12 - сделки, обязательства и договоры в предпринимательской деятельности; Зд13 – понятие трудового права и трудовых правоотношений. Тематический план Раздел 1 Правовое регулирование профессиональной деятельности Тема 1.1 Отрасли, регулирующие экономические отношения Тема 1.2 Правовое положение субъектов предпринимательской деятельности Тема 1.3 Гражданско-правовой договор Тема 1.4 Гражданское и арбитражное судопроизводство Раздел 2 Труд и социальная защита Тема 2.1 Основные положения трудового права Тема 2.2 Трудовой договор Тема 2.3 Рабочее время и время отдыха Тема 2.4 Дисциплинарная и материальная ответственность Тема 2.5 Защита трудовых прав работников Раздел 3. Административное право в сфере профессиональной деятельности Тема 3.1 Административные правонарушения Административная ответственность		
ОП.07	Основы менеджмента и маркетинга	В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь: Уд1 применять в профессиональной деятельности методы, средства и приемы менеджмента; Уд2 учитывать особенности менеджмента в профессиональной деятельности; Уд3 анализ внешней и внутренней среды предприятия, выявление ключевых элементов их влияния Уд 4 делового и управленческого общения; Уд 5 использование информации, полученной	90	ОК 01 - 05, 09 ПК 1.1, 1.2, 2.1, 2.3, 2.4

		в результате проведения маркетинговых исследований, для принятия грамотных управленческих решений Уд 6 планировать проведение маркетинговых исследований Уд 7 использовать методы анализа маркетинговой информации Уд 8 оценки эффективности маркетинга, его отдельных направлений и мероприятий знать: Зд1 сущность и характерные черты современного менеджмента; Зд2 внешнюю и внутреннюю среду организации; цикл менеджмента; Зд3 особенности менеджмента в области профессиональной деятельности; Зд4 особенностей организации маркетинга на предприятии Зд5 внутренней структуры маркетинга, основ и методов маркетинговой деятельности; Зд6 систему методов управления; стили управления, коммуникации, деловое и управленческое общение; Зд7 основ маркетинговых коммуникаций Зд8 понятие и сущность маркетинговой информации Зд9 основные виды маркетинговой среды Зд 10 методы маркетинговых исследований Зд 11 особенности товарной, ценовой и распределительной деятельности предприятия Тематический план Раздел 1. Основы менеджмента Тема 1.1 Сущность и характерные черты современного менеджмента, история его развития Тема 1.2 Внешняя и внутренняя среда организации Тема 1.3 Цикл менеджмента: организация, планирование, мотивация и контроль Тема 1.4 Система методов управления Тема 1.5 Коммуникационные процессы в менеджменте Тема 1.6 Принятие и реализация управленческих решений Тема 1.7 Стили управления Тема 1.8 Деловое и управленческое общение Тема 1.9 Особенности менеджмента в области профессиональной деятельности Раздел 2 Основы маркетинга Тема 2.1 Маркетинг – рыночная концепция управления. Тема 2.2 Маркетинговые исследования Тема 2.3 Комплексное изучение рынка Тема 2.4 Сегментация и выбор целевого рынка Тема 2.5 Ценовая политика		
--	--	--	--	--

		Тема 2.6 Маркетинговые стратегии.		
ОП.08	Основы бухгалтерского учета и налогообложения	В результате освоения дисциплины обучающийся должен уметь: Уд1 собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации; Уд2 оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами; Уд3 использовать методы экономического анализа; Уд4 анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов. знать: Зд3 схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа; Зд4 методику анализа эффективности использования производственных ресурсов Зд5 методов сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов; Зд6 методов, способов и приемов для решения задач по анализу; Зд7 типов факторных моделей. Тематический план Раздел 1 Основы бухгалтерского учета Тема 1.1 Хозяйственный учет и его сущность. Объекты, основные задачи и методы бухгалтерского учета Тема 1.2 Учет активов и источников формирования активов Раздел 2 Основы налогообложения Тема 2.1 Система налогов и сборов в РФ Тема 2.2 Налогообложение юридических и физических лиц	118	ОК 01-03, 05 ПК 2.6
П. Профессиональный цикл			1546	—
ПМ.01	Организация и осуществление торговой деятельности		478	ОК 01 – 04, 09 ПК 1.1 - 1.6
МДК.01.01	Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках	В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен владеть навыками: Н1.1.1 поиска и систематизации открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции;	102	
МДК.01.02	Организация и осуществление продаж	Н1.1.2 проведение анализа и оценки объема спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках;	104	
МДК.01.03	Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных	Н1.1.3 обработки, формирования и хранения данных, информации, документов, в том числе полученных от поставщиков (подрядчиков, исполнителей);	44	

	нужд	Н1.1.4 составления перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации;		
УП.01.01	Учебная практика		36 (1 нед.)	
ПП.01.01	Производственная практика	Н1.1.5 подготовки рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка; Н1.1.6 проведения анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков, мониторинга внутренних и внешних рынков; подготовки аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках; Н1.2.1 оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг; Н1.2.2 мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок; Н1.2.3 установления контактов с деловыми партнерами, заключения договоров, предъявления претензий; Н1.2.4 составления деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров, проведения безналичных расчетов; Н1.3.1 формирования начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта; Н1.3.2 составления и оформления закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры; Н1.3.3 осуществления подготовки протоколов заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок; Н1.3.4 публичного размещения полученных результатов; осуществления проверки необходимой документации для заключения контрактов и процедуры подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями); Н1.3.5 публичного размещения отчетов, информации о неисполнении контракта, о санкциях, об изменении или о расторжении контракта, за исключением сведений, составляющих государственную тайну; Н1.3.6 организации осуществления оплаты поставленного товара, выполненной работы (ее результатов), оказанной услуги, а также отдельных этапов исполнения контракта, денежных сумм по банковской гарантии в	180 (5 нед.)	

		предусмотренных случая, организации возврата денежных средств, внесенных в качестве обеспечения исполнения заявок или обеспечения исполнения контрактов; Н1.4.1 направления запросов, приглашений и информации потенциальным участникам внешнеторгового контракта; Н1.4.2 проведения предварительного анализа поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках; Н1.4.3 составления списка отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий); Н1.4.4 документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта; Н1.4.5 подготовки сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внешних рынках; Н1.4.6 формирования списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта; Н1.4.7 обработки, формирования, хранения информации и данных об участниках внешнеторгового контракта; Н1.4.8 формирования проекта внешнеторгового контракта; Н1.4.9 осуществления проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта; Н1.4.10 подготовки процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом; Н1.5.1 подготовки документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта; Н1.5.2 сбора информации, документов по вопросам исполнения обязательств по внешнеторговому контракту; Н1.5.3 разработки плана-графика контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту; Н1.5.4 мониторинга отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; Н1.5.5 документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту и организация претензионной работы; Н1.5.6 подготовка предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств по внешнеторговому контракту; Н1.6.1 выполнения торгово-технологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых		
--	--	---	--	--

		помощников, чат-ботов для обработки запросов покупателей с максимальной скоростью; Н1.6.2 организации торговли, в том числе с использованием камер и алгоритмов распознавания лиц для осуществления расчетов с покупателями без применения контрольно-кассовой техники; Н1.6.3 приемки товаров по количеству и качеству; соблюдения правил охраны труда. уметь: У1.1.1 пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внешних и внутренних рынках; У1.1.2 проводить исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров; У1.1.3 обобщать и систематизировать коммерческую информацию, формировать базы данных с информацией о ценах на товары, работы, услуги, требованиях внешних и внутренних рынков к товарной продукции, статистически ее обрабатывать в формате электронных таблиц и формулировать аналитические выводы; У1.1.4 анализировать внешнюю конкурентную среду для выявления аналогичных или взаимозаменяемых товаров; У1.1.5 создавать и вести информационную базу данных поставщиков и покупателей; У1.1.6 составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию; У1.1.7 обобщать полученную информацию, обрабатывать ее с применением программных продуктов; У1.1.8 обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов; У1.2.1 применять нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений; У1.2.2 осуществлять выбор поставщиков; У1.2.3 оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ; У1.2.4 составлять документы, деловые письма, предложения, заказы на поставку товаров, осуществлять безналичные расчеты, в т. ч. с использованием современных технических средств; У1.2.5 создавать и вести информационную базу поставщиков и покупателей с		
--	--	---	--	--

		применением технологий больших данных; У1.2.6 обобщать полученную информацию, статистически ее обрабатывать и формулировать аналитические выводы, архивировать полученную информацию и обеспечивать ее безопасность; работать в единой информационной системе; У1.3.1 применять основные положения нормативно-правовых актов в сфере закупочной деятельности; У1.3.2 составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию; У1.3.3 обосновывать начальную (максимальную) цену закупки; У1.3.4 описывать объект закупки; У1.3.5 разрабатывать закупочную документацию; У1.3.6 работать в единой информационной системе; У1.3.7 взаимодействовать с закупочными комиссиями и технически обеспечивать деятельность закупочных комиссий; У1.3.8 анализировать поступившие заявки, оценивать результаты и подводить итоги закупочной процедуры; У1.3.9 формировать и согласовывать протоколы заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок; проверять необходимую документацию для заключения контрактов и осуществлять процедуру подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями); У1.4.1 классифицировать товары на внутренних и внешних рынках; У1.4.2 разрабатывать тексты рекламной информации о продукции организации на иностранном языке для последующего распространения на внешних рынках; У1.4.3 осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; У1.4.4 осуществлять взаимодействие с участниками внешнеторгового контракта; У1.4.5 подготавливать коммерческие предложения, запросы; У1.4.6 оформлять документацию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и международных актов; У1.5.1 составлять и оформлять отчет, содержащий информацию о ходе исполнения контракта, о соблюдении промежуточных и окончательных сроков исполнения контракта, о ненадлежащем		
--	--	---	--	--

		исполнении контракта (с указанием допущенных нарушений) или о неисполнении контракта и о санкциях, которые применены в связи с нарушением условий контракта или его неисполнением, об изменении или о расторжении контракта в ходе его исполнения, об изменении контракта или о расторжении контракта; У1.5.2 осуществлять организацию оплаты/возврата денежных средств, организовывать уплату денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях; У1.5.3 обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов; У1.5.4 осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота; У1.6.1 осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ; У1.6.2 осуществлять процесс управления доставкой товаров покупателю используя возможности интернет-вещей; У1.6.3 проводить анализ перемещения покупателей по торговому залу по данным камер видео наблюдений с целью оптимизации торгового пространства; У1.6.4 осуществлять контроль за количеством и сроками хранения продовольственных товаров с применением датчиков контроля (интернет-вещей); У1.6.5 использовать технологии дополненной реальности для повышения объема продаж; У1.6.6 применять цифровые вывески с использованием компьютерного зрения; У1.6.7 применять технологии интернет-вещей в организации работы торговых площадок; У1.6.8 управления полочным пространством магазина в облачной ABM SHELF; У1.6.9 оформлять факт продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС; У1.6.10 применять электронный документооборот; У1.6.11 осуществлять торгово-технологические процессы, в том числе, с использованием техники эффективных коммуникаций; У1.6.12 применять основные ИИ-решения -		
--	--	--	--	--

		системы распознавания естественного языка, интеллектуальные системы поддержки принятия решений, распознавания и синтеза речи, интеллектуальный анализ текстовых документов, роботы, видео аналитика, чат-боты; У1.6.13 оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ; У1.6.14 осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота; пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внутренних внешних рынках. знать: 31.1.1 методов и инструментов работы с базами данных внутренних и внешних рынков; 31.1.2 требований к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота; стандартов и требований внешних рынков к товарной продукции; 31.2.1 правовых норм оформления и заключения договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг; 31.2.2 структуры и содержания договора поставки, спецификации и сопроводительного письма критериев; 31.2.3 поиска и методов отбора поставщиков; 31.2.4 методов и инструментов работы с базами больших данных; 31.2.5 требований к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота; 31.3.1 законодательства Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров; 31.3.2 особенностей составления закупочной документации; методов определения и обоснования начальных максимальных цен контракта; 31.4.1 основных технических характеристик, преимуществ и особенностей продукции организации, поставляемой на внешние рынки; 31.4.2 нормативных правовых актов, регламентирующих внешнеэкономическую деятельность; 31.4.3 международных правил толкования наиболее широко используемых торговых терминов в области внешней торговли; 31.4.4 международных договоров в сфере стандартов и требований к продукции;		
--	--	---	--	--

		31.4.5 стандартов и требований внешних рынков к товарной продукции; 31.4.6 методов и инструментов работы с базами данных и источниками маркетинговой информации о внешних рынках внешних рынков; 31.4.7 методов разработки рекламной информации для внешних рынков и инструментов продвижения товаров и услуг на внешних рынках; 31.4.8 основных видов и методов международных маркетинговых коммуникаций; 31.4.9 документооборота внешнеторговых сделок; 31.4.10 условий внешнеторгового контракта; норм этики и делового общения с иностранными партнерами; 31.5.1 правил оформления документации по внешнеторговому контракту; 31.5.2 порядка документооборота в организации; основ риск-менеджмента во внешнеэкономической деятельности; 31.6.1 видов торговых структур; 31.6.2 форм и видов торговли, составных элементов торговой деятельности: материально-технической базы торговли; инфраструктуры потребительского рынка; 31.6.3 средств, методов, инноваций в отрасли; 31.6.4 организации торгово-технологических процессов в офлайн и онлайн торговле; 31.6.5 требований к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота; 31.6.6 основных и дополнительных услуг оптовой и розничной; целей, задач, принципов, объектов, субъектов внутренней и внешней торговли; 31.6.7 требований законодательства Российской Федерации нормативных правовых актов, регулирующих торговую деятельность; 31.6.8.правил торговли; количественных и качественных показателей оценки эффективности торговой деятельности. Тематический план Раздел 1. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках Тема 1.1 Информационное обеспечение торгово-сбытовой деятельности Тема 1.2. Установление хозяйственных связей с поставщиками и потребителями товаров и услуг Тема 1.3. Заключение внешнеторгового контракта и его документальное		
--	--	--	--	--

		сопровождение Тема 1.4. Осуществление контроля исполнения обязательств по внешнеторговому контракту Раздел 2. Организация и осуществление продаж Тема 2.1. Организация и управление торгово-технологическими процессами в оптовой торговле Тема 2.2. Организация и управление торгово-технологическими процессами в розничной торговле Тема 2.3. Организация и управление торгово-технологическими процессами в электронной торговле Раздел 3. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд Тема 3.1. Федеральная контрактная система Российской Федерации: концепция, понятия и термины, цели и принципы, сфера применения Тема 3.2. Прогнозирование и планирование закупок для государственных и муниципальных нужд Тема 3.3. Процедуры осуществления закупок Тема 3.4. Государственный и муниципальный контракт Тема 3.5. Контроль, аудит и ответственность в сфере закупок Тема 3.6. Организация закупок в коммерческих организациях		
ПМ.02	Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли (по выбору)		546	ОК 01-05, 07, 09 ПК 2.1 - 2.8
МДК.02.01	Технология проведения маркетинговых исследований	В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен владеть навыками:	168	
МДК.02.02	Ценообразование в торговой деятельности	Н 2.1.1 составления плана маркетингового исследования;	96	
МДК.02.03	Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы	Н 2.1.2 согласования плана проведения маркетингового исследования;	90	
УП.02.01	Учебная практика	Н 2.1.3 определения инструментов маркетинговых исследований;	36 (1 нед.)	
ПП.02.01	Производственная практика	Н 2.2.1 подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации;	144 (4 нед.)	
		Н 2.2.2 использования программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации;		
		Н 2.2.3 применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации;		
		Н 2.3.1 проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров с использованием информационных интеллектуальных технологий;		
		Н 2.4.1 установления конкурентных		

		преимуществ товара на внутреннем и внешнем рынках; Н 2.4.3 установления конкурентных преимуществ товара на внешнем рынке; Н 2.5.1 разработка бизнес-плана деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов; Н 2.5.2 разработка бизнес-плана деятельности предпринимательской единицы. уметь: У 2.1.1 применять методы сбора, хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; У 2.1.2 составлять план проведения маркетингового исследования; У 2.1.3 определять подходящие маркетинговые инструменты, применять их для проведения маркетингового исследования; У 2.2.1 обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций; У 2.2.2 проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; У 2.2.3 использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков; У 2.3.1 обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных; У 2.4.1 анализировать текущую рыночную конъюнктуру; У 2.5.1 применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; У 2.5.2 развивать идеи до бизнес-предложений; У 2.5.3 оценивать инновационность подхода в бизнесе и его потенциал на рынке; У 2.6.1 собирать и анализировать исходные данные для анализа ТЭП деятельности организации; У 2.6.2 оформлять результаты бизнес-анализа в соответствие с выбранными подходами; У 2.6.3 рассчитывать и анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов; У 2.7.1 разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда; У 2.7.2 оптимально использовать		
--	--	--	--	--

		материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации; У 2.7.3 собирать данные о путях повышения экономической эффективности бизнеса; У 2.8.1 собирать информацию о бизнес-проблемах; У 2.8.2 анализировать информацию о бизнес-проблемах; У 2.8.3 анализировать финансовую отчетность на предмет наличия рисков ее использования. знать: З 2.1.1 составные элементы маркетинговой деятельности; З 2.1.2 методы изучения рынка, анализа окружающей среды; З 2.1.3 этапы маркетинговых исследований, их результат; З 2.2.1 средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики; З 2.2.2 Основные программные продукты, используемые в маркетинговой деятельности; З 2.2.3 методы проведения маркетингового исследования; З 2.3.1 порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен; З 2.3.3 Основные информационные интеллектуальные продукты; З 2.4.1 виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности; методы оценки конкурентной среды; З 2.5.1 нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; З 2.5.2 методологию и процессы развития бизнес-идеи; З 2.5.3 порядок разработки бизнес-планов в соответствие с отраслевой направленностью; З 2.6.1 методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений; З 2.6.2 формы, используемые для оформления результатов бизнес-анализа; З 2.6.3 методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов; З 2.7.1 методические материалы по планированию, учету и анализу деятельности организации; З 2.7.2 схемы формирования и анализа		
--	--	---	--	--

		основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа; 3 2.7.3 основные решения, принимаемые менеджментом в рамках управления эффективностью бизнеса; 3 2.8.1 методы оценки риска, связанных с бизнесом; 3 2.8.2 основные способы анализа и оценки рисков; 3 2.8.3 меры снижения рисков, связанных с бизнесом. Тематический план Раздел 1. Технология проведения маркетинговых исследований Тема 1.1 Понятия и сущность маркетинговых исследований Тема 1.2 Сущность и содержание маркетинговой информационной системы Тема 1.3 Типы маркетинговых исследований Тема 1.4 Технология проведения маркетинговых исследований внешней и внутренней среды Тема 1.5 Основные понятия и методы кабинетных маркетинговых исследований Тема 1.6 Основные понятия и методы полевых маркетинговых исследований Тема 1.7 Система выборочных маркетинговых исследований Тема 1.8 Обработка результатов маркетинговых исследований Тема 1.9 Оформление отчета маркетинговых исследований Раздел 2. Ценообразование в торговой деятельности Тема 2.1 Цена как экономическая категория Тема 2.2 Методы ценообразования Тема 2.3 Основные ценообразующие факторы, учитываемые при формировании цен торговых предприятий Тема 2.4 Особенности ценообразования в сфере торговли, в том числе в электронной торговле Тема 2.5 Торговая надбавка и методы ее определения Тема 2.6 Политика цен и стратегия ценообразования Тема 2.7 Методы ценового стимулирования продаж Тема 2.8 Ценообразование во внешнеэкономической деятельности Тема 2.9 Налоги и ценообразование Тема 2.10 Государственная политика и ценообразование Раздел 3. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы Тема 3.1 Предпринимательская идея и ее		
--	--	---	--	--

		выбор Тема 3.2 Технология, основные принципы и структура управления бизнесом Тема 3.3 Бизнес-план и его роль в современном предпринимательстве Тема 3.4 Структура и функции бизнес-плана Тема 3.5 Основные источники финансирования предпринимательской единицы Тема 3.6 Анализ и оценка рисков Тема 3.7 Технология разработки разделов бизнес-плана предпринимательской единицы Тема 3.8 Финансовое моделирование деятельности предпринимательской единицы Тема 3.9. Методы оценки эффективности инвестиционного проекта Тема 3.10. Современные программные продукты, используемые для разработки и презентации бизнес-плана/инвестиционного проекта		
ПМ.03	Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору)		296	ОК 01-04, 09 ПК 3.1 - 3.6
МДК.03.01	Технология интернет-маркетинга	В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен владеть навыками:	84	
МДК.03.02	Основы веб-аналитики	Н 3.1.1 проведения технического анализа аудируемого веб-сайта	56	
УП.03.01	Учебная практика	Н 3.1.2 проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта	36 (1 нед.)	
ПП.03.01	Производственная практика	Н 3.2.1 анализа поисковой выдачи; Н 3.2.2 анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» Н 3.3.1 подготовки и оформления заявочной документации участника торгово-промышленной выставки; Н 3.3.2 организации контроля осуществления оплаты в соответствии с условиями договора Н 3.4.1 размещения рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет»; Н 3.4.2 определения стратегии продвижения в социальных сетях Н 3.5.1 разработки лендинга Н 3.5.2 составления технических заданий в соответствии с требованиями заказчика Н 3.6.1 анализа показателей эффективности проведения рекламной кампании; Н 3.6.2 составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории уметь: У 3.1.1 выявлять технические ошибки в работе веб-сайта У 3.1.2 документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта У 3.1.3 формулировать предложения по	108 (3 нед.)	

		исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити) У 3.1.4 выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов У 3.1.5 выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины У 3.1.6 использовать инструменты для проведения технического аудита У 3.2.1 определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче; У 3.2.2 составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи; У 3.2.3 актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет"; У 3.2.4 анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины; У 3.2.5 составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; У 3.2.6 анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта; У 3.2.7 анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию У 3.3.1 оформлять заявочную документацию для регистрации организации в качестве участника торгово-промышленной выставки; У 3.3.2 оформлять участникам торгово-промышленной выставки документов на оплату их участия; У 3.3.3 организовывать контроль осуществления оплаты в соответствии с условиями договора У 3.4.1 разрабатывать уникальные торговые предложения; разрабатывать рекламные модули; У 3.4.2 создавать стратегии продвижения; сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов; У 3.4.3 обосновывать выбор целевой аудитории; создавать тексты и рекламные слоганы; У 3.4.4 определять маркетинговые стратегии; У 3.4.5 составлять smm-стратегии; У 3.4.6 составлять контент-планы; У 3.4.7 создавать стратегии продвижения;		
--	--	--	--	--

		У 3.4.8 сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов У 3.5.1 создавать тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций; У 3.5.2 различать виды текстов; У 3.5.3 рассчитать бюджет на создание лендинга; У 3.5.4 писать технические задания на создание лендинга для сторонних организаций; У 3.5.5 определять СТА для лендингов; работать с бесплатными сервисами создания лендингов; У 3.5.6 создавать уникального торгового предложения для определенных задач; работать с сервисами рассылок У 3.6.1 составлять информационно-аналитические справки; У 3.6.2 оформлять отчетные документы знать: З 3.1.1 основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов З 3.1.2 основы веб-технологии З 3.1.3 основы веб-дизайна З 3.1.4 методы обработки текстовой информации З 3.1.5 основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита З 3.1.6 правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации З 3.1.7 основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин З 3.1.8 способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта З 3.1.9 особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов З 3.1.10 особенности функционирования современных поисковых машин З 3.1.11 правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта З 3.2.1 внутренние ошибки веб-сайта, влияющие на результат работы поисковых машин, и способы устранения ошибок; З 3.2.2 особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов; З 3.2.3 правила составления и критерии качества списка ключевых слов и словосочетаний; З 3.2.4 стандарты делового общения в письменной и устной форме; З 3.2.5 особенности функционирования современных поисковых машин;		
--	--	---	--	--

		3 3.2.6 правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта; 3 3.2.7 правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы); 3 3.2.8 методы обработки текстовой и графической информации; 3 3.2.9 основы копирайтинга и веб-райтинга 3 3.3.1 алгоритм подготовки и оформления заявочной документации для регистрации организации в качестве участника торгово-промышленной выставки; 3 3.3.2 правила оформления и предоставления участникам торгово-промышленной выставки документов на оплату их участия; 3 3.3.3 методы контроля осуществления оплаты в соответствии с условиями договора 3 3.4.1 перечень (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети Интернет; 3 3.4.2 особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа; 3 3.4.3 правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов 3 3.5.1 основы разработки и поддержки сайтов/лендингов; 3 3.5.2 основы гипертекстовой разметки; 3 3.5.3 стандарты верстки веб-сайтов; 3 3.5.4 принципиальные отличия лендингов от сайтов; 3 3.5.5 сервисы для автоматизации рассылок 3 3.6.1 методы обработки текстовой информации; 3 3.6.2 методы обработки графической информации. Тематический план Раздел 1. Технология интернет-маркетинга Тема 1.1 Интернет-маркетинг как новая форма организации рыночной деятельности Тема 1.2 Проведение маркетинговых исследований в сети «Интернет» Тема 1.3 Разработка стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализация в сети «Интернет» Тема 1.4 Организация и проведение рекламных кампаний в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество Тема 1.5 Анализ эффективности в интернет-маркетинге Тема 1.6 Участие в торгово-промышленной выставке Раздел 2 Основы веб-аналитики Тема 2.1 Основы веб-аналитики		
--	--	--	--	--

		Тема 2.2 Анализ готовности веб-сайта к продвижению Тема 2.3 Анализ интернет-пространства и поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»		
ПМ.04	Освоение профессий рабочих, должностей служащих		154	ОК 01 – 04, 09 ПК 4.1 – 4.8
МДК.04.01	Выполнение работ по профессии 20032 Агент рекламный	В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен иметь практический опыт: Н.4.1.1 Креативного мышления, аналитическими навыками	30	
МДК.04.02	Выполнение работ по должности 23369 Кассир	Н4.2.1 Медиапланирования, пользования инструментами и программами для создания рекламных кампаний Н4.3.1 Креативного мышления, аналитическими навыками оформления и создания текстов	40	
УП.04.01	Учебная практика	Н.4.4.1 Выполнения рабочие операции с денежными средствами и ценными бумагами Н.4.5.1 Ведения кассовую книгу с собственной кассовой отчетностью Н.4.6.1 Определения платежности денежных средств Н.4.7.1 Подготовки денежные средства и ценные бумаги для инкассации Н.4.8.1 Осуществления полного цикла рабочих операций на основных видах контрольно-кассовой техники уметь: У4.1.1. разделять целевую аудиторию по местоположению, потребностям; У4.1.2. Определять темы и цели рекламной компании У4.1.3. находить и отбирать нужные рекламные идеи У4.2.1 контактировать с заказчиками рекламного продукта и вести переговоры с заказчиком; У4.2.2 осуществлять в качестве посредника работы по предоставлению рекламных услуг; У4.2.3 контактировать с производителями рекламы по вопросам производства и размещения У4.3.1. пользоваться специализированным программным обеспечением для обработки графических изображений; У4.3.2 использовать технологии цифровой фотографии; У4.3.3. применять средства связи и вычислительные средства У4.3.4. участвовать в рекламных акциях в качестве исполнителя. У4.3.5. создавать тексты для сайтов, лендингов, презентаций У4.4.1. применять нормативное регулирование	72 (2 нед.)	

		учета кассовых операций; У4.4.2. оформлять кассовые ордера У.4.4.3 формировать кассовые чеки У4.5.1. вести учет и обеспечивать сохранность денежных средств У4.5.2 выдавать денежные средства и ценные бумаги рабочим и служащим в виде заработной платы, премии и оплаты других расходов У4.5.3. вести кассовую книгу и другую рабочую документацию кассира У4.6.1. осуществлять контроль платежности денежных средств, ценных бумаг; У4.6.2 определять платежность денежных средств и ценных бумаг У4.6.3. оформлять документы по списанию ветхих купюр и передавать их в банк для замены; У4.7.1. составлять покупную опись наличных денежных средств, препроводительную ведомость У4.8.1. выполнять все виды рабочих операций на контрольно-кассовой технике знать: 34.1.1. Понятие «целевая аудитория» 34.1.2. методы и виды целевой аудитории 34.1.3. виды рекламной деятельности 3.4.1.4 факторы и методы воздействия рекламы на человека; 34.2.1. направления рекламной работы; 34.2.2 содержание рекламной информации; 34.2.3. основные виды производства рекламного продукта 34.3.1. содержание рекламной информации 34.3.2. применяемые средства рекламы 34.3.3. правила составления текстов рекламных объявлений 34.3.4. основы цифровой фотографии 34.3.5. средства информационно-коммуникационного обеспечения; 34.3.6. способы создания текстов для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций 34.4.1. нормативно-правовые акты, положения и инструкции по ведению кассовых операций; 3.4.4.2 организацию рабочего места кассира; 3.4.4.3 правила приема, выдачи, учета и сохранности денежных средств и ценных бумаг 34.5.1. порядок оформления приходных и расходных документов; 34.5.2 порядок ведения кассовой книги, составления кассового отчета 34.6.1. определение платежности денежных средств и ценных бумаг 34.7.1 нормативные документы, регламентирующие сохранность, передачу и		
--	--	---	--	--

		транспортировку денежных средств и ценных бумаг 34.8.1. алгоритм работы кассира на ККТ; 34.8.2. правила техники безопасности при работе с вычислительной техникой Тематический план Раздел 1. Выполнение работ по профессии 20032 Агент рекламный Тема 1.1 Изучение рыночного сегмента и целевой аудитории Тема 1.2 Рекламная деятельность Тема 1.3 Организация размещения рекламы Тема 1.4 Рекламные технологии в сети Интернет Раздел 2. Выполнение работ по должности 23369 Кассир Тема 1.1 Требования кассовой дисциплины для предприятий Тема 1.2. Применение контроль-кассовой технике при расчетах с населением Тема 1.3 Правила эксплуатации и порядок работы на контроль-кассовой технике		
--	--	---	--	--