

ДЕПАРТАМЕНТ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ
«ТЮМЕНСКИЙ ТЕХНИКУМ ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ, КОММЕРЦИИ И СЕРВИСА»
МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЙ ЦЕНТР КОМПЕТЕНЦИЙ В ОБЛАСТИ ИСКУССТВА,
ДИЗАЙНА И СФЕРЫ УСЛУГ

Приложение № __
к ОП СПО по специальности
38.02.08 Торговое дело

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ**


по специальности 38.02.08 Торговое дело


Тюмень 2026

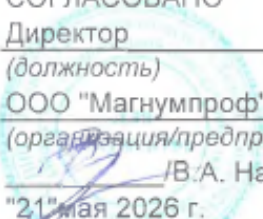
Рабочая программа профессионального модуля разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденного приказом Минпросвещения России от 19.07.2023 N 548, зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 22.08.2023 года, № 74906.

Разработчики: И. В. Нагорнова., преподаватель высшей квалификационной категории, Бикташев В. В., преподаватель

Рассмотрено и одобрено
на заседании ПЦК ЭУиК
Протокол № 10 от 21.05.2026г.
Председатель ПЦК


И. В. Нагорнова
подпись

СОГЛАСОВАНО
Директор
(должность)
ООО "Магнумпроф"
(организация/предприятие)

/В.А. Нагорнов
"21" мая 2026 г.



СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	25
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	27

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности ПМ.02 «Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1 Перечень общих компетенций

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

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 2	Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли
ПК 2.1	Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга
ПК 2.2	Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации
ПК 2.3	Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий
ПК 2.4	Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках
ПК 2.5	Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов
ПК 2.6	Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов
ПК 2.7	Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности
ПК 2.8.	Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Навыки	Характеристика навыков, знаний и умений
Владеть навыками	<ul style="list-style-type: none"> – выявления проблем и формулирования целей исследования; – планирования проведения маркетингового исследования; – определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования; – подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования; – поиска первичной и вторичной маркетинговой информации; – подготовки процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования; – проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга; – разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации; – применения программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации; – применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации; – проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий; – проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий; – установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках; – применения норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; – использования информации специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана; – разработки бизнес-плана и финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов; – расчёта показателей эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов; – определения мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности; – сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы.
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> – применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; – определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования; – составлять комплексный план проведения маркетингового исследования; – анализировать текущую рыночную конъюнктуру; – составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования; – проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;

	<ul style="list-style-type: none"> – обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций; – использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков; – обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных; – анализировать текущую рыночную конъюнктуру; – применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; – развивать идеи до бизнес-предложений; – оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке; – оценивать риски, связанные с бизнесом; – анализировать бизнес-концепции; – предлагать идеи для дальнейшего развития; – применять методы принятия оптимальных решений; – находить аргументы в пользу идей; – принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели; – обосновывать и оценивать цели и ценности; – представлять идеи, дизайн, видения и решения; – применять при разработке бизнес-плана специализированные программные продукты; – использовать для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии; – создавать деловые электронные презентации – собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации; – использовать методы экономического анализа; – анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов; – оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами; – разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда; – оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации; – предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации; – собирать информацию о бизнес-проблемах; – анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков.
Знать	<ul style="list-style-type: none"> – составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; – методы изучения рынка, анализа окружающей среды; – порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен; – этапы маркетинговых исследований, их результат; – методы проведения маркетингового исследования; – психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях; – средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики;

	<ul style="list-style-type: none"> – порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен; – виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности; – методы оценки конкурентной среды; – нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; – роль и значение бизнес-плана; – основные функции бизнес-плана; – классификацию основных типов бизнес-планов; – методологию и процессы развития бизнес-идеи; – порядок разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью; – принципы и методы управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий; – методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений; – методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов; – методы, способы и приемы для решения задач по анализу; – типы факторных моделей; – схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа; – методику анализа эффективности использования производственных ресурсов – методические материалы по планированию, учету и анализу деятельности организации; – спектр специализированных программных продуктов; – интерфейс автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации; – инновационные средства и устройства информатизации, программное обеспечение в предпринимательской деятельности и порядок их применения; – риски: понятия и видов; – методы оценки риска, связанных с бизнесом; – меры снижения риска, связанных с бизнесом; – методы оценки выполнимости бизнес-идеи; – основные способы анализа и оценки рисков; – состав моделей оценки риска; – способы оценки риска ликвидности.
--	---

1.1.4 Целевые ориентиры воспитания выпускников образовательной организации, реализующей программы СПО

Целевые ориентиры	Обозначение
Профессионально-трудовое воспитание	
Понимающий профессиональные идеалы и ценности, уважающий труд, результаты труда, трудовые достижения российского народа, трудовые и профессиональные достижения своих земляков, их вклад в развитие своего поселения, края, страны.	ЦО 26
Участвующий в социально значимой трудовой и профессиональной деятельности разного вида в семье, образовательной организации, на	ЦО 27

базах производственной практики, в своей местности.	
Выражающий осознанную готовность к непрерывному образованию и самообразованию в выбранной сфере профессиональной деятельности.	ЦО 28
Понимающий специфику профессионально-трудовой деятельности, регулирования трудовых отношений, готовый учиться и трудиться в современном высокотехнологичном мире на благо государства и общества.	ЦО 29
Ориентированный на осознанное освоение выбранной сферы профессиональной деятельности с учётом личных жизненных планов, потребностей своей семьи, государства и общества.	ЦО 30
Обладающий сформированными представлениями о значении и ценности выбранной профессии, проявляющий уважение к своей профессии и своему профессиональному сообществу, поддерживающий позитивный образ и престиж своей профессии в обществе.	ЦО 31
Демонстрирующий готовность к участию в инновационной деятельности Тюменского региона	ЦО 55
Осознающий необходимость самообразования и стремящийся к профессиональному развитию по выбранной профессии	ЦО 56
Демонстрирующий готовность поддерживать партнерские отношения с коллегами, работать в команде	ЦО 57
Мобильно реагирующий на появление новых форм трудовой деятельности, способный к их освоению	ЦО 58
Экологическое воспитание	
Имеющий и развивающий опыт экологически направленной, природоохранной, ресурсосберегающей деятельности, в том числе в рамках выбранной специальности, способствующий его приобретению другими людьми	ЦО 35
Ценности научного познания	
Демонстрирующий навыки критического мышления, определения достоверности научной информации, в том числе в сфере профессиональной деятельности.	ЦО 38
Умеющий выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	ЦО 39
Использующий современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.	ЦО 40

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов 448:

в том числе в форме практической подготовки 232 часов:

из них на освоение МДК – 370 часов.

в том числе самостоятельная работа - 44 часа

практики, в том числе учебная - 36 часов.

производственная - 36 часов.

Промежуточная аттестация- экзамен, дифференцированные зачеты.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура профессионального модуля

Коды профессиональных общих компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего, час.	в т.ч. в форме практической подготовки	Объем профессионального модуля, ак. час.						
				Обучение по МДК					Практики	
				Всего	в том числе				Учебная	Производственная
Практических и лабораторных занятий	Курсовых работ	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация							
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09	МДК 02.0 1. Технология проведения маркетинговых исследований	74		74	42		2	Э		
ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5 ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09	МДК 02.0 2. Ценообразование в торговой деятельности	126		126	42	20	2	Э КР		
ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8, ОК 01, ОК 02, ОК 03, ОК 04, ОК 05, ОК 07, ОК 09	МДК 02.0 3. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы	134		134	76		4	ДЗ		
ПК 2.1 - ПК 2.8	Учебная практика	36	36					ДЗ	36	
ПК 2.1 - ПК 2.8	Производственная практика	36	36					ДЗ		36
	Всего	448	232	370	160	20	44		36	36

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная учебная работа обучающихся.	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч
1	2	3
МДК 02.01 Технология проведения маркетинговых исследований		74
Тема 1. Понятия и сущность маркетинговых исследований	Содержание	
	1. Цели, задачи и функции маркетинговых исследований. Предмет, объект и основные направления маркетинговых исследований. Понятие и роль маркетинговых исследований в системе маркетинга.	
	2. Основные этапы становления и развития маркетинговых исследований. Разработка исследований, сбор данных, анализ данных, формирование основных выводов и интерпретация результатов.	2
	3. Основные понятия, цели и задачи проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга. Принципы маркетинговых исследований.	
	Практические занятия	
	Практическое занятие 1. Построение дерева целей маркетинговых исследований.	2
	Практическое занятие 2. Постановка цели и определение задач маркетинговых исследований на предприятиях торговли. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач.	2
Тема 2. Сущность и содержание маркетинговой информационной системы	Содержание	
	1. Основные понятия и принципы маркетинговой информационной системы.	
	2. Структура и основные этапы проведения маркетингового исследования.	2
	Практические занятия Практическое занятие 3. Выявление проблемы и определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли (предприятие определяется по выбору студентов).	2
Тема 3. Типы маркетинговых исследований	Содержание	
	1. Поисковые, описательные и пояснительные исследования. Качественные и количественные маркетинговые исследования. Постоянные и разовые исследования	2
	Практические занятия Практическое занятие 4. Определение типа маркетингового исследования по выявленным	2

	проблемам деятельности торговой организации.	
	Практическое занятие 5. Сравнительная характеристика типов маркетингового исследования. Их преимущества и недостатки, области применения.	2
Тема 4. Технология проведения маркетинговых исследований внешней и внутренней среды	Содержание	
	1. Методы маркетинговых исследований определения емкости целевого рынка: источники получения маркетинговой информации и способы анализа спроса, в том числе в Яндекс.Вордстат и GoogleTrends. Методы маркетинговых исследований определения рисков бизнеса, оценки внешней среды компании: PEST-анализ. SWOT – анализ – метод маркетингового исследования внешней и внутренней среды компании.	2
	2. Методы оценки конкурентной среды и конкурентоспособности товара	
	Практические занятия	
	Практическое занятие 6. Определение емкости целевого рынка предприятия торговли с использованием программных продуктов (предприятие определяется по выбору обучающихся).	2
	Практическое занятие 7. Решение ситуационных задач методом PEST-анализа и методом SWOT-анализа	2
Тема 5. Основные понятия и методы кабинетных маркетинговых исследований	Содержание	
	1. Сущность кабинетных маркетинговых исследований и их характеристика.	
	2. Методы кабинетных маркетинговых исследований: традиционный (классический) анализ; контент-анализ документов; информативно-целевой анализ	2
	Практические занятия	
	Практическое занятие 8. Определение рыночной доли присутствия торгового предприятия традиционным методом исследования (предприятие определяется по выбору обучающихся).	2
	Практическое занятие 9. Оценка финансовых показателей деятельности торговой организации по данным финансовой отчетности, как источник информации для оценки внутренней среды торгового предприятия.	2
Тема 6. Основные понятия и методы полевых маркетинговых исследований	Содержание	
	1. Наблюдение как важнейший метод сбора маркетинговой информации. Методы сбора первичной информации (анкетирование, экспертные оценки, телефонное интервью, групповое интервью (фокус-групп)).	2
	2. Панельные исследования. Экспериментальные (опытные) исследования. Проективные методы исследований. Проведение исследований методом Eyetracking (АйТрекинг).	
	Практические занятия	
	Практическое занятие 10. Определение круга вопросов. Выбор типа анкет. Составление анкет с целью проведения маркетингового исследования	2
Тема 7. Система выборочных маркетинговых исследований	Содержание	
	1. Основные понятия, используемых при проведении выборочных исследований. Виды выборки	2
	2. Основные этапы проектирования и определения объема выборки.	
	Практические занятия	
	Практическое занятие 11. Построение программы выборочного маркетингового исследования. Сбор информации для проведения выборочного исследования.	2

Тема 8. Обработка результатов маркетинговых исследований	Содержание		
	1. Методы обработки данных маркетинговых исследований	2	
	2. Программные продукты, используемые при обработке данных результатов маркетинговых исследований		
	Практические занятия		
	Практическое занятие 12. Обработка результатов маркетинговых исследований с применением программных продуктов	2	
	Практическое занятие 13. Обработка результатов маркетинговых исследований с применением программных продуктов	2	
	Практическое занятие 14. Выявление конкурентов исследуемого торгового предприятия. Определение конкурентных преимуществ исследуемого торгового предприятия на внутреннем и внешних рынках	2	
Практическое занятие 15. Выявление конкурентов исследуемого торгового предприятия. Определение конкурентных преимуществ исследуемого торгового предприятия на внутреннем и внешних рынках	2		
Тема 9. Оформление отчета маркетинговых исследований	Содержание		
	1. Содержание и структура отчета маркетинговых исследований.	2	
	2. Оформление и методы презентации отчета с помощью цифровых технологий.		
	Практические занятия		
	Практическое занятие 16. Подготовка отчета по результатам маркетингового исследования.	2	
	Практическое занятие 17. Подготовка отчета по результатам маркетингового исследования.	2	
	Практическое занятие 18. Презентация отчета результатов маркетингового исследования с использованием программных продуктов	2	
Практическое занятие 19. Презентация отчета результатов маркетингового исследования с использованием программных продуктов	2		
Тема 10. Планирование маркетинга	цифрового	Содержание	
		1. Система цифровой стратегии для бизнеса	4
		2. Процесс выявления, формулирования и реализации цифровых возможностей, которые определяют для организации конкурентные преимущества	
		Практические занятия	
		Практическое занятие 20. Составить план достижения целей компании с помощью цифровых инструментов	2
Практическое занятие 21. Определения маркетинговых инструментов с учетом цифровых технологий, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования. Их описание и назначение в ходе проведения маркетингового исследования	2		
Консультация		2	
Форма аттестации: экзамен		6	
МДК 02.02. Ценообразование в торговой деятельности		126	
Тема 1. Цена как экономическая категория	Содержание		
	1. Понятие цены. Теоретические концепции цены.	4	
	2. Виды и функции цен		

	3. Конкурентные и монопольные цены.	
	4. Особенности формирования цен на факторы производства	
	5. Состав и структура цены.	
	Практическое занятие	
	Практическое занятие 1. Решение задач на определение цены с учетом ее структуры	2
	Практическое занятие 2. Решение задач на формирования цен на факторы производства	2
Тема 2. Отраслевые особенности ценообразования	Содержание	
	1. Формы и методы государственного регулирования цен	4
	2. Инфляция: понятие, виды, методы измерения и анализа и ее влияние на цену	
	3. Трансфертное ценообразование и контролируемые сделки	
	Практическое занятие	
	Практическое занятие 3. Мировая цена, ее определение и виды. Цены международных контрактов.	2
Практическое занятие 4. Методы измерения инфляции и анализа и ее влияние на цену	2	
Тема 3. Методы ценообразования	Содержание	
	1. Товарная и ценовая политика предприятия	4
	2. Механизм установления цены	
	3. Затратные методы ценообразования	
	4. Определение цены с ориентацией на спрос	
	5. Определение цены с ориентацией на конкуренцию	
	6. Особенности ценообразования на новые товары и научно-техническую продукцию	
	Практическое занятие	
	Практическое занятие 5. Решение задач на расчет цены изготовителя методом полных затрат	2
	Практическое занятие 6. Решение задач на расчет цены изготовителя методом стандартных полных затрат	2
	Практическое занятие 7. Решение задач на расчет цены методом удельной цены	2
	Практическое занятие 8. Расчет цены агрегатным методом и методом регрессии	2
	Самостоятельная работа	
Самостоятельная работа 1. Расчет на определение ставки и суммы налога на добавленную стоимость и акцизов. Расчет цены с НДС по разным ставкам.	2	
Тема 4. Основные ценообразующие факторы, учитываемые при	Содержание	
	1. Структура рынка	4
	2. Конкурентная среда	

формировании цен торговых предприятий	3. Тип товара и эластичность спроса.	
	4. Ценность товара и прочие факторы, влияющие на ценообразование	
	Практическое занятие	
	Практическое занятие 9. Решение задач на определение коэффициента эластичности спроса от цены. Расчет цены методом максимизации продаж с учетом эластичности спроса	2
	Практическое занятие 10. Решение задач на определение максимально допустимой цены на единицу продукции	2
	Практическое занятие 11. Особенности формирования цен на автотранспортные услуги	2
Тема 5. Особенности ценообразования в сфере торговли, в том числе в электронной торговле	Содержание	
	1. Экономическое содержание торговой услуги	4
	2. Особенности ценообразования в сфере услуг	
	3. Классификация торговых услуг	
	4. Цены на отдельные виды услуг	
	Практическое занятие	
	Практическое занятие 12. Решение задач на определение цены на отдельные виды торговых услуг:	2
Практическое занятие 13. Расчет цен на товары в оптовой, закупочной, розничной, электронной торговле.	2	
Тема 6. Торговая надбавка и методы ее определения	Содержание	
	1. Понятие, структура и регулирование торговой надбавки (структура торговых надбавок, издержки обращения)	4
	2. Затратное ценообразование	
	3. Рыночные методы ценообразования. Методы ценообразования с ориентацией на покупателя. Ценообразование с учетом конкуренции.	
	Практическое занятие	
	Практическое занятие 14. Решение задач на расчет цены методом вмененной потребительской оценки. Расчет торговых надбавок	2
Практическое занятие 15. Расчет цены балловым методом. Прочие методы ценообразования	2	
Тема 7. Политика цен и стратегия ценообразования	Содержание	
	1. Понятие политики цен.	4
	2. Принципы и методы формирования ценовой политики на предприятиях торговли	
	3. Психологические аспекты ценообразования и основы принятия ценовых решений	
	4. Основные ценовые стратегии предприятий торговли	
	5. Прочие элементы комплекса маркетинга и их влияние на цену	

	6. Имидж торгового предприятия и репутация торгового персонала, их влияние на политику и стратегии ценообразования	
	Практическое занятие	
	Практическое занятие 16. Решение задач на определение ценовой стратегии	2
	Практическое занятие 17. Оценка качества сервиса как основа формирования ценовой политики и стратегии торговых предприятий	2
Тема 8. Методы ценового стимулирования продаж	Содержание	
	1. Понятие и цели ценового стимулирования продаж	4
	2. Методы стимулирования продаж	
	3. Скидки и надбавки к цене	
	4. Причины и условия изменения текущих цен	
	5. Оценка ценовых решений в торговле	
	Практическое занятие	
Практическое занятие 17. Решение задач на оценку целесообразности и эффективности ценовых мероприятий по стимулированию продаж	2	
Практическое занятие 18. Система определения скидок от цены продаж и покупок. Предложения скидок при разработке программы лояльности для постоянных покупателей	2	
Тема 9. Ценообразование во внешнеэкономической деятельности	Содержание	
	1. Внешнеторговые операции и ценообразование	4
	2. Экспортно-импортные цены	
	3. Таможенные пошлины и тарифы	
	4. Порядок исчисления таможенных пошлин	
	Практическое занятие	
	Практическое занятие 19. Расчет эффективности сделки на основе экспортно-импортных цен	2
Практическое занятие 20. Порядок исчисления таможенных пошлин и заполнение таможенной декларации	2	
Тема 10. Маркетинговая стратегия ценообразования	Содержание	
	1. Психологические аспекты ценового поведения покупателей	4
	2. Карты позиционирования	
	Практическое занятие	
Практическое занятие 21. Особенности формирования политики цен цифровой экономики	2	
Тема 11. Формирование стоимости товаров в интернет-магазине	Содержание	
	1. Особенности формирования затрат в электронном ценообразовании	4
	2. Факторы, влияющие на предпочтения потребителей; риски	
Тема 12. Разработка ценовой стратегии	Содержание	
	1. Сформулировать ценовые стратегии в зависимости от целей фирмы	4

	2.Сформулировать ценовые стратегии в зависимости от направленности привлечения покупателей; использовать информационные технологии	
Тема 13. Налоги и ценообразование	Содержание	
	1. Налоги в составе цены	4
	2. Акцизы	
	3. Налог на добавленные стоимость	
4. Налоговый контроль за ценообразованием.		
Тема 14. Государственная политика и ценообразование	Содержание	
	1. Государственная ценовая политика и регулирование цен	2
	2. Государственный контроль ценообразования и применения цен	
3. Единая тарифная политика базовых отраслей Российской Федерации		
Консультация		2
Форма аттестации: экзамен		6
Примерная тематика курсовых работ по МДК 02.02		20
1.	Инфляция: понятие, виды, методы измерения и анализа и ее влияние на цену	
2.	Отраслевые особенности ценообразования	
3.	Прибыль предприятия как составная часть цены	
4.	Ценообразующие факторы , понятие и влияние на цену	
5.	Понятие ценовой политики. Принципы ценообразования	
6.	Понятие ценовой стратегии и ее виды	
7.	Акциз как составляющая цены. Порядок исчисления	
8.	Конкуренция и ее влияние на цену	
9.	Ценообразование в торговле	
10.	Себестоимость продукции как составная часть цены. Ее виды и статьи затрат.	
11.	Прямые и косвенные методы государственного регулирования цен.	
12.	Ценообразование на рынке строительных услуг.	
13.	Мировая цена, ее определение и виды. Цены международных контрактов.	
14.	Ценообразование в общественном питании.	
15.	Затратные и эконометрические методы ценообразования.	
16.	Закон спроса и предложения и его влияние на цену.	
17.	Налог на добавленную стоимость как составляющая часть цены.	
18.	Порядок формирования цен на импортные товары.	
19.	Особенности формирования цен на автотранспортные услуги.	
20.	Таможенные пошлины. Виды, порядок исчисления и взимания.	
21.	Таможенная стоимость и ее исчисление в практике ценообразования.	
22.	Методы ценового стимулирования продаж	
23.	Трансфертное ценообразование и контролируемые сделки	
24.	Ценообразование по внешнеторговым сделкам	
25.	Имидж торгового предприятия и репутация торгового персонала, их влияние на политику и стратегии ценообразования	

МДК 02.03. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы		150
Тема 1. Предпринимательская идея и ее выбор	Содержание	
	1. Понятие и содержание предпринимательства. Деловые интересы в предпринимательстве. Предпринимательская идея и ее выбор Источники формирования предпринимательских идей. Методы выработки предпринимательских идей.	4
	2. Процесс генерации предпринимательской идеи. Общая схема предпринимательских действий. Основные типы ключевых факторов успеха.	
	3. Основные стадии жизненного цикла товара: генерирование деловой идеи, экспертная оценка идей, сбор и анализ рыночной информации, экспертная оценка информации, полученной в процессе осмысления идеи, принятие предпринимательского решения	
	Практическое занятие	
	Практическое занятие 1. Изучение новых конкурентных бизнес-идей новых форматов торговых предприятий в России и за рубежом	2
	Практическое занятие 2. Экспертиза идей на основе SMART– критерий	2
	Практическое занятие 3. Проанализируйте деловой климат страны. Составьте аналитический обзор	2
	Практическое занятие 4. Разработка товарной модификации, ввод товара.	2
Самостоятельная работа		
Самостоятельная работа 1. Программы государственной поддержки предпринимательской деятельности в Тюмени и Тюменской области	2	
Тема 2. Технология управления бизнесом	Содержание	
	1. Основные понятия, категории и объекты управления бизнесом.	4
	2. Система управления: субъект, объект, прямые и обратные связи. Понятие предпринимательской единицы	
	Практическое занятие	
	Практическое занятие 5. Сбор информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы	2
Практическое занятие 6. Бизнес-процессы в организации и их взаимосвязь	2	
Тема 3. Принципы и структура управления бизнесом	Содержание	
	1. Понятие организационной структуры управления предпринимательской единицей. Факторы, определяющие выбор типа организационных структур управления.	4
	2. Информационные и технические средства управления бизнесом. Показатели оценки эффективности управления бизнесом.	
	Практическое занятие	
	Практическое занятие 7. Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы	2
	Практическое занятие 8. Расчет показателей оценки эффективности управления бизнесом.	2
Самостоятельная работа		

	Самостоятельная работа 2. Организационные коммуникации и организационная культура	2
Тема 4. Бизнес-план и его роль в современном предпринимательстве	Содержание	
	1. Бизнес-планирование как элемент экономической политики организации. Основные цели составления бизнес-плана. Финансовые цели бизнес-планирования	4
	2. Классификация основных типов бизнес-планов. Основные цели составления внутренних бизнес-планов	
	Практическое занятие	
	Практическое занятие 9. Составление визитки команды. Влияние визитки команды, имиджа и деловой репутации разработчиков бизнес-плана на принятие решения инвестора.	2
	Практическое занятие 10. Определение миссии, цели, задачи бизнеса. Определение формы ведения предпринимательской деятельности.	2
	Практическое занятие 11. Определение типов бизнес-плана	2
Тема 5. Структура и функции бизнес-плана	Содержание	
	1. Основные функции бизнес-плана. Основные правила и схема построения процесса разработки бизнес-плана.	2
	2. Технология разработки и структура бизнес-плана	
	Практическое занятие	
	Практическое занятие 12. Формирование и описание бизнес-идеи	2
	Практическое занятие 13. Первоначальная подготовка резюме бизнес-плана. Инвестиционное предложение.	2
	Самостоятельная работа	
Самостоятельная работа 4. Компьютерные программные продукты, используемые в бизнес-планировании	2	
Тема 6. Основные источники финансирования предпринимательской единицы	Содержание	
	1. Источники финансирования и анализ инвестиций в структуре бизнес-плана.	4
	2. Основные источники финансирования предпринимательской единицы: банковские и коммерческие кредиты, лизинг, франчайзинг	
	3. Венчурное финансирование. Бизнес-ангелы	
	Практическое занятие	
	Практическое занятие 14. Расчет размеров выплат по процентным ставкам кредитования	2
	Практическое занятие 15. Расчет размеров выплат по лизинговым операциям, договорам франчайзинга	2
	Самостоятельная работа	
Самостоятельная работа 5. Государственное регулирование инвестиционной деятельности.	2	
Тема 7. Налогообложение предпринимательской единицы	Содержание	
	1. Система налогов и сборов Российской Федерации	4
	2. Виды систем налогообложения в России	
	3. Налоговое планирование как источник финансирования предпринимательской единицы	
	Практическое занятие	
Практическое занятие 16. Выбор системы налогообложения для ведения бизнеса.	2	

	Практическое занятие 17. Расчет налогового бремени	2
Тема 8. Управление рисками в бизнесе	Содержание	
	1. Виды предпринимательских рисков.	4
	2. Принципы управление рисками	
	Практическое занятие	
	Практическое занятие 18. Применение PEST – анализа с целью определения предпринимательских рисков.	2
Практическое занятие 19. Построение карты риска	2	
Тема 9. Анализ рисков в бизнесе	Содержание	
	1. Экспертный анализ рисков. Количественный анализ риска. Методика оценки предпринимательских рисков.	4
	2. Модель Остервальдера и Пинье.	
	3. Страхование рисков и иные способы минимизации рисков.	
	Практическое занятие	
Практическое занятие 20. Выбор форм страхования предпринимательских рисков.	2	
Тема 10. Технология разработки разделов бизнес-плана предпринимательской единицы	Содержание	
	1. Общая характеристика бизнеса, описание предпринимательской единицы. Описание модели Остервальдера для разработки бизнес-моделей.	4
	2. Краткая характеристика проекта. Описание бизнес-идеи. Матрица Ансоффа и стратегии роста бизнеса.	
	3. Факторы инвестиционной привлекательности бизнес-проекта.	
	4. План маркетинга. Применение метода 5W Шеррингтона для сегментации рынка. Сегменты рынка B2B, B2C, B2G, C2C, их характеристика и отличия. Характеристика рынков сбыта.	
	5. Производственный и организационный план.	
	6. Финансовый план.	
	7. Резюме бизнес-плана.	
	Практическое занятие	
	Практическое занятие 21. Описание предпринимательской единицы/компании/бизнеса.	2
	Практическое занятие 22. Разработка логотипа фирмы и составление слогана с применением специализированных цифровых инструментов.	2
	Практическое занятие 23. Оценка целевого рынка. Применение метода 5W Шеррингтона для определения целевой аудитории.	2
	Практическое занятие 24. Составление анкеты для опроса потенциальных клиентов, проведение опроса в сети Интернет, социальных мессенджерах и иных цифровых аналогах.	2
Практическое занятие 25. Планирование рабочего процесса. Определение бизнес-процессов и составление схемы ведения предпринимательской деятельности.	2	
Тема 11. Финансовое моделирование деятельности предпринимательской единицы	Содержание	
	1. Финансовое планирование как раздел бизнес-плана. Основные этапы составления финансового плана компании. Методика расчета финансовых показателей.	2
	2. Расчет точки безубыточности.	

	Практическое занятие	
	Практическое занятие 26. Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов. Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования.	2
	Практическое занятие 27. Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода. Определение рыночной цены товара. Расчет себестоимости товара, определение розничной цены.	2
	Практическое занятие 28. Расчет точки безубыточности по данным реального бизнес-плана	2
Тема 12. Методы оценки эффективности инвестиционного проекта	Содержание	
	1. Основные показатели оценки экономической эффективности инвестиционного проекта. Методы оценки инвестиционных проектов.	6
	2. Выбор ставки дисконтирования. Обоснование выбора ставки дисконтирования. Расчет простого периода окупаемости проекта (PaybackPeriod)	
	3. Основные показатели оценки социальной эффективности инвестиционного проекта	
	Практическое занятие	
	Практическое занятие 29. Расчет экономической окупаемости инвестиционного проекта с учетом различных сценариев	2
	Практическое занятие 30. Расчет основных показателей оценки экономической эффективности инвестиционного проекта: Расчет дисконтированного периода окупаемости проекта (DiscountedPaybackPeriod)	2
	Практическое занятие 31. Расчет основных показателей оценки экономической эффективности инвестиционного проекта: Расчет чистой текущей стоимости проекта (NetPresentValue)	2
	Практическое занятие 32. Расчет основных показателей оценки экономической эффективности инвестиционного проекта: Расчет внутренней нормы доходности проекта (InternalRateofReturn)	2
	Практическое занятие 33. Расчет основных показателей оценки экономической эффективности инвестиционного проекта: Расчет индекса прибыльности проекта (IndexofProfitability)	2
Практическое занятие 34. Расчет основных показателей оценки экономической эффективности инвестиционного проекта: Расчеты других значимых показателей (ARR, MIRR, ROE, ROI, EBIT, EBITDA)	2	
Тема 13. Современные программные продукты, используемые для разработки и презентации бизнес-плана/инвестиционного проекта	Содержание	
	1. Специализированные программные продукты, используемые для составления бизнес-плана, разработки финансовой модели бизнеса и презентации инвестиционного проекта.	4
	2. Основные правила оформления презентаций инвестиционного проекта	
	Практическое занятие	
	Практическое занятие 35. Разработка бизнес-плана с применением специализированных программных продуктов (по выбору образовательной организации)	2
Практическое занятие 36. Оформление и презентация бизнес-плана / инвестиционного проекта	2	

	Практическое занятие 37. Оформление и презентация бизнес-плана / инвестиционного проекта	2
	Практическое занятие 38. Case-study Деловая игра «Как повысить эффективность проекта?»	2
Форма аттестации	дифференцированный зачет	
Учебная практика		36
Тема 1. Сбор информации о бизнес-проблемах и определение рисков торгового предприятия	Виды работ	
	1. Характеристика торгового предприятия: организационно-правовая форма, месторасположение, вид и тип, специализация, формы продаж, режим работы, организационные структура, учредительные документы	6
	2. Анализ конкурентных преимуществ предприятия	
	3. Оценка рисков торгового предприятия и методы их минимизации	
	4. Сбор и анализ рыночной информации для принятия предпринимательских решений	
Тема 2. Основные принципы и структура управления бизнесом	Виды работ	6
	1. Определить бизнес-процессы предприятия и показать их взаимосвязь	
	2. Проанализировать бизнес-процессы предприятия и определить их проблемы	
	3. Рассчитать показатели оценки бизнес-процессов предприятия	
Тема 3. Технология разработки и структура бизнес-плана	Виды работ	6
	1. Методы бизнес-планирования на предприятии	
	2. Источники финансирования бизнес-планирования	
	3. Разработка инвестиционных предложений и анализ инвестиций	
	4. Расчет размеров выплат по процентным ставкам кредитования, по лизинговым операциям, договорам франчайзинга	
Тема 4. Технология разработки разделов бизнес-плана	Виды работ	6
	1. Исследование рынка, проведение статистических исследований по ценовым показателям	
	2. Факторы инвестиционной привлекательности проекта	
	3. Проведение SWOT-анализа и PEST-анализа с целью определения рисков. Выбор форм страхования рисков	
	4. Применение метода Ансоффа-Пинье для описания бизнес-модели	
	5. Оценка целевого рынка: применение метода 5W Шеррингтона для сегментации рынка. Сегменты рынка B2B, B2C, B2G, C2C, их характеристика и отличия. Характеристика рынков сбыта.	
Тема 5. Финансовое планирование торгового предприятия	Виды работ	6
	1. Основные этапы составления финансового плана предприятия	
	2. Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов. Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования	
	3. Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода	

	4.. Определение рыночной цены товара. Расчет себестоимости товара, определение розничной цены	
	5. Расчет точки безубыточности	
Тема 6. Оценки эффективности бизнес-проекта	Виды работ	6
	1. Разработка и заполнение финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением специализированных программных продуктов	
	2. Расчет показателей оценки экономической эффективности проекта.	
	3. Выбор ставки дисконтирования. Обоснование выбора ставки дисконтирования. Расчет простого периода окупаемости проекта (PaybackPeriod)	
	4. Расчет показателей оценки социальной эффективности инвестиционного проекта	
Форма аттестации	дифференцированный зачет	
Производственная практика (по профилю специальности)		36
Тема 1. Изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирование целей маркетингового исследования	Виды работ	6
	1. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач	
	2. Определение этапов проведения маркетинговых исследований на примере предприятия торговли	
	3. Разработка плана проведения маркетингового исследования	
Тема 2. Технология проведения маркетинговых исследований	Виды работ	6
	1. Определение емкости целевого рынка предприятия торговли с использованием программных продуктов	
	2. Определение конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках (товар определяется по выбору обучающихся).	
Тема 3. Методы кабинетных маркетинговых исследований	Виды работ	6
	1. Определение рыночной доли присутствия торгового предприятия традиционным методом исследования	
	2. Оценка финансовых показателей деятельности торгового предприятия по данным финансовой отчетности, как источник информации для оценки внутренней среды торгового предприятия.	
Тема 4. Анализ внешней и внутренней среды торгового предприятия	Виды работ	6
	1. Определить состав внешней и внутренней среды торгового предприятия	
	2. Провести анализ внешней и внутренней среды торгового предприятия на основе PEST-анализ и SWOT – анализ	
	3. Составить аналитический отчет по проведенным исследованиям	
Тема 5. Провести маркетинговое исследование в у с использованием инструментов комплекса маркетинга и сквозных цифровых технологий	Виды работ	6
	1. Изучение потребителей (исследование потребительских привычек и предпочтений, процесса принятия решения о покупке, уровня удовлетворенности и лояльности потребителей, сегментация потребителей и выбор целевого сегмента)	
	2. Исследование продукта (тестирование концепции нового товара, тестирование товара)	

Тема 6. Анализ ценовой политики и ценовой стратегии торгового предприятия	Виды работ	6
	1. Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках	
	2. Применение сквозных цифровых технологий при проведении работ по анализу ценовых показателей товаров	
	3. Методы ценового стимулирования продаж	
	4. Разработка мер по совершенствованию политики ценообразования торгового предприятия	
Форма аттестации	дифференцированный зачет	
Форма аттестации по модулю	экзамен по модулю	
	ИТОГО	448

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Кабинеты «Междисциплинарные курсы и модули», оснащенный в соответствии с образовательной программы по специальности.

Мастерская «Предпринимательство», оснащенная в соответствии с образовательной программы по специальности.

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные печатные и электронные издания

1. Лифиц, И. М. Товарный менеджмент : учебник для СПО / И.М. Лифиц. - Москва : Юрайт, 2025. - 405 с. - (Профессиональное образование). – Режим доступа: www.biblio-online.ru доступ после регистрации. - Текст : электронный.

2. Боброва, О. С. Организация коммерческой деятельности [Электронный ресурс]: учеб. и практ. для СПО / О. С. Боброва, С. И. Цыбукова, И. А. Бобров. – 3-е изд., - Москва : Юрайт, 2025. – 369 с. - (Профессиональное образование). - URL: www.biblio-online.ru

3.2.2. Дополнительные источники

1. Левкин, Г. Г. Коммерческая деятельность : учеб. и практ. для СПО / Г. Г. Левкин. - 3-е изд., перераб и доп. - Москва : Юрайт, 2025. - 265 с. - (Профессиональное образование). - Режим доступа: www.biblio-online.ru доступ после регистрации. - Текст : электронный.

2. Карашук, О. С. Торговое дело. Введение в профессию : учеб. для СПО / О. С. Карашук. - 2-е изд., перераб и доп. - Москва : Юрайт, 2025. - 143 с. - (Профессиональное образование). - Режим доступа: www.biblio-online.ru доступ после регистрации. - Текст : электронный.

3. Товаровед продовольственных товаров [Текст]: журнал. – ежемес. – 2023. - № 1-6

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 2.1	– составляет план проведения маркетингового исследования – устанавливает сроки и требования к проведению маркетингового исследования – определяет маркетинговые инструменты, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования – осуществляет поиск первичной и	Устный/письменный опрос. Тестирование. Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.

	вторичной маркетинговой информации	
ПК 2.2	<ul style="list-style-type: none"> – устанавливает конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках – рассчитывает показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов – разрабатывает предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации – использует программные продукты в системе продвижения товаров (услуг) организации 	<p>Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.</p> <p>Экспертная оценка контрольных / проверочных работ.</p> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.</p>
ПК 2.3	<ul style="list-style-type: none"> – проводит сбор, мониторинг и систематизирует ценовые показатели товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий 	<p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p>
ПК 2.4	<ul style="list-style-type: none"> – обосновывает конкурентные преимущества товара на внешнем и внутренних рынках 	<p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-практических конференциях.</p>
ПК 2.5	<ul style="list-style-type: none"> – соблюдает правила и принципы разработки бизнес-плана (полнота и точность составления разделов бизнес-плана) – использует информационные технологии в процессе составления бизнес-плана – использует информацию специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана. 	<p>Экспертная оценка создания и представления презентаций.</p>
ПК 2.6	<ul style="list-style-type: none"> – рассчитывает и обосновывает результаты анализа финансовых результатов деятельности организации – применяет различные платформы в системе продвижения товаров (услуг) организации 	<p>Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.</p>
ПК 2.7	<ul style="list-style-type: none"> – обосновывает разработанные мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности 	<p>Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.</p>
ПК 2.8	<ul style="list-style-type: none"> – составляет план сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы – выявляет проблемы и риски предпринимательской деятельности 	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.</p>
ОК 01	<ul style="list-style-type: none"> – распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; – выделяет составные части и определяет этапы решения задачи; – выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы; – составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; – демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; – реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих 	<p>Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.</p>

	действий (самостоятельно или с помощью наставника).	Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы: – на практических занятиях; – при выполнении работ на различных этапах учебной практики; – при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества.
ОК 02	– определяет задачи для поиска информации и их необходимые источники и планирует процесс поиска; – структурирует и выделяет наиболее значимое в полученной информации; – оценивает практическую значимость результатов поиска и оформляет его результаты; - применяет средства информационных технологий, - использует современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.	
ОК 03	– определяет актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; – применяет современную научную профессиональную терминологию; – определяет и выстраивает траектории профессионального развития и самообразования	
ОК 04	- эффективно взаимодействует с преподавателями, обучающимися в ходе профессиональной деятельности.	
ОК 05	- грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявляя толерантность в рабочем коллективе	
ОК 07	- выполняет работы с соблюдением принципов бережливого производства и ресурсосбережения	
ОК 09	– понимает общий смысл четко произнесенных высказываний и текстов на профессиональные темы; – участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; – строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; пишет простые связные сообщения на интересующие профессиональные темы.	