

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Фурсов Владимир Александрович

Должность: И.о. директора Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 08.06.2026 14:54:57

Уникальный программный ключ: «СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

1c378726a41fd0143ae5bccc8ba81860b00daa62

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

Колледж Пятигорского института (филиал) СКФУ

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

УТВЕРЖДАЮ

И.о. Директора

Пятигорского института (филиал) СКФУ

Фурсов В.А.

Рабочая программа профессионального модуля

ПМ.01 Организация и осуществление торговой деятельности

индекс и наименование учебной дисциплины, согласно учебного плана

Специальность 38.02.08
код

Торговое дело
наименование специальности

Форма обучения очная
очная, заочная

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.01 Организация и осуществление торговой деятельности разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Рабочая программа профессионального модуля разработана:

- 1 Костина Г.А., преподаватель колледжа Пятигорского института (филиал) СКФУ

фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание, место работы преподавателя

СОГЛАСОВАНО:

Представитель работодателя

Заместитель генерального директора
ООО ТД «ТОС»

должность представителя работодателя, наименование
организации и город ее расположения



Володин Д.Н.
Фамилия, инициалы

Представитель работодателя

Директор группы МК

должность представителя работодателя, наименование
организации и город ее расположения



Минеева Е.А.
Фамилия, инициалы

1. Паспорт программы профессионального модуля

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.01 Организация и осуществление торговой деятельности является частью образовательной программы СПО в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.08 «Торговое дело». Использование рабочей программы профессионального модуля в дополнительном профессиональном образовании не предусмотрено. В части освоения основного вида профессиональной деятельности (ОК):

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 правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;

ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;

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

ОК 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

И соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 1.1 Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий;

ПК 1.2 Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта;

ПК 1.3 Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий;

ПК 1.4 Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение;

ПК 1.5 Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту;

ПК 1.6 Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.

1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля:

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- выполнения торгово-технологических процессов;
- составления договоров;
- установления хозяйственных связей;
- соблюдения правил торговли;
- выполнения технологических операций по подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализации;
- эксплуатации оборудования в соответствии с назначением и соблюдения
- правил охраны труда;

уметь:

- устанавливать хозяйственные связи, заключать договора и контролировать их выполнение;
- управлять товарными запасами и потоками;
- обеспечивать товародвижение и принимать товары по количеству и качеству;
- оказывать услуги розничной торговли с соблюдением Правил торговли, действующего законодательства, санитарно-эпидемиологических требований к организациям розничной торговли;
- устанавливать вид и тип организаций розничной и оптовой торговли;
- эксплуатировать торгово-технологическое оборудование;
- применять правила охраны труда, экстренные способы оказания помощи пострадавшим, использовать противопожарную технику;
- снижать предпринимательские риски и принимать решения в условиях неопределенности.

знать:

- составные элементы коммерческой деятельности: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, виды коммерческой деятельности;
- государственное регулирование коммерческой деятельности;
- инфраструктуру, средства, методы, инновации в коммерции;
- организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию;
- услуги оптовой и розничной торговли: основные и дополнительные;

- правила торговли;
- классификацию торгово-технологического оборудования, правила его эксплуатации;
- организационные и правовые нормы охраны труда;
- причины возникновения, способы предупреждения производственного травматизма и профзаболеваемости, принимаемые меры при их возникновении;
- технику безопасности условий труда, пожарную безопасность;
- методы управления предпринимательскими рисками.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

Всего 328 часов, в том числе:

в форме практической подготовки 194 часов;

Из них:

на освоение МДК 220 часов, в том числе:

самостоятельную работу обучающегося 62- часов;

практики, в том числе учебной 72 часа;

производственной 36 часов.

промежуточной аттестации 12 часов.

2. Результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен владеть навыками:

- поиска и систематизации открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции;
- проведения анализа и оценки объема спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках;
- обработки, формирования и хранения данных, информации, документов, в том числе полученных от поставщиков (подрядчиков, исполнителей);
- составления перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации;
- проведения анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков, мониторинга внутренних и внешних рынков;
- подготовки аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках;
- оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;
- мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок;
- установления контактов с деловыми партнерами, заключения договоров, предъявления претензий;

- составления деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров, проведения безналичных расчетов;
- формирования начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта;
- 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;
- осуществления подготовки протоколов заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок;
- публичного размещения полученных результатов;
- осуществления проверки необходимой документации для заключения контрактов и процедуры подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями);
- публичного размещения отчетов, информации о неисполнении контракта, о санкциях, об изменении или о расторжении контракта, за исключением сведений, составляющих государственную тайну;
- организации осуществления оплаты поставленного товара, выполненной работы (ее результатов), оказанной услуги, а также отдельных этапов исполнения контракта, денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях, организации возврата денежных средств, внесенных в качестве обеспечения исполнения заявок или обеспечения исполнения контрактов;
- направления запросов, приглашений и информации потенциальным участникам внешнеторгового контракта;
- проведения предварительного анализа поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках;
- составления списка отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий);
- документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта;
- подготовки сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внешних рынках;
- формирования списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта;
- обработки, формирования, хранения информации и данных об участниках внешнеторгового контракта;
- формирования проекта внешнеторгового контракта;
- осуществления проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта;
- подготовки процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом;

- подготовки документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта;

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен уметь:

– пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внешних и внутренних рынках;

– проводить исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров;

– 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;

– анализировать внешнюю конкурентную среду для выявления аналогичных или взаимозаменяемых товаров;

– создавать и вести информационную базу данных поставщиков и покупателей;

– составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию;

– обобщать полученную информацию, обрабатывать ее с применением программных продуктов;

– обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов;

– применять нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений;

– осуществлять выбор поставщиков;

– оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ;

– составлять документы, деловые письма, предложения, заказы на поставку товаров, осуществлять безналичные расчеты, в т.ч. с использованием современных технических средств;

– создавать и вести информационную базу поставщиков и покупателей с применением технологий больших данных;

– описывать объект закупки;

– разрабатывать закупочную документацию;

– работать в единой информационной системе;

– требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации,

– законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров;

– особенности составления закупочной документации;

– основные технические характеристики, преимущества и особенности продукции организации, поставляемой на внешние рынки;

- нормативные правовые акты, регламентирующие внешнеэкономическую деятельность;
- международные правила толкования наиболее широко используемых торговых терминов в области внешней торговли;
- международные договоры в сфере стандартов и требований к продукции;
- стандарты и требования внешних рынков к товарной продукции;
- методы и инструменты работы с базами данных и источниками маркетинговой информации о внешних рынках;
- методы разработки рекламной информации для внешних рынков и инструменты продвижения товаров и услуг на внешних рынках;
- основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций;
- документооборот внешнеторговых сделок;
- условия внешнеторгового контракта;
- нормы этики и делового общения с иностранными партнерами;
- правила оформления документации по внешнеторговому контракту;
- порядок документооборота в организации;
- виды торговых структур;
- формы и виды торговли, составные элементы торговой деятельности;
- материально-техническую базу торговли;
- инфраструктуру потребительского рынка;
- средства, методы, инновации в отрасли;
- организацию торгово-технологических процессов в офлайн и онлайн торговле;
- требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота;
- основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты внутренней и внешней торговли;
- требования законодательства Российской Федерации, нормативные правовые акты, регулирующие торговую деятельность

3. Структура и содержание профессионального модуля

3.1. Тематический план профессионального модуля

ПМ.01 Организация и осуществление торговой деятельности

		Объем профессионального модуля, ак. ч								
Код профессио- нальных компетен- ций	Наименование разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практик и)	В т.ч. в форме практической подготовки	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебн ая, часов	Производстве нная (по профилю специальнос ти), часов
				Всего, часов	В т.ч. лабораторн ыеработы и практическ иезанятия, часов	В т.ч. курсов ая работа (проект т), часов	Всего, часов	В т.ч. курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4 ПК 1.5 ПК 1.6	МДК 01.01 Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках	72	20	40	32	-	32	-	-	-
ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4 ПК 1.5 ПК 1.6	МДК.01.02 Организация и осуществление продаж	88	46	56	22	22	10	-	-	-
ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4 ПК 1.5 ПК 1.6	МДК.01.03 Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	60	20	60	40	-	20	-	-	-
ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4 ПК 1.5 ПК 1.6	Учебная практика, часов	72	72						72	-
ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4 ПК 1.5 ПК 1.6	Производственная практика, часов	36	36							36
Экзамен по ПМ		-								
Всего:		328	194	156	94	22	62	-	72	36

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю

Наименование разделов и тем профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК)	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия	Объем в часах	Коды компетенций
Раздел 1. МДК.01.01 Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках		72	
МДК.01.01 Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках		72	
Тема 1.1. Объекты и субъекты торгово-сбытовой деятельности	Содержание		ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4 ПК 1.5 ПК 1.6
	Объекты торгово-сбытовой деятельности: материальные товары, услуги, работы. Технологии, недвижимость, информация, ценные бумаги, интеллектуальная собственность. Специфика объектов коммерческой деятельности (рассматривается применительно к конкретной отрасли): общие представления. Субъекты торгово-сбытовой деятельности: юридические лица – организации-изготовители, продавцы-посредники, индивидуальные предприниматели, их назначение и место в организации доведения объектов деятельности до конечного потребителя.	2	
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	4	
	Практическое занятие № 1 Положение об отделе снабжения (сбыта, реализации) или коммерческом отделе (службе) торговой организации (вопрос рассматривается с учетом отраслевой направленности)		
Тема 1.2. Государственное регулирование торгово-сбытовой деятельности	Содержание		ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4 ПК 1.5 ПК 1.6
	Государственное регулирование коммерческой деятельности: понятие, назначение, механизм. Направления государственного регулирования: защита прав потребителей, а также юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, обеспечение безопасности и взаимовыгодной коммерческих сделок.	2	
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	4	
	Практическое занятие № 2 Федеральные законы и нормативные акты по государственному регулированию коммерческой деятельности. ФЗ «О государственном регулировании торговой деятельности»: объекты,		

	основные положения		
Тема 1.3. Информационное обеспечение торгово- сбытовой деятельности	Содержание		ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4 ПК 1.5 ПК 1.6
	Торгово-сбытовая деятельность: назначение, сфера применения, сущность, содержание. Составные элементы торгово-сбытовой деятельности: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, средства, методы, нормативно-правовая база, управление. Общность и различия предпринимательской и коммерческой деятельности.	2	
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	4	
	Практическое занятие № 3 Понятие, значение, классификация, источники и комплексный подход к формированию информации о торгово-сбытовой деятельности		
Тема 1.4. Информационное обеспечение торгово- сбытовой деятельности	Содержание		ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4 ПК 1.5 ПК 1.6
	Информация о покупателях, мотивах покупок, требованиях к товару. Требования внешних и внутренних рынков к товарной продукции. Информация о спросе, товарном предложении и рыночной конъюнктуре: основные понятия, информация о соотношении спроса и предложения, о тенденциях развития конъюнктуры рынка, использование в практической деятельности.	2	
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	4	
	Практическое занятие № 4 Систематизация и анализ внешней конкурентной среды для выявления аналогичных или взаимозаменяемых товаров, сбор и обобщение полученной информации		
Тема 1.5. Установление хозяйственных связей с поставщиками и потребителями товаров и услуг	Содержание		ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4 ПК 1.5 ПК 1.6
	Сущность и порядок регулирования хозяйственных связей в торгово-сбытовой деятельности. Организация хозяйственных связей в торговле: понятие, функции, классификация. Изучение и поиск коммерческих партнеров: критерии поиска поставщиков, методы отбора поставщиков	2	
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	4	
	Практическое занятие № 5 Ознакомление с типовыми договорами купли-продажи и поставки, их оформление		
Тема 1.6.	Содержание		ПК 1.1

Документационное обеспечение торгово- сбытовой деятельности	Транспортное обеспечение: понятие, значение, виды транспортных средств, критерии их выбора, особенности организации перевозок разными видами транспорта. Уставы и кодексы разных видов транспорта. Правила перевозки скоропортящихся грузов. Договора перевозки: общие положения, разновидности договоров. Подача транспортных средств, погрузка и выгрузка грузов, сроки их доставки, ответственность за нарушение обязательств. Транспортные тарифы и правила их применения. Коммерческие акты: назначение, основания для составления, оформление. Информационное обеспечение коммерческой деятельности: основные понятия, (идентификация, прослеживаемость, учет), назначение, сущность, правовая база.	2	ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4 ПК 1.5 ПК 1.6
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	-	
	Самостоятельная работа обучающихся Транспортное и информационное обеспечение коммерческой деятельности Расчет и оформление заказов на поставку товаров.	6	
Тема 1.7. Закупочная деятельность	Содержание		ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4 ПК 1.5 ПК 1.6
	Содержание и организация закупочной работы. Основные методы закупок. Ситуации совершения закупок. Основные цели деятельности в области организации и управления закупками. Сущность планирования.	2	
	Лабораторные работы		
	Практические занятия	-	
	Самостоятельная работа обучающихся Выставочно-ярмарочная деятельность Этапы процесса проведения закупки. Оценка и выбор поставщиков	6	
Тема 1.8. Заключение внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение	Содержание		ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4 ПК 1.5 ПК 1.6

	Условия внешнеторгового контракта. Базисные условия поставки Incoterms-2010 Документооборот внешнеторговых сделок: товаросопроводительные документы, товарораспорядительные документы, счет-фактура	2	
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	-	
	Самостоятельная работа обучающихся Проверка документации для заключения внешнеторгового контракта. Контроль правильности оформления предоставленного внешнеторгового контракта	6	
Тема 1.9. Разработка рекламной информации для внешних рынков	Содержание		ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4 ПК 1.5 ПК 1.6
	Методы разработки рекламной информации для внешних рынков, инструментов продвижения товаров и услуг отечественных производителей на внешних рынках. Понятие, сущность и задачи рекламы.	2	
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия		
	Самостоятельная работа обучающихся Эффективность рекламной деятельности. Социально-психологические основы рекламы.	6	
Тема 1.10. Осуществление контроля исполнения обязательств по внешнеторговому контракту	Содержание		ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4 ПК 1.5 ПК 1.6
	Понятие коммерческих рисков. Факторы, оказывающие влияние на уровень рисков. Виды рисков в коммерческой деятельности. Управление рисками в коммерческой деятельности. Методы снижения коммерческого риска	2	
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	-	
	Самостоятельная работа обучающихся Эффективность торгово-сбытовой деятельности. Составление и оформление отчетности о ходе исполнения контракта	8	
Консультации (не предусмотрены)		-	
Самостоятельная работа		32	
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета в 2 семестре			
Раздел 2. Организация и осуществление продаж		88	
МДК.01.02 Организация и осуществление продаж		88	
Тема 2.1.	Содержание		ПК 1.1

Организация и управление торгово-технологическими процессами в оптовой торговле	Понятие оптовой торговли, функции и особенности. Основные понятия: технология торговли, технологические операции. Виды оптовых торговых предприятий и их функции	2	ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4 ПК 1.5 ПК 1.6
	Услуги оптовой торговли: основные и дополнительные, удовлетворяемые их потребности. Технология складского товародвижения в торговле	2	
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	2	
	Практическое занятие №1 Определение технико-экономических показателей работы склада.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Документальное оформление приемки товаров по количеству	2	
Тема 2.2. Организация и управление торгово-технологическими процессами в розничной торговле	Содержание		ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4 ПК 1.5 ПК 1.6
	Розничная торговля: понятие, назначение, цели, задачи, виды. Классификация розничных торговых сетей. Специализация и типизация магазинов. Размещение розничных торговых предприятий: принципы, правила, виды, факторы, влияющие на размещение магазинов в городах.	2	
	Торгово-технологический процесс на предприятиях розничной торговли: понятие, назначение, структура, содержание, их специфика в магазинах разных типов	2	
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	-	
	Самостоятельная работа обучающихся Ознакомление с ГОСТ Р. 51304–2009. Услуги торговли. Общие требования и ГОСТ. Р. 51304–2009. Услуги торговли. Общие требования и составление перечня возможных дополнительных услуг в зависимости от типа магазина.	2	
Тема 2.3. Организация и управление торгово-технологическими процессами в электронной торговле	Содержание		ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4 ПК 1.5 ПК 1.6
	Особенности организации и управления торгово-технологическими процессами в электронной коммерции.	2	
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	2	
	Практическое занятие №4 Поиск, заказ и управление доставкой товаров покупателю с применением цифровых платформ и технологии интернет вещей		

	Самостоятельная работа обучающихся Организация работы торговых площадок на основе технологии интернет-вещей	2	
Тема 2.4. Продажи. Шаг 1. Личная эффективность продавца	Содержание		ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4 ПК 1.5 ПК 1.6
	Личная эффективность продавца. Качества, обеспечивающие успешность профессиональной деятельности продавца. Имидж продавца. Качества, препятствующие эффективности профессиональной деятельности продавца.	2	
	Лабораторные работы (не предусмотрены)		
	Практические занятия	-	
	Самостоятельная работа обучающихся Тестирование «Определение личностных и деловых качеств, обеспечивающих успешность профессиональной деятельности»	4	
Тема 2.5. Продажи. Шаг 2. Установление контакта с клиентом	Содержание		ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4 ПК 1.5 ПК 1.6
	Создание атмосферы доверия. Подстройка вербальная и невербальная. Уверенность в себе. Что помогает и что мешает установлению контакта. Алгоритм установления контакта с клиентом в салоне магазина. Правила активного слушания.	2	
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	4	
	Практическое занятие №7 Психологическое тестирование «Способность к коммерческой деятельности»		
	Самостоятельная работа обучающихся Психологическое тестирование «Уверенность в себе»	2	
Тема 2.6. Продажи. Шаг 3. Выяснение потребностей клиентов	Содержание		ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4 ПК 1.5 ПК 1.6
	Выяснение потребностей клиентов. Важность задавания вопросов. Семь препятствий для того, чтобы задавать вопросы. Виды вопросов. Цель задавания того или иного вопроса. Использование «перефраз».	2	
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	4	
	Практическое занятие № 9 Решение ситуационных задач «Выяснение потребностей клиента».		
Тема 2.7. Продажи. Шаг 4. Презентация товара Шаг 5. Работа с возражениями клиента	Содержание		ПК 1.1 ПК 1.2 ПК 1.3 ПК 1.4 ПК 1.5 ПК 1.6
	Условия эффективной презентации. Обращение к выгоде клиента – универсальный прием убеждения. Связующие фразы	2	
	Универсальные приемы убеждения. Ошибки, мешающие продавать товар. Убеждающие слова.	2	
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	4	
	Практическое занятие № 10 Разбор ситуационной задачи «Переформулирование свойств товара в пользу клиента».		

Тема 2.8. Продажи. Шаг 6-7. Завершение сделки	Содержание		ПК 1.1
	Приемы завершения сделки	2	ПК 1.2
	Лабораторные работы	-	ПК 1.3
	Практические занятия	4	ПК 1.4
	Практическое занятие № 11 Оформление документов. Завершение контакта.		ПК 1.5 ПК 1.6
Консультации (не предусмотрены)		-	
Самостоятельная работа		10	
Промежуточная аттестация в форме экзамена в 3 семестре			
Примерная тематика курсовых работ в 3 семестре		22	
1. Анализ и оценка спроса на товарную продукцию торговой организации на внутренних и внешних рынках. 2. Исследование конъюнктуры и емкости товарных рынков. 3. Определение конкурентных преимуществ торговой организации на внутреннем (внешнем) рынке. 4. Процедура подготовки и проведения экспортной (импортной) сделки (по выбору студента). 5. Инкотермс: сфера действия, особенности и сравнительная характеристика базисных условий поставки. 6. Организация работы на маркетплейсах 7. Исследование факторов формирования потребительского спроса в розничной торговле. 8. Коммерческая деятельность по изучению и прогнозированию спроса в сфере торговли 9. Организация торгово-технологического процесса в розничных торговых предприятиях. 10. Разработка рекламной информации и инструментов продвижения товаров и услуг на внешний рынок. 11. Анализ и оценка коммерческих рисков в торговой деятельности и пути их снижения 12. Анализ розничной торговли: сущность, функции и тенденции развития в России 13. Отраслевые особенности коммерческой деятельности в сфере оптовой торговли 14. Отраслевые особенности коммерческой деятельности в сфере розничной торговли 15. Взаимоотношения субъектов коммерческой деятельности в сфере потребительского рынка 16. Электронная коммерция как прогрессивная форма развития торговли 17. Формирование экономических ресурсов и их влияние на результаты коммерческой деятельности предприятия 18. Анализ влияния факторов внешней среды предприятия на развитие коммерческой деятельности 19. Анализ влияния факторов внутренней среды предприятия на развитие коммерческой деятельности 20. Анализ и оценка экономических показателей коммерческой деятельности предприятия 21. Анализ и тенденции развития сетевой розничной торговли (на примере розничной торговой сети) 22. Методы стимулирования продаж в розничной торговле как инструмент коммерческой деятельности			

23. Организация хозяйственных связей в торговле 24. Поиск поставщиков и договорная работа в коммерческой деятельности 25. Организация хозяйственных связей по закупочно-сбытовой деятельности в предприятиях торговли. 26. Особенности торговой деятельности в сфере малого бизнеса 27. Организация выставочной деятельности как инструмента торговли 28. Инновационные технологии в сфере торговли как фактор повышения конкурентоспособности коммерческой организации 29. Влияние цифровых технологий на результаты торговой деятельности коммерческой организации. 30. Франчайзинг как направление развития торгового бизнеса 31. Влияние конъюнктуры рынка на коммерческую деятельность торгового предприятия. 32. Развитие коммерческого предприятия в эпоху цифровой трансформации 33. Собственная торговая марка как инструмент коммерческой деятельности и конкурентное преимущество торговой сети 34. Коммерческая деятельность по управлению товарными ресурсами 35. Современные форматы розничных торговых сетей 36. Выбор стратегии коммерческой деятельности торговых организаций на потребительском рынке			
Раздел 3. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд		60	
МДК 01.03 Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд		60	
Тема 3.1. Основы контрактной системы	Содержание		ПК 1.1
	Понятие, цели, задачи и принципы контрактной системы. Участники контрактной системы, их права и обязанности.	2	ПК 1.2
	Информационное обеспечение контрактной системы в сфере закупок	2	ПК 1.3
	Лабораторные работы	-	ПК 1.4
	Практические занятия	8	ПК 1.5
	Практическое занятие № 1 Распределение компетенций между заказчиком и комиссией по осуществлению закупок	4	ПК 1.6
	Практическое занятие № 2 Российская нормативная правовая база, регламентирующая вопросы закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд	4	
	Практическое занятие № 3 Закупочные подразделения и службы заказчика	2	
	Практическое занятие № 4 Международный опыт функционирования контрактных служб	4	

Тема 3.2. Организация закупок. Планирование и обоснование закупок	Содержание		
	Централизованные закупки. Планирование закупок (ведение планов и планов- графиков закупок)	2	
	Нормирование в сфере закупок. Понятие начальной (максимальной) цены контракта, ее назначение, методы определения	2	
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	6	
	Практическое занятие № 5 Планирование и обоснование закупок	2	
	Практическое занятие № 6 методы определения начальной (максимальной) цены	2	
	Практическое занятие № 7 Участники контрактной системы	2	
Тема 3.3. Осуществление закупок	Содержание		
	Способы определения поставщиков (подрядчиков, исполнителей): общая характеристика способов, основные правила выбора. Документы, оформляемые заказчиком при осуществлении закупок. Требования к участникам закупки. Правила описания объекта закупки. Порядок составления технического задания. Заявка участника закупки. Обеспечение заявок при проведении конкурсов и аукционов. Антидемпинговые меры при проведении конкурса и аукциона. Порядок проведения конкурса. Особенности проведения конкурсов с ограниченным участием, двухэтапных конкурсов, закрытых конкурсов. Оценка заявок, окончательных предложений участников закупки и критерии этой оценки. Организация осуществления закупок путем проведения электронных аукционов: электронные площадки и аккредитация на них. Общие вопросы закупки товаров, работ и услуг путем проведения электронного аукциона.	2	
	Порядок осуществления закупок способом запроса котировок. Порядок осуществления закупок способом запроса предложений. Осуществление закупки у единственного поставщика (подрядчика, исполнителя). Особенности закупок, осуществляемых бюджетным, автономным учреждениями, государственным, муниципальным унитарным предприятиями и иными юридическими лицами. Особенности отдельных видов закупок.	2	
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	-	
	Самостоятельная работа обучающихся Порядок составления технического задания. Оценка заявок. Порядок проведения электронного аукциона. Порядок проведения закрытого аукциона	4	

Тема 3.4. Контракты	Содержание		ПК 1.1
	Порядок заключения контракта. Обеспечение исполнения контракта. Порядок исполнения контрактов. Приемка продукции	2	ПК 1.2
	Экспертиза результатов контракта и привлечение экспертов. Порядок изменения и расторжения контрактов.	2	ПК 1.3
	Лабораторные работы	-	ПК 1.4
	Практические занятия	-	ПК 1.5
	Самостоятельная работа обучающихся Проверка контракта на соответствие требованиям Федерального закона от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» Информационное обеспечение контрактной системы в сфере закупок	4	ПК 1.6
Тема 3.5. Организация закупок в коммерческих организациях	Содержание		
	Законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок коммерческих организаций	2	
	Лабораторные работы	-	
	Практические занятия	-	
	Самостоятельная работа обучающихся Определение ответственности за нарушение условий поставки по ФЗ-44. Планирование и обоснование закупок в коммерческих организациях	6	
Тема 3.6. Мониторинг, контроль, аудит и защита прав и интересов участников закупок	Содержание		ПК 1.1
	Мониторинг и аудит в сфере закупок. Контроль в сфере закупок. Общественный контроль. Обжалование действий (бездействия) заказчика, уполномоченного органа, уполномоченного учреждения, специализированной организации, комиссии по осуществлению закупок, ее членов, должностного лица контрактной службы, контрактного управляющего, оператора.	2	ПК 1.2
	Иные способы защиты прав и законных интересов участников процедуры закупки	2	ПК 1.3
	Лабораторные работы	-	ПК 1.4
	Практические занятия	-	ПК 1.5
	Самостоятельная работа обучающихся Распределение функций государственных органов в сфере закупок. Объекты и субъекты контроля государственных закупок Контролирующие субъекты контрактной системы	6	ПК 1.6
Консультации (не предусмотрены)		-	

Самостоятельная работа	20	
Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета в 2 семестре	-	
Учебная практика Виды работ: 1. Анализ конкурентов на рынке и основные преимущества и недостатки торговой организации. 2. Мероприятия по увеличению объема продаж товаров/услуг компании. 3. Основные требования и предпочтения в выборе поставщиков. 4. Организация и ее продукция/услуги для проведения переговоров с потенциальными партнерами. 5. Анализ эффективности рекламных кампаний и меры по их улучшению. 6. Потенциальные сегменты аудитории, которые могут быть заинтересованы в продукции/услугах вашей компании. 7. Увеличение объема продаж компании. 8. Мероприятия по улучшению качества обслуживания клиентов в торговой организации. 9. Провести анализ результатов работы конкурентов и предложить собственные стратегии по повышению конкурентоспособности на рынке. 10. Рекомендации по улучшению логистики и организации складского хозяйства в вашей компании. 11. Промо-акции и специальные предложения для привлечения новых клиентов и удержания существующих. 12. Маркетинговое исследование для определения потенциальных рыночных возможностей и разработки новых маркетинговых стратегий. 13. Программа лояльности для клиентов, которая будет стимулировать их к повторным покупкам и увеличению среднего чека. 14. Система мониторинга и аналитики продаж для более эффективного управления бизнесом и принятия стратегических решений. 15. Обучение сотрудников по продажам и обслуживанию клиентов, для повышения уровень сервиса и удовлетворенность покупателей. 16. Возможности расширения ассортимента продукции/услуг, чтобы привлечь новых потребителей и увеличить выручку. 17. Визуальный мерчендайзинг и оформление торговых точек для привлечения внимания покупателей и увеличения конверсии. 18. Оптимизировать процессы закупок и снабжения для снижения издержек и повышения эффективности деятельности компании. 19. Разработать стратегию диверсификации продукции/услуг для снижения рисков и увеличения конкурентоспособности бизнеса. 20. Оценить уровень удовлетворенности клиентов и провести мероприятия по повышению их лояльности и уровня сервиса. 21. Провести анализ конкурентов и их маркетинговых стратегий для выявления преимуществ и возможностей для улучшения позиционирования бренда. 22. Разработать целевые программы продаж и специальные предложения для различных сегментов аудитории, чтобы максимизировать прибыль и удовлетворенность клиентов. 23. Провести аудит бренда и пересмотреть позиционирование на рынке, чтобы быть более конкурентоспособным и привлекательным для целевой аудитории. 24. Создать стратегию использования социальных сетей и цифровых платформ для увеличения видимости бренда, привлечения новых клиентов и удержания уже существующих.	72	

25. Провести исследование рынка и потребностей потребителей для разработки инновационных продуктов/услуг, соответствующих их ожиданиям и требованиям. 26. Организовать участие в выставках, конференциях и специализированных мероприятиях для продвижения бренда и привлечения новых клиентов. 27. Провести анализ эффективности рекламных кампаний и маркетинговых акций для оптимизации затрат и максимизации результатов. 28. Разработать программу обратной связи от клиентов для постоянного улучшения качества продукции/услуг и сервиса. 29. Организация мероприятия по брендингу и создание уникального имиджа компании, чтобы выделиться на рынке и привлечь внимание потенциальных клиентов. 30. Провести анализ эффективности текущих маркетинговых стратегий и сделать рекомендации по их улучшению и оптимизации. 31. Система лояльности для поощрения постоянных клиентов и увеличения их участия в программах и акциях компании. 32. Возможности для расширения бизнеса на новые рынки и разработать стратегию по проникновению в них. 33. Создать партнерские программы с другими компаниями для расширения аудитории и увеличения продаж бренда. 34. Провести анализ ценовой политики и сделать корректировки для увеличения конкурентоспособности продукции/услуг. 35. Разработать план мероприятий по продвижению бренда в социальных сетях и привлечению внимания офлайн аудитории через онлайн платформы. 36. Проведение исследования рынка для выявления новых трендов и потребностей, которые могут быть использованы для улучшения продукции/услуг. 37. Разработка стратегий личного брендинга для ключевых сотрудников компании для укрепления имиджа бренда. 38. Провести обзор конкурентов и анализировать их слабые стороны, чтобы использовать их в качестве возможностей для собственного бренда. 39. Создать систему мониторинга и аналитики для оценки результатов маркетинговых кампаний и корректировки стратегии в реальном времени. 40. Провести обучение сотрудников по продвижению бренда и обслуживанию клиентов, чтобы повысить качество обслуживания и уровень удовлетворенности клиентов. 41. Организовать мероприятия и акции для привлечения новых клиентов и увеличения продаж. 42. Разработать программу обучения и развития персонала, чтобы повысить профессионализм сотрудников и качество обслуживания. 43. Аудит сайта и улучшение его структуры, дизайна и контента для увеличения пользовательского опыта. 44. Возможности использования новых технологий и инноваций для улучшения процессов продаж и маркетинга. 45. Минимизации рисков и обеспечения бизнес-продолжительности в случае кризисных ситуаций. 46. Провести анализ эффективности рекламных кампаний и определить наиболее успешные каналы продвижения. 47. Создать программу поощрения и мотивации сотрудников для улучшения их работоспособности и эффективности работы. 48. Улучшить процессы доставки и обслуживания клиентов для увеличения удовлетворенности и лояльности клиентов.		
---	--	--

49. Разработать стратегию управления отзывами клиентов и использовать их для улучшения продукции/услуг и бренда. 50. Провести исследование и определить целевую аудиторию для точного позиционирования продукции/услуг и маркетинговых кампаний. Защита отчета по учебной практике		
Производственная практика Виды работ: 1. Провести анализ рыночной конкуренции в выбранной отрасли и описать стратегии, которые могут быть использованы для привлечения клиентов. 2. Разработать план маркетинговых мероприятий для продвижения продукции/услуг компании. 3. Провести опрос среди потенциальных клиентов для выявления их потребностей и предпочтений. 4. Подготовить презентацию продукции/услуг компании для привлечения новых партнеров или инвесторов. 5. Организовать проведение торговых операций, в том числе ведение складского учета и контроль за выполнением договорных обязательств. 6. Провести анализ эффективности реализации товаров/услуг и предложить меры по улучшению результатов. 7. Составить отчет о результатах торговой деятельности за определенный период времени и сделать выводы о ее эффективности. 8. Исследовать рынок и выявить новые потенциальные сегменты для расширения бизнеса компании. 9. Провести анализ конкурентов и определить их слабые стороны, чтобы использовать это в своих маркетинговых стратегиях. 10. Разработать программу лояльности для постоянных клиентов, чтобы удерживать их и привлекать новых. 11. Провести анализ текущих цен на продукцию/услуги и предложить оптимальные ценовые стратегии для увеличения прибыли. 12. Исследовать и внедрить новые технологии для улучшения процессов продаж и обслуживания клиентов. 13. Провести анализ маркетинговых каналов и оптимизировать их использование для достижения максимальных результатов. 14. Разработать планы по улучшению качества продукции/услуг и обратной связи от клиентов для постоянного совершенствования. 15. Участвовать в выставках и конференциях для продвижения продукции/услуг и установления новых партнерских отношений. 16. Развить стратегию онлайн-продвижения и увеличить присутствие компании в интернете через социальные сети, блоги и другие платформы. 17. Провести маркетинговое исследование, чтобы понять потребности и предпочтения целевой аудитории и адаптировать продукцию/услуги под них. 18. Создать программу обучения и развития для сотрудников, чтобы повысить их профессиональные навыки и улучшить качество обслуживания клиентов. 19. Расширить географию продаж и открыть новые рынки за пределами текущего региона или страны. 20. Интегрировать экологические и социальные инициативы в бизнес-стратегию компании, чтобы привлечь новых клиентов и повысить имидж бренда. 21. Разработать программу лояльности для клиентов, чтобы удерживать текущих клиентов и привлекать новых. 22. Провести аудит бренда и пересмотреть позиционирование компании на рынке, чтобы быть конкурентоспособными и привлекательными для	36	

потребителей. 23. Улучшить процессы внутреннего управления и коммуникации, чтобы повысить эффективность работы команды и улучшить качество продукции/услуг. 24. Оптимизировать производственные процессы и снизить издержки, чтобы увеличить прибыльность и конкурентоспособность компании. 25. Инвестировать в исследование и разработку новых продуктов или услуг, чтобы диверсифицировать бизнес и расширить ассортимент. 26. Провести маркетинговое исследование, чтобы понять потребности и предпочтения целевой аудитории и адаптировать продукцию/услуги под них. 27. Обучить персонал новым навыкам и технологиям, чтобы повысить профессионализм и квалификацию сотрудников. 28. Запустить масштабную рекламную кампанию, чтобы увеличить узнаваемость бренда и привлечь новых клиентов. 29. Разработать план действий в случае кризиса или нештатной ситуации, чтобы минимизировать потенциальные убытки и сохранить репутацию компании. 30. Улучшить качество обслуживания клиентов и создать программу обратной связи, чтобы удовлетворить потребности и ожидания клиентов. 31. Исследовать возможности расширения рынка за счет внедрения новых продуктов или услуг. 32. Создать стратегию удержания клиентов и повышения лояльности, чтобы уменьшить отток и увеличить повторные продажи. 33. Провести анализ конкурентов и их деятельности, чтобы выявить свои конкурентные преимущества и разработать стратегию дальнейшего развития. 34. Исследовать возможности внедрения новых технологий или инноваций для улучшения процессов и повышения эффективности компании. 35. Разработать программу поощрения и мотивации сотрудников, чтобы повысить уровень удовлетворенности и повысить производительность труда. 36. Провести анализ рынка и потребностей потребителей для определения новых сегментов аудитории и разработки стратегии проникновения на них. 37. Создать партнерские программы и сотрудничество с другими компаниями для расширения своего бизнеса и увеличения продаж. 38. Провести исследование ценовой политики конкурентов и установить оптимальные цены на свою продукцию/услуги. 39. Разработать маркетинговый план и стратегию продвижения продукции/услуг, чтобы достичь поставленных целей и увеличить прибыль компании. 40. Проведение анализ рисков и угроз для бизнеса и разработка стратегии их минимизации или предотвращения.		
Промежуточная аттестация в форме экзамена по ПМ.02	-	
Всего	328	

4. Условия реализации профессионального модуля

4.1. Требования к материально-техническому обеспечению

1) кабинеты:

Автоматизации торгово-технологических процессов;

Эксплуатации торгово-технологического оборудования и охраны труда

2) технические средства обучения:

- проектор;

- экран;

- компьютер;
- 3) программные средства:
 - MS Word;
 - MS Excel;
 - MS Power Point.

4.2. Информационное обеспечение обучения

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.

Основная литература:

1. Жулидов, С. И. Организация торговли: учебник / С.И. Жулидов. — 2-е изд., перераб. И доп. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 350 с. — (Среднее профессиональное образование). — DOI 10.12737/987233. - ISBN 978-5-8199-0842-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1820262>
2. Заволокина, Л. И. Мировая экономика: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. И. Заволокина, Н. А. Диесперова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 182 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13765-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497346>
3. Иванов, Г. Г. Экономика торговой организации: учебник / Г.Г. Иванов. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 182 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016902-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1343176>
4. Иванов, Г. Г. Экономика торговой организации: учебник / Г.Г. Иванов. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 182 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016902-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1343176>
5. Изотова, Г. С. Управление государственными и муниципальными закупками: учебник для среднего профессионального образования / Г. С. Изотова, С. Г. Еремин, А. И. Галкин. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 396 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15057-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495531>
6. Кнутов, А. В. Управление государственными и муниципальными закупками и контрактами: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Кнутов. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 316 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-

534-11348-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495532>

7. Мамедова, Н. А. Управление государственными и муниципальными закупками: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. А. Мамедова, А. Н. Байкова, О. Н. Морозова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 420 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13829-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/495169>

8. Методы стимулирования продаж в торговле: учебник / С.Б. Алексина, Г.Г. Иванов, В.К. Крышталев, Т.В. Панкина. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2020. — 304 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-8199-0796-2. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1077649>

9. Саталкина, Н. И. Экономика торговли: учебное пособие / Н. И. Саталкина, Б. И. Герасимов, Г. И. Терехова. — Москва: ФОРУМ, 2021. — 232 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-91134-485-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1287439> (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

10. Стерлигова, А. Н. Управление запасами в цепях поставок: учебник / А.Н. Стерлигова. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 430 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16- 011223-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1832388>

Дополнительные источники

1. Безлапов В.В. Технологии управления внешнеторговой деятельностью региона: монография /В.В Безлапов, С.А.Лочан, Д.В.Федюнин, А.Д.Петросян, руков. авт.колл. В.В. Безлапов.- Москва: РУСАЙИС, 2022-586 с.

2. Волгина Н.А. Международная торговля: учебник/Н.А Волгина.- Москва: КНОРУС, 2022.- 274с- (Бакалавриат)

3. Иванов Г.Г. Организация торговли (торговой деятельности): учебник/Г.Г. Иванов. – Москва: КНОРУС, 2022. -222 с.- (среднее профессиональное образование) ISBN 978-5-406- 09325-2

4. Лазарева Н.В. Актуальные проблемы учета внешнеэкономической деятельности: учебное пособие/ Н. В. Лазарева. – Москва: РУСАЙНС, 2023. - 122 с. ISBN978-5-4365-9920-5

5. Современное торговое дело: учебное пособие/ кол. авторов; под ред. Л.Б. Нюренбергер Н.А Лучиной.- Москва: РУСАЙИС, 2022 – 138с. ISBN 978-5-4365-8388-4

6. Сулоева А.А. Управление закупками в процессе принятия управленческих решений: учебное пособие (А.А Сулоев- Москва: РУСАЙИС, 2022-104 с. ISBN 978- 5- 4365-9728-7

7. Трофимовская А.В. Эффективность контрактной системы в сфере государственных и муниципальных закупок в современных социально-экономических условиях: учебное пособие / А.В. Трофимовская, С.А.

Сергеева, И.П. Гладилина – Москва: РУСАЙИС, 2022 – 80 с. ISBN 978- 5-4365-9730-0

8. <https://urait.ru/> - Образовательная платформа «Юрайт».

Справочные правовые системы:

1. Консультант Плюс__

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

График освоения профессионального модуля предполагает последовательное освоение модуля, включающего в себя как междисциплинарные курсы, так и учебную и производственную практику.

В преподавании используются лекционно-семинарские формы проведения занятий, практикум, практические занятия.

Консультационная помощь студентам осуществляется в индивидуальной и групповой формах.

Освоению профессионального модуля предшествует обязательное изучение дисциплин: МДК.01.01 Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках; МДК.01.02 Организация и осуществление продаж; МДК 01.03 Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация ОП СПО обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля). Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального учебного цикла. Преподаватели получают дополнительное профессиональное образование по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)

Результаты (освоенные профессиональные компетенции, формируемые в рамках модуля)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1. Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.	осуществляет поиск и систематизацию открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции, в том числе с использованием цифровых технологий; оценивает объем спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках; составляет перечень требований внешних рынков к	Устный/письменный опрос. Тестирование. Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.

	товарной продукции организации; разрабатывает рекомендации по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка; проводит анализ конъюнктуры, емкости товарных рынков; осуществляет подготовку аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках	Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий по установленным критериям. Экспертная оценка контрольных / проверочных работ по установленным критериям.
ПК 1.2. Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта	выполняет операции по установлению хозяйственных связей с поставщиками и потребителями в установленной последовательности с соблюдением требований к их содержанию	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.
ПК 1.3. Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий	определяет начальную цену закупки с учетом требований федерального законодательства и проводит описание объекта закупки; составляет и оформляет закупочную документацию в соответствии с требованиями и осуществляет ее проверку для проведения закупочной процедуры; оформляет протоколы заседаний закупочных комиссий; выполняет проверку комплекта закупочной документации для обеспечения государственных, муниципальных и корпоративных нужд.	Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно- практических конференциях.
ПК 1.4. Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение	проводит анализ поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках и составляет список отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий); осуществляет документальное оформление результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта; составляет сводные отчеты и предложения о потенциальных	Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации, в т.ч. иностранных языках. Экспертная оценка коммуникативной

	партнерах на внешних рынках; составляет список потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта; формирует проект внешнеторгового контракта и выполняет проверку необходимой документации для его заключения; осуществляет подготовку процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом.	деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной, производственной практике.
ПК 1.5. Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту	осуществляет подготовку документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта; проводит сбор информации и документов о ходе исполнения обязательств по внешнеторговому контракту и разрабатывает на их основе план-график контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту; проводит мониторинг и документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; осуществляет подготовку предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств и выполняет претензионную работу	
ПК 1.6. Организовывать выполнение торгово- технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий	выполняет торгово- технологические операции в соответствие с установленным алгоритмом, в том числе с использованием искусственного интеллекта; осуществляет приемку товаров по количеству и качеству в полном соответствии с договором поставки; оформляет документы по приемке товаров в соответствие установленными требованиями;	

	соблюдает правила охраны труда при выполнении торговых-технологических операций	
--	---	--

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	распознает, анализирует и выделяет составные части задачи и/или проблемы в профессиональном контексте; определяет этапы решения задачи; эффективно осуществляет поиск необходимой для решения проблемы информации, составляет план действия и определяет необходимые ресурсы; демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывает составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)	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. Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	определяет задачи для поиска информации и их необходимые источники и планирует процесс поиска; структурирует и выделяет наиболее значимое в полученной информации; оценивает практическую значимость результатов поиска и оформляет его результаты; применяет средства информационных технологий, использует современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач	
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере,	определяет актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применяет современную научную профессиональную	

использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	терминологию; определяет и выстраивает траектории профессионального развития и самообразования	
ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	эффективно взаимодействует с преподавателями, обучающимися в ходе профессиональной деятельности	
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявляя толерантность в рабочем коллективе	
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	выполняет работы с соблюдением принципов бережливого производства и ресурсосбережения	программы: – на практических занятиях; – при выполнении и защите курсовой работы (проекта); – при выполнении работ на различных этапах учебной, производственной практики; - при проведении защиты отчетов по учебной, производственной практик; – при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена / профессионального экзамена по оценочным средствам организаций партнеров и/или профессионального сообщества
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	понимает общий смысл четко произнесенных высказываний и текстов на профессиональные темы; участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;	

	строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; пишет простые связные сообщения на интересующие профессиональные темы	
--	---	--