

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Дмитриев Николай Николаевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 09.06.2026 08:34:14  
Уникальный программный ключ:  
f7c6227919e4cdbfb4d7b682991f8553b37cafb

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**  
**ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**имени А.А. ЕЖЕВСКОГО**

Колледж автомобильного транспорта и агротехнологий

УТВЕРЖДАЮ:  
Директор



Н.Н. Бельков

«27» \_марта\_ 2026 г.

Рабочая программа практики

**ПП. 03.01 ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В  
СФЕРЕ ТОРГОВЛИ**

---

Специальность 38.02.08 «Торговое дело», 9 кл.

(программа подготовки специалистов среднего звена)

Форма обучения: очная / заочная  
3 курс, семестр 6 / 4 курс

Молодежный 2026

## **1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ**

### **Цель освоения практики:**

производственная практика направлена на закрепление, расширение, углубление и систематизацию знаний, полученных при освоении профессиональных модулей на основе изучения деятельности конкретных предприятий, на приобретение практического опыта в сфере будущей профессиональной деятельности.

### **Основные задачи практики:**

- сформировать у обучающихся представления о деятельности предпринимателя в сфере торговли;
- формирование понимания предпринимательства;
- формирование понимания понятий предпринимательский риск и ответственность;
- содействие пониманию обучающихся общих правил ведения предпринимательской деятельности и освоению основ государственного регулирования коммерческой деятельности в сфере торговли;
- формирование понимания основ бизнес-планирования в сфере торговли.

Результатом освоения практики ПП.03.01 «Организация предпринимательской деятельности в сфере торговли» обучающимися по специальности 38.02.08 Торговое дело является овладение основным видом профессиональной деятельности (ВПД) и соответствующими компетенциями.

## **2. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

ПП.03.01 Производственная практика «Организация предпринимательской деятельности в сфере торговли» находится в профессиональном учебном цикле профессиональных дисциплин учебного плана.

Практика проходит на 3 курсе в 6 семестре (очное обучение), 4 курсе (заочное обучение).

## **3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ПРАКТИКЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ**

В результате освоения практики обучающийся должен овладеть умениями и знаниями в целях приобретения следующих компетенций:

### **3.1. Общие компетенции:**

Код	Наименование компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенции
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	<p><b>Знания:</b> актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности</p> <p><b>Умения:</b> распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части; определять этапы решения задачи; выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы; составлять план действия; определять необходимые ресурсы; владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</p>
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	<p><b>Знания:</b> номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности в том числе с использованием цифровых средств.</p> <p><b>Умения:</b> определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач; использовать современное программное обеспечение; использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач.</p>
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать	<p><b>Знания:</b> содержание актуальной нормативно- правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты</p>

	знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.	<p><b>Умения:</b> определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования</p>
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	<p><b>Знания:</b> психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности</p> <p><b>Умения:</b> организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p>
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	<p><b>Знания:</b> особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений</p> <p><b>Умения:</b> грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе</p>
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	<p><b>Знания:</b> сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей; значимость профессиональной деятельности по специальности; стандарты антикоррупционного поведения и последствия его нарушения</p> <p><b>Умения:</b> описывать значимость своей специальности; применять стандарты антикоррупционного поведения</p>
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого	<p><b>Знания:</b> правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности; пути обеспечения ресурсосбережения; принципы бережливого производства; основные направления изменения климатических условий</p>

	производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	региона. <b>Умения:</b> соблюдать нормы экологической безопасности; определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства; организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона.
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	<b>Знания:</b> правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности <b>Умения:</b> понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы; участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы

### 3.2. Профессиональные компетенции:

Код	Наименование компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенции
ПК 2.1	Осуществлять кодирование товаров, в том числе с применением цифровых технологий	<b>Умения:</b> -применять цифровые технологии кодирования потребительских товаров; - идентифицировать ассортиментную принадлежность продовольственных и непродовольственных товаров; - оценивать маркировку потребительских товаров на соответствие с требованиями технических регламентов и национальных стандартов <b>Знания:</b> классификации продовольственных и непродовольственных товаров; - методов и способов кодирования потребительских товаров, в том числе с применением цифровых технологий; - обязательных требований к маркировке потребительских товаров.

		<p><b>Навыки:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применения методик идентификации ассортиментной принадлежности потребительских товаров;</li> <li>-решения задач классификации и кодирования потребительских товаров, в том числе с помощью цифровых технологий.</li> </ul>
ПК 2.2	Идентифицировать ассортиментную принадлежность потребительских товаров	<p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- идентифицировать ассортиментную принадлежность продовольственных и непродовольственных товаров;</li> <li>- применять документы в области технического регулирования, стандартизации и подтверждения соответствия в профессиональной деятельности;</li> <li>- оценивать маркировку потребительских товаров на соответствие с требованиями технических регламентов и национальных стандартов.</li> </ul>
		<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основных понятий в сфере товароведения потребительских товаров;</li> <li>- технических требований и градации качества потребительских товаров, установленных в нормативно-технической документации;</li> <li>- обязательных требований к маркировке потребительских товаров.</li> </ul>
		<p><b>Навыки:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-применения технических регламентов и национальных стандартов для оценки маркировки потребительских товаров.</li> </ul>
ПК 2.3	Создавать условия для сохранности количественных и качественных характеристик товара на разных этапах товародвижения товаров	<p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- устанавливать и обеспечивать оптимальные условия хранения, транспортирования и реализации потребительских товаров;</li> <li>- выявлять дефекты потребительских товаров при приемке, хранении и реализации;</li> <li>- реализовывать мероприятия по предупреждению и сокращению потерь товаров.</li> </ul>
		<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- факторов, формирующих и сохраняющих качество товаров;</li> <li>- условий хранения, транспортирования и реализации потребительских товаров;</li> <li>- дефектов потребительских товаров товарных потерь и способов их сокращения.</li> </ul>
		<p><b>Навыки:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>осуществления контроля над обеспечением оптимальных условия хранения и реализации потребительских товаров;</li> <li>-выявления дефектов, вызывающих ухудшение качественных и количественных характеристик потребительских товаров;</li> <li>-разработки мероприятий по предупреждению и сокращению потерь товаров.</li> </ul>
ПК 2.4	Выполнять операции по	<p><b>Умения:</b></p>

	<p>оценке качества и организации экспертизы потребительских товаров</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- обобщать и анализировать современный российский и зарубежный опыт в области обеспечения качества и безопасности товаров, в том числе с использованием аналитики больших данных;</li> <li>- проводить оценку качественных и количественных характеристик товаров по требованиям нормативно-технических документов;</li> <li>- организовывать экспертизу потребительских товаров и оформлять ее результаты.</li> </ul> <p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- законодательства Российской Федерации и ЕАЭС в области технического регулирования, стандартизации и подтверждения соответствия;</li> <li>- современного российского и зарубежного опыта в области обеспечения качества и безопасности товаров;</li> <li>- основных методов оценки качества и безопасности потребительских товаров;</li> <li>- организации проведения экспертизы товаров и оформления ее результатов;</li> <li>- сквозных цифровых технологий, применяемых в сфере обеспечения качества и безопасности товаров</li> </ul> <p><b>Навыки:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выявления современных тенденций в области обеспечения качества и безопасности товаров, в том числе с использованием аналитики больших данных;</li> <li>- подбора необходимых нормативно-технических документов для оценки качества и организации экспертизы товаров с использованием современных баз данных;</li> <li>- организации подготовки и проведения экспертизы потребительских товаров и оформления ее результатов;</li> <li>- оценки качественных и количественных характеристик товаров на соответствие требованиям нормативно-технической документации;</li> <li>- регистрации данных о соответствии качества поступающих в организацию товаров техническим регламентам, стандартам (техническим условиям), условиям поставок и договоров;</li> <li>- систематизации данных о фактическом уровне качества товаров;</li> <li>- оформления документов для предъявления претензий к поставщикам о несоответствии качества поступивших товаров техническим регламентам, стандартам (техническим условиям), условиям поставок и договоров.</li> </ul>
ПК 2.5	<p>Осуществлять управление ассортиментом товаров, в том числе с использованием искусственного интеллекта и сквозных цифровых технологий.</p>	<p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать ассортимент товаров и выявлять приоритетные направления его совершенствования, в том числе с применением современных цифровых технологий;</li> <li>- формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах;</li> <li>- применять цифровые технологии кодирования</li> </ul>

		<p>потребительских товаров;  - устанавливать и обеспечивать оптимальные условия хранения, транспортирования и реализации потребительских товаров;  - реализовывать мероприятия по предупреждению и сокращению потерь товаров.</p>
		<p><b>Знания:</b>  - ассортимента товаров, показателей ассортимента и факторов, влияющих на его формирование  - приоритетных направлений совершенствования ассортимента товаров;  - основных положений категорийного менеджмента; - специфики процесса управления в категорийном менеджменте;  - алгоритма разработки ассортиментной матрицы товарной категории;  - порядка формирования категорий в ассортименте; - структуры ABC – и XYZ – анализа;  - классификации продовольственных и непродовольственных товаров;  - методов и способов кодирования потребительских товаров, в том числе с применением цифровых технологий;  - обязательных требований к маркировке потребительских товаров;  - сквозных цифровых технологий, применяемых в сфере обеспечения качества и безопасности товаров</p>
		<p><b>Навыки:</b>  - анализа ассортимента товаров и ассортиментной политики торгового предприятия, в том числе с применением современных цифровых технологий</p>
ПК 3.6	<p>Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов</p>	<p><b>Знания:</b>  - принципов и методов управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий; методов экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений;  -методов сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов;  -методов, способов и приемов для решения задач по анализу; типов факторных моделей;  -схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа;  -методику анализа эффективности использования производственных ресурсов.</p>
		<p><b>Умения:</b>  - собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих</p>

		<p>деятельность организации;</p> <p>-использовать методы экономического анализа; анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов;</p> <p>-оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами.</p> <p><b>Навыки:</b></p> <p>-расчёта показателей эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов.</p>
ПК 3.7	<p>Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности</p>	<p><b>Знания:</b></p> <p>методических материалов по планированию, учету и анализу деятельности организации;</p> <p>-спектра специализированных программных продуктов; интерфейса автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации;</p> <p>-инновационных средств и устройств информатизации; порядок их применения и программное обеспечение в предпринимательской деятельности.</p> <p><b>Умения:</b></p> <p>-разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда;</p> <p>-оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации;</p> <p>-предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации</p> <p><b>Навыки:</b></p> <p>-определения мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности.</p>

В рабочей программе дисциплины **ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ** определены тематическим планом.

### 3. ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

При проведении промежуточной аттестации в университете используются традиционные формы аттестации:

Форма промежуточной аттестации	Шкала оценивания
<b>ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ</b> (дифференцированный зачет)	"отлично", "хорошо", "удовлетворительно", "неудовлетворительно"

### 4. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ С УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ (ПО ВИДАМ РАБОТ ПРАКТИКИ)

Общая трудоемкость практики составляет 36 часов

#### 4.1. Объем практики и виды работ:

**4.1.1. Очная форма обучения:** Семестр –6, вид отчетности – дифференцированный зачет (6 семестр).

Вид учебной работы	Объем часов	
	всего	6 семестр
Общая трудоемкость практики	36	36
Обязательная учебная нагрузка (всего)	36	36

**4.1.2. Заочная форма обучения:** Курс - 4, вид отчетности – дифференцированный зачет.

Вид учебной работы	Объем часов	
	всего	4 курс
Общая трудоемкость практики	36	36
Обязательная учебная нагрузка (всего)	36	36

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

**5.Содержание практики, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества часов и видов работ:**

### 5.1.1 Очная форма обучения:

Виды работ	Проверяемые компетенции: ОК 01- 07, ОК.09; ПК 2.1-2.5; ПК 3.6 - 3.7	Количество часов
1.Изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирования целей маркетингового исследования	<b>Знать:</b> -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;	4
2. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач.	-этапы маркетинговых исследований, их результат; -методы проведения маркетингового исследования; - психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях;	4
3. Определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли.	-средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики; -порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;	2
4. Разработка плана проведения маркетингового исследования и согласование	-виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности; -методы оценки конкурентной среды;	2

<p>с руководителем практики.</p> <p>5. Определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования. Их описание и назначение в ходе проведения маркетингового исследования.</p>	<p>-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;</p>	<p>4</p>
<p>6. Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации.</p>	<p>- методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием</p>	<p>4</p>
<p>7. Проведения маркетингового исследования в установленные сроки с использованием инструментов комплекса маркетинга и сквозных цифровых технологий:          - исследования рынка(определение емкости рынка и доли рынка);          - изучение потребителей ( исследование потребительских привычек и предпочтений, процесса принятия решения о покупке, уровня удовлетворенности и лояльности потребителей, сегментация потребителей и выбор целевого сегмента);          - исследование продукта (тестирование концепции нового товара, тестирование товара);          - исследование цены (чувствительности к цене, эластичности спроса по цене):          - исследования рекламы (тестирование рекламных концепций и материалов, исследование эффективности рекламной кампании);          - рынка.</p>	<p>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  <b>Уметь:</b>          -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;</p>	<p>4</p>
<p>8. Выявление конкурентов исследуемого торгового предприятия. Определение</p>	<p>- анализировать текущую рыночную конъюнктуру;          - составлять точное техническое задание для</p>	<p>4</p>

<p>конкурентных преимуществ исследуемого торгового предприятия на внутреннем и внешних рынках</p>	<p>выполнения маркетингового исследования;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с в том числе с применением программных продуктов;</li> </ul>	4
<p>9.Подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров, повышения объемов продаж торговой организации.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности</li> <li>-собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы с использованием инструментов комплекса маркетинга;</li> </ul>	4
<p>10.Оформление результатов маркетингового исследования.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков;</li> <li>- обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги;</li> <li>-работать с информационной базой данных;</li> <li>- анализировать текущую рыночную конъюнктуру;</li> <li>- применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;</li> <li>- развивать идеи до бизнес-предложений;</li> <li>- оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке;</li> <li>- оценивать риски, связанные с бизнесом;</li> <li>- анализировать бизнес-концепции;</li> <li>- предлагать идеи для дальнейшего развития;</li> <li>- применять методы принятия оптимальных решений;</li> <li>- находить аргументы в пользу идей;</li> <li>- принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели;</li> <li>- обосновывать и оценивать цели и ценности;</li> <li>- представлять идеи, дизайн, видения и решения;</li> <li>- применять при разработке бизнес-плана специализированные программные продукты;</li> <li>- использовать для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии;</li> <li>- создавать деловые электронные презентации;</li> <li>- собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации;</li> <li>- использовать методы экономического анализа;</li> <li>- анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов;</li> <li>- оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами;</li> <li>- разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда;</li> <li>- оптимально использовать материальные, трудовые и</li> </ul>	

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.

**Владеть навыками:**

- 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.	
<b>Итого:</b>		<b>36</b>

### 5.1.2 Заочная форма обучения:

<b>Виды работ</b>	Проверяемые компетенции: ОК 01- 07, ОК.09; ПК 2.1-2.5; ПК 3.6 - 3.7	<b>Количество часов</b>
1. Изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирования целей маркетингового исследования	<b>Знать:</b> -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;	<b>4</b>
2. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач.	-этапы маркетинговых исследований, их результат; -методы проведения маркетингового исследования; - психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях;	<b>4</b>
3. Определение этапов проведения маркетинговых исследований на примере предприятия торговли.	-средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики; -порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;	<b>2</b>
4. Разработка плана проведения маркетингового исследования и согласование с руководителем практики.	-виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности; -методы оценки конкурентной среды; -нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;	<b>2</b>
5. Определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования. Их описание и назначение в ходе проведения маркетингового исследования.	-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;	<b>4</b>
6. Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации.	- 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;	<b>4</b>
7. Проведения маркетингового исследования в установленные сроки с использованием инструментов комплекса	- методы, способы и приемы для решения задач по анализу; - типы факторных моделей;	<b>4</b>

<p>маркетинга и сквозных цифровых технологий:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- исследования рынка(определение емкости рынка и доли рынка);</li> <li>- изучение потребителей ( исследование потребительских привычек и предпочтений, процесса принятия решения о покупке, уровня удовлетворенности и лояльности потребителей, сегментация потребителей и выбор целевого сегмента);</li> <li>- исследование продукта (тестирование концепции нового товара, тестирование товара);</li> <li>- исследование цены (чувствительности к цене, эластичности спроса по цене):</li> <li>- исследования рекламы (тестирование рекламных концепций и материалов, исследование эффективности рекламной кампании);</li> <li>- рынка.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа;</li> <li>-методику анализа эффективности использования производственных ресурсов;</li> <li>- методические материалы по планированию, учету и анализу деятельности организации;</li> <li>- спектр специализированных программных продуктов;</li> <li>- интерфейс автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации;</li> <li>- инновационные средства и устройства информатизации, программное обеспечение в предпринимательской деятельности и порядок их применения;</li> <li>- риски: понятия и видов;</li> <li>- методы оценки риска, связанных с бизнесом;</li> <li>- меры снижения риска, связанных с бизнесом;</li> <li>-методы оценки выполнимости бизнес-идеи;</li> <li>- основные способы анализа и оценки рисков;</li> <li>- состав моделей оценки риска;</li> <li>- способы оценки риска ликвидности</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования;</li> <li>-определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования;</li> <li>- составлять комплексный план проведения маркетингового исследования;</li> <li>- анализировать текущую рыночную конъюнктуру;</li> <li>- составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования;</li> <li>- проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с в том числе с применением программных продуктов;</li> <li>-определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности</li> </ul>	4
<p>8. Выявление конкурентов исследуемого торгового предприятия. Определение конкурентных преимуществ исследуемого торгового предприятия на внутреннем и внешних рынках</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- составлять комплексный план проведения маркетингового исследования;</li> <li>- анализировать текущую рыночную конъюнктуру;</li> <li>- составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования;</li> <li>- проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с в том числе с применением программных продуктов;</li> <li>-определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности</li> </ul>	4
<p>9.Подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров, повышения объемов продаж торговой организации.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы с использованием инструментов комплекса маркетинга;</li> <li>- обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков;</li> <li>- обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги;</li> <li>-работать с информационной базой данных;</li> <li>- анализировать текущую рыночную конъюнктуру;</li> <li>- применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;</li> </ul>	4
<p>10.Оформление результатов маркетингового исследования.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать идеи до бизнес-предложений;</li> </ul>	

- 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.
- Владеть навыками:**
- 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;

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга;</li> <li>- разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации;</li> <li>- применения программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации;</li> <li>- применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации;</li> <li>- проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий;</li> <li>- проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий;</li> <li>- установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках;</li> <li>- применения норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;</li> <li>- использования информации специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана; -</li> <li>разработки бизнес-плана и финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов; -</li> <li>расчёта показателей эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов;</li> <li>- определения мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности;</li> <li>- сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы.</li> </ul>	
<b>Итого:</b>		<b>36</b>

## **6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **6.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины:**

#### **6.1.1. Основная литература:**

1. Бизнес-планирование: учебник / под ред. Т.Г. Попадюк, В.Я. Горфинкеля. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2021. — 296 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0617-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1247086>;
2. Васильев, Г. А. Маркетинг розничного торгового предприятия: учебное пособие / Г. А. Васильев, А. А. Романов, В. А. Поляков. - Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М,

2022. - 159 с. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0628-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/967468>;
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. Романова, М. В. Бизнес-планирование: учебное пособие / М.В. Романова. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2021. — 240 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-8199-0756-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1446152>;

### **6.1.2. Дополнительная литература:**

1. Липсиц, И. В. Цены и ценообразование: учебное пособие для среднего профессионального образования / И. В. Липсиц. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 160 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9794-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488890>;
2. Маховикова, Г. А. Цены и ценообразование в коммерции: учебник для среднего профессионального образования / Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 231 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03696-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477854>;
3. Морошкин, В. А. Бизнес-планирование: учебное пособие / В.А. Морошкин, В.П. Буров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 288 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-012223-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1832175>;
4. 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>;
5. Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491722>;
6. Цены и ценообразование: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под редакцией Т. Г. Касьяненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 437 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04773-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490187>;
7. PR в сфере коммерции: учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. И. М. Синяевой. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. — 298 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0614-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1018359>.

## **6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины:**

- [www.economy.gov.ru](http://www.economy.gov.ru) (Министерство экономического развития и торговли)  
[www.expert.ru](http://www.expert.ru) (журнал «Эксперт»)  
[www.fas.ru](http://www.fas.ru) (Федеральная Антимонопольная служба)

[www.minfin.ru](http://www.minfin.ru) (Министерство финансов России)  
[www.nalog.ru](http://www.nalog.ru) (Министерство по налогам и сборам)  
[www.rbk.ru](http://www.rbk.ru) (Информационное агентство РБК)  
[www.fcsm.ru](http://www.fcsm.ru) (Федеральная служба по финансовым рынкам)  
[www.edu.ru](http://www.edu.ru) (Федеральный портал "Российское образование")  
[www.auditorium.ru](http://www.auditorium.ru) (электронная научная и учебная библиотека)  
[www.rsl.ru](http://www.rsl.ru) (Российская государственная библиотека)

### 6.3. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине:

Помимо рекомендованной основной и дополнительной литературы, а также ресурсов Интернет, в процессе самостоятельной работы студенты могут пользоваться следующими методическими материалами:

1) Микроэкономика: метод. указ. и задания для контр. работ для студентов заочн. формы обучения по направлению 38.03.02 - Менеджмент / Иркут. гос. аграр. ун-т им. А. А. Ежевского; сост. Н. В. Жданова. - Молодежный: Изд-во ИрГАУ, 2019. - 69 с. - Режим доступа: URL: [http://195.206.39.221/fulltext/i\\_030891.pdf](http://195.206.39.221/fulltext/i_030891.pdf)

### 6.4. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине:

№ п/п	Наименование программного обеспечения	Договор №, дата, организация
<b>Лицензионное программное обеспечение</b>		
1	MicrosoftWindows 7	Акт на передачу прав Н-0005792 от 08.06.2011 года
2	Microsoft Office 2010	
3	Kaspersky Business Space Security Russian Edition	
<b>Свободно распространяемое программное обеспечение</b>		
1	LibreOffice 6.3.3	
2	AdobeAcrobatReader	
3	MozillaFirefox 83.x	
4	Opera 72.x	
5	GoogleChrome 86.x.	

## 7. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий и др. объектов для проведения учебных занятий	Основное оборудование	Форма использования

1.	Аудитория 233 Кабинет экономики организации.	<p>Специализированная мебель: парты для студентов 3-местные - 30 шт., стол преподавателя - 1 шт., стул - 1 шт., трибуна - 1 шт.</p> <p>Технические средства обучения: доска меловая, мультимедийный проектор (OptomaX302), экран проекционный (ClassicSolutionLyra), ноутбук (HP).</p> <p>Учебно-наглядные пособия: портреты великих ученых экономистов</p> <p>Список ПО на компьютере: Microsoft Windows 7, Microsoft Office 2010, Kaspersky Business Space Security Russian Edition, LibreOffice 6.3.3, Adobe Acrobat Reader, Mozilla Firefox 83.x, Opera 72.x, Google Chrome 86.x.</p>	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации
2.	Аудитория 419 Кабинет документационного обеспечения управления	<p>Специализированная мебель: столы для студентов - 10 шт., стол преподавателя - 1 шт., стулья - 21 шт., трибуна - 1 шт.</p> <p>Технические средства обучения: доска маркерная, ноутбук (Assus).</p> <p>Учебно-наглядные пособия: портреты великих ученых экономистов</p> <p>Список ПО на компьютере: Microsoft Windows 7, Microsoft Office 2010, Kaspersky Business Space Security Russian Edition, LibreOffice 6.3.3, Adobe Acrobat Reader, Mozilla Firefox 83.x, Opera 72.x, Google Chrome 86.x.</p>	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых консультаций текущего контроля и промежуточной аттестации
3.	Аудитория 123 Библиотека, читальные залы	<p>Специализированная мебель: зал №1: столы - 46 шт., стулья - 79 шт. Зал №2: столы - 6 шт., стол угловой - 4 шт., стулья - 17 шт. Зал №3: стулья - 50 шт., столы - 28 шт.</p> <p>Технические средства обучения: компьютеры на базе процессора Intel объединенных в локальную сеть и имеющих доступ в «Интернет», доступ к БД, ЭБ, ЭК, КонсультантПлюс, ЭБС, ЭОИС. Зал №1: монитор Samsung - 21 шт., системный блок - 2 шт., системный блок DNS - 1 шт., системный блок In Win - 18 шт., принтер HP Lazer Jet p 2055 - 2 шт., сканер Epson v330 - 1 шт., ксерокс XEVOX - 1 шт. Зал №2: телевизор Samsung - 1 шт., монитор</p>	Для проведения консультационных и самостоятельных занятий; занятий семинарского типа, индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых работ).

	<p>LG - 1 шт., системный блок In Win - 1 шт., сканер - 1 шт., проектор Optoma - 1 шт, экран - 1 шт. Зал №3: мониторы Samsung - 11 шт., мониторы LG - 2 шт., системный блок In Win - 12 шт., системный блок - 1 шт., принтер HP Laser Jet p 2055. Список по на компьютере: Microsoft Windows 7, Microsoft Office 2010, LibreOffice 6.3.3, Adobe Acrobat Reader, Mozilla Firefox, Opera, Google Chrome.</p>	
--	---	--

## 8. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Контроль и оценка результатов освоения дисциплины осуществляется преподавателем в процессе проведения практических занятий, выполнения обучающимися индивидуальных заданий и тестирования.

Результаты обучения (освоенные умения и знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;</li> <li>- методы изучения рынка, анализа окружающей среды;</li> <li>- порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;</li> <li>- этапы маркетинговых исследований, их результат;</li> <li>- методы проведения маркетингового исследования;</li> <li>- психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях;</li> <li>- средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики;</li> <li>- порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;</li> <li>- виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;</li> <li>- методы оценки конкурентной среды;</li> <li>- нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;</li> <li>- роль и значение бизнес-плана;</li> <li>- основные функции бизнес-плана;</li> <li>- классификацию основных типов бизнес-планов;</li> <li>- методологию и процессы развития бизнес-идеи;</li> <li>- порядок разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью;</li> <li>- принципы и методы управления информационными данными с</li> </ul>	<p>Проверка и оценка самостоятельных работ и конспектов по темам. Оценка результатов тестирования. Оценка устных и письменных индивидуальных ответов обучаемых.</p>

<p>использованием информационных интеллектуальных технологий;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений;</li> <li>- методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов;</li> <li>- методы, способы и приемы для решения задач по анализу;</li> <li>- типы факторных моделей;</li> <li>- схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа;</li> <li>- методику анализа эффективности использования производственных ресурсов;</li> <li>- методические материалы по планированию, учету и анализу деятельности организации;</li> <li>- спектр специализированных программных продуктов;</li> <li>- интерфейс автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации;</li> <li>- инновационные средства и устройства информатизации, программное обеспечение в предпринимательской деятельности и порядок их применения;</li> <li>- риски: понятия и видов;</li> <li>- методы оценки риска, связанных с бизнесом;</li> <li>- меры снижения риска, связанных с бизнесом; - методы оценки выполнимости бизнес-идеи;</li> <li>- основные способы анализа и оценки рисков;</li> <li>- состав моделей оценки риска; - способы оценки риска ликвидности</li> </ul>	
<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования;</li> <li>- определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования;</li> <li>- составлять комплексный план проведения маркетингового исследования;</li> <li>- анализировать текущую рыночную конъюнктуру;</li> <li>- составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования;</li> <li>- проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с в том числе с применением программных продуктов;</li> <li>-определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности</li> <li>-собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы с использованием инструментов комплекса маркетинга;</li> <li>- обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков; - обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги;</li> <li>-работать с информационной базой данных;</li> <li>- анализировать текущую рыночную конъюнктуру;</li> <li>- применять нормы российского законодательства в области</li> </ul>	<p>Выполнение и оценка результатов практических занятий. Защита отчетов по практическим работам. Решение вариативных задач и упражнений. Оценка работы с программными продуктами.</p>

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.

**Владеть навыками:**

- 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.

Рабочая программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 38.02.08 «Торговое дело».

Программу составил: \_\_\_\_\_



*(подпись)*

преподаватель высшей квалификационной категории, Е.А.Хуснудинова  
*(должность, И.О. Фамилия)*

Программа одобрена на заседании предметно-цикловой комиссии социально-экономических дисциплин протокол № 7 от «16» марта 2026 г.

Председатель ПЦК



О.В.Долгих

*(подпись)*