

Частное образовательное учреждение высшего образования
"Ростовский институт защиты предпринимателя"

(г. Ростов-на-Дону)

УТВЕРЖДАЮ

Ректор
Паршина А.А.

Защита выпускной квалификационной работы

Учебный план 38.02.08_ОФО_СОО_2024.plx
38.02.08 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Квалификация **специалист торгового дела**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **0 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 36

Виды контроля в семестрах:

в том числе:

аудиторные занятия 36

самостоятельная работа 0

контактная работа во время
промежуточной аттестации (ИКР) 0

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	4 (2.2)		Итого	
	14			
Неделя	14			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Практические	36	36	36	36
Итого ауд.	36	36	36	36
Контактная работа	36	36	36	36
Итого	36	36	36	36

Программу составил(и):
к.э.н., доц., препод., Черемисова Н.Ф.

Рецензент(ы):
к.э.н., проф., Епифанова Т.В.

Рабочая программа дисциплины
Защита выпускной квалификационной работы

разработана в соответствии с ФГОС СПО:
Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности
38.02.08 ТОРГОВОЕ ДЕЛО (приказ Минобрнауки России от 19.07.2023 г. № 548)

составлена на основании учебного плана:
38.02.08 ТОРГОВОЕ ДЕЛО
утвержденного учёным советом вуза от 18.01.2024 протокол № 13.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Протокол от 25.12.2023 г. № 5

Директор Грищенко М.А.

1. ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ	
1.1	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы является завершающим этапом среднего профессионального образования. Его успешное прохождение является необходимым условием присуждения студентам квалификации - «специалист торгового дела» по специальности 38.02.08 Торговое дело.
1.2	Целевым назначением выпускной квалификационной работы является комплексная оценка качества профессионального образования и проверка квалификационного уровня выпускника на соответствие требованиям ФГОС СПО, отражающего место специальности, объекты и виды будущей профессиональной деятельности. В то же время, выпускная квалификационная работа, являясь этапом образовательного процесса, преследует цели пополнения, закрепления и развития знаний, умений и навыков, приобретенных на предшествующих этапах обучения.
1.3	Выполняя дипломный проект (работу), студент демонстрирует освоенные знания, умения, компетенции.
1.4	Дипломный проект (работа) должен соответствовать следующим критериям: актуальность, новизна, практическая значимость.
1.5	Дипломный проект (работа) призван выявить способность выпускника на основе приобретенных знаний, умений, практического опыта осуществлять профессиональную деятельность и демонстрировать общие компетенции.
	Цели дипломного проекта:
	1. Систематизация, закрепление и расширение практического опыта, теоретических знаний и практических умений студентов по избранной специальности.
	2. Развитие компетенций ведения самостоятельной работы, овладения методикой исследования при решении профессиональных задач в дипломном проекте (работе) и публичного выступления.
	3. Определение уровня освоения вида (видов) профессиональной деятельности и сформированности общих компетенций.
	В соответствии с поставленными целями студент в процессе выполнения дипломного проекта(работы) должен решить следующие задачи:
	1. Обосновать актуальность выбранной темы, ее ценность и значение.
	2. Обобщить теоретические положения, нормативно-техническую документацию, статистические материалы, справочную и научную литературу по избранной теме.
	3. Исследовать материально-технические условия для оценки объектов разработки, как инструмента воздействия для разных целей.
	4. Собрать необходимый теоретический материал для проведения конкретного анализа в разработке.
	5. Изложить свою точку зрения по спорным вопросам, относящимся к теме.
	6. Провести анализ собранных данных, используя соответствующие методы обработки и анализа информации.
	7. Сделать выводы об экономической эффективности при использовании объекта
	8. Оформить дипломный проект (работу) в соответствии с нормативными требованиями, предъявляемыми к подобным материалам.
	Структура и содержание дипломной работы определяются на основании разработанных методических рекомендаций.

2. МЕСТО В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	ГИА
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы
2.1.2	Основы бухгалтерского учета
2.1.3	Основы предпринимательства
2.1.4	Производственная практика
2.1.5	Технология проведения маркетинговых исследований
2.1.6	Учебная практика
2.1.7	Ценообразование в торговой деятельности
2.1.8	Экзамен по модулю
2.1.9	Экономика и основы анализа финансово-хозяйственной деятельности торговой организации
2.1.10	Автоматизация торгово-технологических процессов
2.1.11	Безопасность жизнедеятельности
2.1.12	Иностранный язык в профессиональной деятельности
2.1.13	Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд
2.1.14	Организация и осуществление продаж

2.1.15	Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынке
2.1.16	Прикладные компьютерные программы в профессиональной деятельности
2.1.17	Производственная практика
2.1.18	Производственная практика
2.1.19	Технология интернет-маркетинга
2.1.20	Учебная практика
2.1.21	Учебная практика
2.1.22	Экзамен по модулю
2.1.23	Экзамен по модулю
2.1.24	История России
2.1.25	Производственная практика
2.1.26	Розничная торговля продовольственными товарами
2.1.27	Учебная практика
2.1.28	Экзамен по модулю
2.1.29	Эксплуатация контрольно-кассовой техники
2.1.30	Эксплуатация торгово-технологического оборудования и охрана труда
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

3. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ– ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТУ ОСВОЕНИЯ

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

3.1 Знать

методов и инструментов работы с базами данных внутренних и внешних рынков;
 требований к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота;
 стандартов и требований внешних рынков к товарной продукции;
 правовых норм оформления и заключения договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;
 структуры и содержания договора поставки, спецификации и сопроводительного письма критериев;
 поиска и методов отбора поставщиков;
 методов и инструментов работы с базами больших данных;
 требований к порядку заполнения и ведения рабочей документации,
 схем электронного документооборота;
 законодательства Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров;
 особенностей составления закупочной документации;
 методов определения и обоснования начальных максимальных цен контракта;
 основных технических характеристик, преимуществ и особенностей продукции организации, поставляемой на внешние рынки;
 нормативных правовых актов, регламентирующих внешнеэкономическую деятельность;
 международных правил толкования наиболее широко используемых торговых терминов в области внешней торговли;
 международных договоров в сфере стандартов и требований к продукции;
 стандартов и требований внешних рынков к товарной продукции;
 методов и инструментов работы с базами данных и источниками маркетинговой информации о внешних рынках;
 методов разработки рекламной информации для внешних рынков и инструментов продвижения товаров и услуг на внешних рынках;
 основных видов и методов международных маркетинговых коммуникаций;
 документооборота внешнеторговых сделок;
 условий внешнеторгового контракта;
 норм этики и делового общения с иностранными партнерами;
 правил оформления документации по внешнеторговому контракту;
 порядка документооборота в организации;
 основ риск-менеджмента во внешнеэкономической деятельности;
 видов торговых структур;
 форм и видов торговли, составных элементов торговой деятельности: материально-технической базы торговли; инфраструктуры потребительского рынка;
 средств, методов, инноваций в отрасли;
 организации торгово-технологических процессов в офлайн и онлайн торговле;
 требований к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота;
 основных и дополнительных услуг оптовой и розничной; целей, задач, принципов, объектов, субъектов внутренней и внешней торговли; требований законодательства Российской Федерации нормативных правовых актов, регулирующих торговую деятельность; правил торговли;
 количественных и качественных показателей оценки эффективности торговой деятельности;
 составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
 методов изучения рынка, анализа окружающей среды;
 этапов маркетинговых исследований, их результат;
 методы проведения маркетингового исследования;
 психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях;

средств удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики; порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен; видов конкуренции, показателей оценки конкурентоспособности; методов оценки конкурентной среды;

норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;

роли и значения бизнес-плана; основных функций бизнес-плана;

классификации основных типов бизнес-планов; методологии и процессов развития бизнес-идеи;

порядка разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью;

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;

методических материалов по планированию, учету и анализу деятельности организации;

спектра специализированных программных продуктов;

интерфейса автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации;

инновационных средств и устройств информатизации;

порядок их применения и программное обеспечение в предпринимательской деятельности;

рисков: понятия и видов; методов оценки риска, связанных с бизнесом;

мер снижения риска, связанных с бизнесом; методов оценки выполнимости бизнес-идеи;

основных способов анализа и оценки рисков;

состава моделей оценки риска; способов оценки риска ликвидности;

специализированных программных продуктов; методики выявления потребностей клиентов;

методики выявления потребностей; техники продаж;

методик проведения презентаций; потребительских свойств товаров;

требований и стандартов производителя;

принципов и порядка ведения претензионной работы; ассортимента товаров;

стандартов организации; стандартов менеджмента качества;

гарантийной политики организации; основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;

основы веб-технологии; основы веб-дизайна;

основы компьютерной грамотности; методы обработки текстовой информации;

правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;

основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита;

правил составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации;

основ оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;

способов корректировки внутренних ошибок веб-сайта;

особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;

особенности функционирования современных поисковых машин;

правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта.

перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети Интернет;

особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа.

основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна;

правил реферирования, аннотирования и редактирования текстов, внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок; особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов; правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний;

стандартов делового общения в письменной и устной форме; особенностей функционирования современных поисковых машин;

правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта; правил формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы); методов обработки текстовой и графической информации; основ копирайтинга и веб-райтинга. основ разработки и поддержки сайтов/лендингов; основ гипертекстовой разметки; стандартов верстки веб-сайтов; принципиальных отличий лендингов от сайтов; сервисов для автоматизации рассылок; методов обработки текстовой информации и графической информации.

3.2 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;

обобщать полученную информацию, статистически ее обрабатывать и формулировать аналитические выводы, архивировать полученную информацию и обеспечивать ее безопасность; работать в единой информационной системе;

применять основные положения нормативно-правовых актов в сфере закупочной деятельности;
составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию;
обосновывать начальную (максимальную) цену закупки;
описывать объект закупки;
разрабатывать закупочную документацию;
работать в единой информационной системе;
взаимодействовать с закупочными комиссиями и технически обеспечивать деятельность закупочных комиссий;
анализировать поступившие заявки, оценивать результаты и подводить итоги закупочной процедуры;
формировать и согласовывать протоколы заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок;
проверять необходимую документацию для заключения контрактов и осуществлять процедуру подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями);
классифицировать товары на внутренних и внешних рынках;
разрабатывать тексты рекламной информации о продукции организации на иностранном языке для последующего распространения на внешних рынках;
осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта;
осуществлять взаимодействие с участниками внешнеторгового контракта;
подготавливать коммерческие предложения, запросы;
оформлять документацию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и международных актов;
составлять и оформлять отчет, содержащий информацию о ходе исполнения контракта, о соблюдении промежуточных и окончательных сроков исполнения контракта, о ненадлежащем исполнении контракта (с указанием допущенных нарушений) или о неисполнении контракта и о санкциях, которые применены в связи с нарушением условий контракта или его неисполнением, об изменении или о расторжении контракта в ходе его исполнения, об изменении контракта или о расторжении контракта;
осуществлять организацию оплаты/возврата денежных средств, организовывать уплату денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях;
обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов;
осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота;
осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ;
осуществлять процесс управления доставкой товаров покупателю используя возможности интернет-вещей;
проводить анализ перемещения покупателей по торговому залу по данным камер видео наблюдений с целью оптимизации торгового пространства;
осуществлять контроль за количеством и сроками хранения продовольственных товаров с применением датчиков контроля (интернет-вещей); использовать технологии дополненной реальности для повышения объема продаж;
применять цифровые вывески с использованием компьютерного зрения;
применять технологии интернет-вещей в организации работы торговых площадок;
управлять полочным пространством магазина в облачной ABM SHELF; оформлять факт продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС; применять электронный документооборот;
осуществлять торгово-технологические процессы, в том числе, с использованием техники эффективных коммуникаций;
применять основные ИИ-решения - системы распознавания естественного языка, интеллектуальные системы поддержки принятия решений, распознавания и синтез речи, интеллектуальный анализ текстовых документов, роботы, видео аналитика, чат-боты; оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ;
осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота;
пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внутренних внешних рынках;
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;
составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования;
проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;
обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков; обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных анализировать текущую рыночную конъюнктуру;
применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;
развивать идеи до бизнес-предложений;
оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке;
оценивать риски, связанные с бизнесом;
анализировать бизнес-концепции; предлагать идеи для дальнейшего развития;
применять методы принятия оптимальных решений;
находить аргументы в пользу идей; принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели; обосновывать и оценивать цели и ценности; представлять идеи, дизайн, видения и решения;
применять при разработке бизнес-плана специализированные программные продукты;
использовать для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии; создавать деловые электронные презентации.
собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации;
использовать методы экономического анализа;
анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов;

оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами;
разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда;
оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации;
предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации; собирать информацию о бизнес-проблемах;
анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков.
работать с различными источниками информации и использовать ее открытые источники для расширения клиентской базы и доступные информационные ресурсы организации; вести и актуализировать базу данных клиентов;
формировать отчетную документацию по клиентской базе; анализировать деятельность конкурентов;
определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных; планировать исходящие телефонные звонки, встречи, переговоры с потенциальными и существующими клиентами; вести реестр реквизитов клиентов; использовать программные продукты; планировать объемы собственных продаж; устанавливать контакт с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения; использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним; формировать коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента; планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации; использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости;
предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме;
опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; работать с возражениями клиента; применять техники по закрытию сделки; суммировать выгоды и предлагать план действий клиенту;
фиксировать результаты преддоговорной работы в установленной форме;
обеспечивать конфиденциальность полученной информации; анализировать результаты преддоговорной работы с клиентом и разрабатывать план дальнейших действий. оформлять и согласовывать договор в соответствии со стандартами и регламентами организации; подготавливать документацию для формирования заказа;
осуществлять мероприятия по размещению заказа; следить за соблюдением сроков поставки и информировать клиента о возможных изменениях; принимать корректирующие меры по соблюдению договорных обязательств;
осуществлять/контролировать отгрузку/выдачу продукции клиенту в соответствии с регламентами организации;
оформлять документацию при отгрузке/выдаче продукции; осуществлять урегулирование спорных вопросов, претензий;
организовывать работу и оформлять документацию в соответствии со стандартами организации;
соблюдать конфиденциальность информации; предоставлять клиенту достоверную информацию;
корректно использовать информацию, предоставляемую клиенту;
соблюдать в работе принципы клиентоориентированности;
обеспечивать баланс интересов клиента и организации;
обеспечивать соблюдение требований охраны.
выявлять технические ошибки в работе веб-сайта;
документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта;
формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);
выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов;
выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины;
использовать инструменты для проведения технического аудита.
разрабатывать уникальные торговые предложения;
разрабатывать рекламные модули; создавать стратегии продвижения;
сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;
обосновывать выбор целевой аудитории; создавать тексты и рекламные слоганы; определять маркетинговые стратегии;
составлять smm-стратегии; составлять контент-планы;
создавать стратегии продвижения;
сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов.
определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче;
составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;
актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";
анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины;
составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта; анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию.
создания текстов для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций;
различать виды текстов; рассчитать бюджет на создание лендинга;
писать технические задания на создание лендинга для сторонних организаций;
определять СТА для лендингов; работать с бесплатными сервисами создания лендингов;
создавать уникального торгового предложения для определенных задач;
работать с сервисами рассылок; составлять информационно-аналитические справки; оформлять отчетные документы.

3.3 Владеть навыками

поиска и систематизации открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции; проведение 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; подготовки рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка; 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; сбора информации, документов по вопросам исполнения обязательств по внешнеторговому контракту; разработки плана-графика контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту; мониторинга отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту и организация претензионной работы; подготовка предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств по внешнеторговому контракту; выполнения торгово-технологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых помощников, чат-ботов для обработки запросов покупателей с максимальной скоростью; организации торговли, в том числе с использованием камер и алгоритмов распознавания лиц для осуществления расчетов с покупателями без применения контрольно-кассовой техники; приемки товаров по количеству и качеству; соблюдения правил охраны труда; 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; расчета 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; сбора, формирования, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях; поиска и выявления потенциальных клиентов; формирования и актуализации клиентской базы; проведения мониторинга деятельности конкурентов; определения потребностей клиентов в товарах, реализуемых организацией;

формирования коммерческих предложений по продаже товаров;
 подготовки, проведения, анализа результатов преддоговорной работы и предпродажных мероприятий с клиентами;
 информирования клиентов о потребительских свойствах товаров;
 стимулирования клиентов на заключение сделки;
 взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи товаров;
 закрытия сделок; соблюдения требований стандартов организации при продаже товаров;
 использования специализированных программных продуктов в процессе оказания услуги продажи.
 сопровождения клиентов с момента заключения сделки до выдачи продукции;
 мониторинг и контроль выполнения условий договоров.
 проведения технического анализа аудируемого веб-сайта;
 проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта;
 проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.
 анализа поисковой выдачи;
 анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи;
 анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";
 определения стратегии поискового продвижения;
 проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении;
 анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.
 определения стратегии продвижения в социальных сетях.
 размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет»;
 размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет».
 разработки лендинга;
 анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы;
 анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании;
 составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.

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 06.: Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения

ОК 07.: Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

ОК 08.: Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности.

ОК 09.: Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

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.

ПК 2.1.: Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.

ПК 2.2.: Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации.

ПК 2.3.: Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий.

ПК 2.4.: Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках.

ПК 2.5.: Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов.

ПК 2.6.: Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов.

ПК 2.7.: Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности.

ПК 2.8.: Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы.

ПК 3.1.: Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.

ПК 3.2.: Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров.

ПК 3.3.: Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов.

ПК 3.4.: Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж.

ПК 3.5.: Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса.

ПК 3.6.: Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов.

ПК 3.7.: Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.

ПК 3.8.: Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.

ПК 4.1.: Определять готовность веб-сайта к продвижению.

ПК 4.2.: Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

ПК 4.3.: Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки.

ПК 4.4.: Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество.

ПК 4.5.: Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика.

ПК 4.6.: Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература и эл. ресурсы	Инте ракт.	Примечание
	Раздел 1.						
1.1	/Тема/	4					
1.2	Защита выпускной квалификационной работы. /Пр/	4	36	ОК 01. ОК 02. ОК 03. ОК 04. ОК 05. ОК 06. ОК 07. ОК 08. ОК 09. ПК 1.1. ПК 1.2. ПК 1.3. ПК 1.4. ПК 1.5. ПК 2.1. ПК 2.2. ПК 2.3. ПК 2.4. ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8. ПК 3.1. ПК 3.2. ПК 3.3. ПК 3.4. ПК 3.5. ПК 3.6. ПК 3.7. ПК 3.8. ПК 4.1. ПК 4.2. ПК 4.3. ПК 4.4. ПК 4.5. ПК 4.6. ПК 1.6.	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.10 Л2.2 Л2.3 Л2.9 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8		

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Темы письменных работ

Примерная тематика дипломных проектов (работ) , направленность 1 Товароведение

1. Определение потребности в товарах для оптовых закупок (на примере товарной группы).
2. Организация выбора поставщиков при участии торговой организации в контрактной системе закупок.
3. Коммерческая деятельность по выбору поставщиков и заключению договоров на поставку товаров.
4. Организация приемки товаров и их размещение в торговом зале (на примере товарной группы).
5. Организация контроля над исполнением обязательств по внешнеторговому контракту в оптовой организации
6. Идентификация и товароведная оценка качества и безопасности потребительских товаров (на примере однородных групп и видов товаров).
7. Формирование торгового ассортимента товаров и разработка рекомендаций по его совершенствованию.
8. Анализ ассортимента и сравнительная характеристика потребительских свойств (наименование группы товаров).
9. Анализ ассортиментной политики розничного торгового предприятия.
10. Экспертиза потребительских свойств товара, определение уровня качества и его влияния на конкурентоспособность торгового предприятия.

11. Развитие политики клиентоориентированности торгового предприятия.
12. Развитие торговли как вида экономической деятельности на основе франчайзинга.
13. Организация продаж однородными группами товаров (на примере конкретной товарной группы потребительских товаров).
14. Мерчендайзинг как система активного продвижения товаров к покупателю.
15. Совершенствование коммерческой деятельности по осуществлению продаж автотранспортных средств отечественного производства.
16. Анализ организации продаж и ассортимента товаров, предназначенных для обслуживания автомобильного транспорта.
17. Основные виды услуг послепродажного обслуживания автотранспортного средства и их эффективность.
18. Послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиента и его роль в повышении имиджа компании производителя.
19. Критический анализ видов и средств информации о потребительских товарах (на примере группы автотоваров).
20. Изучение условий хранения товаров в торговой организации.
21. Товарные потери и пути их сокращения при осуществлении торгово-технического процесса (на материалах торговой организации).
22. Повышение уровня информированности потребителя как один из факторов обеспечения безопасного потребления товаров.
23. Исследование маркировки товаров предприятия торговли как способ выявления фальсификации.
24. Программа импортозамещения на автомобильном рынке и продвижение автотранспортных средств отечественного производства.
25. Анализ структуры ассортимента, оценка качества (на примере конкретной группы товаров) и совершенствование коммерческой работы по формированию внутригруппового торгового ассортимента на основе использования ассортиментных матриц (для сетевых объектов торговли).
26. Разработка номенклатуры потребительских свойств для оценки уровня конкурентоспособности (конкретной группы товара) и совершенствование коммерческой работы по организации хозяйственных связей с поставщиками на основе ABC и XYZ -анализа.
27. Анализ структуры ассортимента, оценка потребительских свойств (на примере конкретной группы товаров) и коммерческая деятельность по изучению и прогнозированию спроса в организации торговли
28. Формирование торгового ассортимента товаров на предприятии и разработка рекомендации по его совершенствованию
29. Сохранение и оценка потребительских свойств (отдельных видов) товаров на этапах товародвижения.
30. Влияние технологии производства на формирование потребительских свойств (отдельных видов товаров).
31. Сравнительная характеристика потребительских свойств потребительских товаров отечественных и зарубежных товаропроизводителей
32. Исследование основных потребительских свойств и оценка качества потребительских товаров, реализуемых в торговой организации

Примерная тематика дипломных проектов (работ) , направленность 2 Коммерция

1. Определение потребности в товарах для оптовых закупок (на примере товарной группы).
2. Организация выбора поставщиков при участии торговой организации в контрактной системе закупок.
3. Коммерческая деятельность по выбору поставщиков и заключению договоров на поставку товаров.
4. Изучение и прогнозирование покупательского спроса
5. Организация приемки товаров и их размещение в торговом зале (на примере товарной группы).
6. Организация контроля над исполнением обязательств по внешнеторговому контракту в оптовой организации.
7. Разработка системы маркетинговых коммуникаций в торговой организации.
8. Сегментирование рынка товаров и его использование в предпринимательской деятельности торговой организации.
9. Анализ рекламной деятельности в продвижении товаров.
10. Анализ сезонных колебаний продаж товаров и их влияние на политику ценообразования торговой организации.
11. Анализ поведения потребителей и формирование конечной розничной цены товара.
12. Исследование мотивации потребительского поведения и механизмов принятия решений о покупке потребителями
13. Формирование лояльности потребителей как основы конкурентоспособности организации.
14. Сравнительная характеристика программ лояльности в торговых организациях
15. Коммерческая деятельность по формированию товарных ресурсов (на материалах торговой организации)
16. Коммерческая деятельность по управлению товарными запасами и ее совершенствование (на материалах торговой организации)
17. Коммерческая деятельность розничной торговой организации, ее эффективность
18. Совершенствование коммерческой деятельности по организации розничной продажи товаров и ее стимулирования
19. Развитие политики клиентоориентированности торгового предприятия
20. Развитие торговли как вида экономической деятельности на основе франчайзинга.
21. Анализ и оценка методов стимулирования продаж в розничной торговле.
22. Мерчендайзинг как система активного продвижения товаров к покупателю.

23. Анализ и оценка интернет-пространства коммерческой организации.
24. Разработка рекламной кампании в социальных медиа, для привлечения пользователей в интернет-сообщество.
25. Анализ и оценка деятельности по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
26. Анализ и оценка готовности веб-сайта к продвижению.
27. Анализ и оценка работ по реализации стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
28. Разработка маркетинговых материалов для торгово-промышленных выставок.
29. Анализ и оценка ведения документооборота торгово-промышленной выставки.
30. Анализ и оценка заявочной документации для регистрации организации в качестве участника торгово-промышленной выставки.
31. Анализ и оценка обеспечения работы залов и площадок для проведения деловых и дополнительных мероприятий торгово-промышленной выставки в соответствии с утвержденными графиками и требованиями
32. Анализ и оценка выполнения программы дополнительных мероприятий торгово-промышленной выставки в соответствии с утвержденным планом

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Чернухина Г. Н., Курганова Н. Ю.	Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда: учебник для студентов среднего профессионального образования, обучающихся по специальности «Коммерция (по отраслям)»: учебник	Москва: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2020
Л1.2	Маховикова Г. А., Лизовская В. В.	Цены и ценообразование в коммерции: учебник для спо	Москва: Юрайт, 2021
Л1.3	Мамедова Н. А., Байкова А. Н., Морозова О. Н.	Управление государственными и муниципальными закупками: учебник и практикум для спо	Москва: Юрайт, 2023
Л1.4	Синяева И. М., Жильцова О. Н., Земляк С. В., Синяев В. В.	Основы коммерческой деятельности: учебник для спо	Москва: Юрайт, 2023
Л1.5	Сергеев А. А.	Бизнес-планирование: учебник и практикум для спо	Москва: Юрайт, 2023
Л1.6	Жильцова О. Н., Артемяева О. А., Жильцов Д. А., Карпова С. В., Поляков В. А., Рожков И. В.	Технология интернет-маркетинга: учебник для спо	Москва: Юрайт, 2024
Л1.7	Липсиц И. В.	Цены и ценообразование: учебное пособие для спо	Москва: Юрайт, 2023
Л1.8	Рамендик Д. М.	Психология делового общения: учебник и практикум для спо	Москва: Юрайт, 2023
Л1.9	Гаврилов Л. П.	Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция: учебник и практикум для спо	Москва: Юрайт, 2023
6.1.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Памбухчианц О. В.	Технология розничной торговли: учебник	Москва: Дашков и К°, 2019
Л2.2	Акулич М. В.	Интернет-маркетинг: учебник	Москва: Дашков и К°, 2020

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.3	Башаримова С. И., Грицкова Я. В., Дасько М. В.	Организация торговли: практикум	Минск: РИПО, 2019
Л2.4	Купцова Е. В., Степанов А. А.	Бизнес-планирование: учебник и практикум для спо	Москва: Юрайт, 2023
Л2.5	Прокофьев С. Е., Кадырова Г. М., Еремин С. Г., Галкин А. И.	Управление государственными и муниципальными закупками: учебник для спо	Москва: Юрайт, 2023
Л2.6	Ямпольская Д. О.	Цены и ценообразование: учебник для спо	Москва: Юрайт, 2023
Л2.7	Чеберко Е. Ф.	Основы предпринимательской деятельности. История предпринимательства: учебник и практикум для спо	Москва: Юрайт, 2023
Л2.8	Боброва О. С., Цыбуков С. И., Бобров И. А.	Организация коммерческой деятельности: учебник и практикум для спо	Москва: Юрайт, 2023
Л2.9	Кондрашов В. М., Горфинкель В. Я.	Управление продажами: учебное пособие	Москва: Юнити, 2017
Л2.10	Памбухчиянц О. В.	Организация коммерческой деятельности: учебник для образовательных учреждений СПО: учебник	Москва: Дашков и К°, 2018

6.3.1 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

6.3.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

6.3.2.1 Справочная Правовая Система КонсультантПлюс

6.3.2.2 Информационная справочная система «Гарант»

7. МТО (оборудование и технические средства обучения)

№	Назначение	Оборудование	ПО	Адрес	Вид
50-52	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий практического и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ, проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Учебный зал судебных заседаний (344029, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, Первомайский район, ул. Сержантова, 2/104)	Демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия, Герб РФ, флаг РФ, мантии, телевизор, звуковое оборудование, Специализированная мебель: стол – 26 шт., стул – 50 шт., доска – 1 шт., компьютер – 1 шт., проектор – 1 шт., доступ в Интернет	Операционная система Microsoft Windows 10 home Приложение Офис2016 Антивирус Nod 5 academic Зарплата и управление персоналом 1С 8.3	344029, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, Первомайский район, ул. Сержантова, 2/104	