

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И МОЛОДЁЖНОЙ ПОЛИТИКИ
СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ
«АСБЕСТОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИКУМ»**

УТВЕРЖДАЮ

Директор ГАПОУ СО

«Асбестовский политехникум»

В.А. Суслопаров

«29» июня 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ОП.13 ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И БИЗНЕС-
ПЛАНИРОВАНИЕ**

для специальности СПО

38.02.03 «Операционная деятельность в логистике»

Форма обучения – очная

Срок обучения 2 года 10 месяцев

Асбест
2022

Рабочая программа учебной дисциплины «Внешекономическая деятельность и бизнес-планирование» разработана на основе маркетинговых исследований и пожеланий потенциальных работодателей к результату образования выпускников по специальности **38.02.03 «Операционная деятельность в логистике»** среднего профессионального образования, утверждённого приказом Минобрнауки №804 от 28 июля 2014 года.

Организация-разработчик: ГАПОУ СО «Асбестовский политехникум»

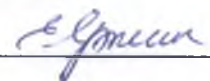
Разработчики:

Смирнова Надежда Петровна, преподаватель ГАПОУ СО «Асбестовский политехникум», г. Асбест

РАССМОТРЕНО

цикловой комиссией информационных технологий и экономических дисциплин, протокол № 5

«27» июня 2022 г.

Председатель  Е.А. Ярышева

СОГЛАСОВАНО

Методическим советом, протокол № 3

«29» июня 2022 г.

Председатель  Н.Р. Караваева

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	4
СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	6
УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	18
КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	20

1 ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы маркетинга, внешнеэкономическая деятельность и бизнес-планирование

1.1 Область применения программы

Программа вариативной учебной дисциплины является частью профессиональной образовательной программы по специальности **38.02.03 «Операционная деятельность в логистике»** среднего профессионального образования в части формирования:

общих компетенций:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.

ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

дополнительных профессиональных компетенций:

– владеть методами коммуникации при организации совместной деятельности подразделения и работы с заказчиками.

– владеть методикой оценивания эффективности деятельности в процессе разработки бизнес-плана.

1.2 Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы:

Общепрофессиональные дисциплины (вариативная часть)
профессионального цикла.

1.3 Цели и задачи учебной дисциплины – требования к результатам освоения дисциплины.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

уметь

- использовать экономическую и нормативную документацию в своей профессиональной деятельности;
- использовать компьютерную технику;
- осуществлять маркетинговые коммуникации;
- анализировать внешнеэкономическую среду, работать с различными источниками внешнеэкономической информации;
- разрабатывать условия контрактов, оформлять коммерческие сделки;
- готовить коммерческие документы, необходимые для осуществления внешнеэкономических операций;
- разрабатывать схему предпринимательской бизнес-операции;
- разрабатывать разделы бизнес-плана;
- использовать компьютерную технику при разработке бизнес-плана.

знать

- суть маркетинговой деятельности предприятия в условиях рынка;
- механизмы ценообразования;
- виды стимулирования продвижения товара на рынок;
- правила разработки рекламной компании организации.
- сущность, содержание, виды внешнеэкономической деятельности;
- порядок и способы действий в процессе реализации внешнеэкономических функций организаций;
- особенности и методику продвижения продукта на внешний рынок;
- законодательные основы осуществления ВЭД.
- содержание бизнес-плана.

1.4 Количество часов на освоение учебной дисциплины:

максимальной учебной нагрузки обучающегося 181 часа, в том числе:
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося 121 час;
самостоятельной работы обучающегося 60 часа.

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	<i>Объем часов</i>
Максимальная учебная нагрузка (всего)	<i>181</i>
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	<i>121</i>
в том числе:	
практические занятия	<i>54</i>
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	<i>60</i>
в том числе:	
внеаудиторная самостоятельная работа	<i>60</i>
<i>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета</i>	

2.2 Тематический план и содержание учебной дисциплины

ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА, ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические работы, самостоятельная работа обучающихся	Количество часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Часть 1 "Основы маркетинга"		62	
Тема 1	Содержание учебного материала	2	
Предмет, цели и задачи дисциплины	Понятия: маркетинг, рынок. Предмет дисциплины, его цели и задачи. Межпредметные связи с другими дисциплинами. Значение дисциплины в подготовке специалистов. Совершенствование маркетинга в современных условиях. Основные концепции развития рыночных отношений, их отличительные особенности.	2	1
Тема 2	Содержание учебного материала	2	
Структура маркетинговой деятельности и классификация маркетинга	Классический комплекс маркетинга Ключевые моменты: товар, цена, распространение (сбыт), стимулирование (продвижение товара); понятие, назначение. Составляющие элементы структуры маркетинговой деятельности: цели и задачи, функции, принципы, классификация, объекты, субъекты. Основные виды маркетинга По сфере применения; по приоритетности задач.	2	1
Тема 3	Содержание учебного материала	1	
Объекты маркетинговой деятельности	Объекты: нужда, потребность, спрос. Определение понятий, их общность и различия. Классификация потребностей. Виды спроса, их краткая характеристика. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий.	1	1
Тема 4	Содержание учебного материала	3	
Субъекты маркетинговой деятельности	Субъекты маркетинга Службы и отделы маркетинга в организациях, специализированные маркетинговые организации. Организационная структура управления маркетингом. Потребители Понятие, классификация потребителей.	1	2
	Практические работы 1. Анализ поведения потребителей при совершении покупок.	2	

Тема 5 Сегментирование рынка	Содержание учебного материала	4	
	Основные понятия: сегментирование, сегмент и ниша рынка. Признаки сегментирования потребительского рынка. Критерии выбора сегмента рынка. Позиционирование товара.	2	2
	Практические работы 2. Выбор целевого рынка какой-либо фирмы.	2	
Тема 6 Окружающая среда маркетинга	Содержание учебного материала	3	
	Окружающая среда маркетинга: понятие; виды; факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда маркетинга. Макросреда маркетинга.	1	2
	Практические работы 3. Описать окружающую среду какой-либо фирмы.	2	
Тема 7 Конкурентная среда	Содержание учебного материала	1	
	Основные понятия конкуренции Конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров, конкурентные преимущества. <i>Антимонопольное законодательство</i>	1	1
Тема 8 Маркетинговые исследования рынка	Содержание учебного материала	9	
	Маркетинговые исследования рынка Понятие, цели и задачи, объекты. Виды исследований. Схема маркетинговых исследований Маркетинговая информация. Маркетинговая информационная система (МИС). Методы маркетинговых исследований Организация маркетинговых исследований. Важнейшие направления маркетинговых исследований. Маркетинговые исследования товарных рынков.	2	3
	Практические работы 4. Разработать анкету для решения какой-либо проблемы.	2	
	Самостоятельная работа Провести маркетинговые исследования по какому-либо товару.	5	
Тема 9 Средства маркетинга	Содержание учебного материала	4	
	Классификация средств маркетинга Средства удовлетворения потребностей; средства стимулирования сбыта. Товарная политика Маркетинговое понятие товара. ЖЦТ, его основные этапы. Разработка новых товаров. Средства стимулирования сбыта: ценовая и сбытовая политика.	2	2
	Практические работы 5. Выбор товарной марки, определение ЖЦТ товара.	2	

Тема 10 Ценовая политика	Содержание учебного материала	4	
	Основные понятия ценовой политики Цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Факторы, влияющие на формирование цен. Стратегия ценообразования Стратегия ценообразования. Особенности стратегии ценообразования на новые и известные товары.	2	2
	Практические работы 6. Расчет цены товара различными методами.	2	
Тема 11 Сбытовая политика	Содержание учебного материала	6	
	Основные понятия сбытовой политики Сбыт, распределение, реализация товаров, сбытовая политика. Цели, задачи и основные направления сбытовой политики. Виды сбыта. Средства сбыта. Критерии выбора каналов сбыта. Торговые посредники Виды и типы торговых посредников.	2	3
	Практические работы 7. Выбор посредника и разработка контракта с ним.	2	
	Самостоятельная работа Доработка контракта начатого в аудитории.	2	
Тема 12 Методы маркетинга. Реклама	Содержание учебного материала	8	
	Классификация методов маркетинга Назначение, разновидности методов, их возможности, достоинства и недостатки. Реклама, пропаганда, личная продажа, моральное и материальное стимулирование. Реклама Понятия, назначения. Требования. Классификация. Рекламная компания фирмы. Правила разработки. Методы оценки эффективности рекламы.	2	2
	Практические работы 8. Разработка мероприятий по стимулированию сбыта. Разработка рекламы.	2	
	Самостоятельная работа Оформить разработанную рекламу на компьютере	4	
Тема 14 Стратегия и планирование маркетинга	Содержание учебного материала	4	
	Стратегия маркетинга Определение понятий: стратегия и тактика. Направления и виды стратегий маркетинга. Стратегическое планирование. Основные этапы. Контроль выполнения стратегических планов Необходимость. Последовательность. Вывод по результатам.	2	3
	Практические работы 9. Выбор стратегии развития фирмы.	2	

Самостоятельная работа - написать реферат на одну из изученных тем. Темы рефератов: 1. Понятие и сущность маркетинга. 2. Сегментирование рынка. 3. Окружающая среда маркетинга. 4. Основы товарной политики фирмы. 5. Конкуренция и конкуренты. 6. Ценовая политика фирмы. 7. Сбытовая политика фирмы. 8. Комплекс стимулирования сбыта. 9. Маркетинговые исследования рынка. 10. Стратегия и планирование маркетинга.		9	
Контрольная работа по Основам маркетинга		2	
Часть 2 "Внешеэкономическая деятельность"		48	
Тема 1 Сущность внешнеэкономической деятельности	Содержание учебного материала	2	
	ВЭД. Международная торговля Сущность, цели и задачи ВЭД организации. Формы ВЭД. Международная торговля. Международный маркетинг Специфика международного маркетинга. Исследование международных рынков. Выход предприятия на внешний рынок: этапы, стратегические решения и методы выхода. Структура комплекса маркетинга, ориентированного на внешние рынки.	2	1
Тема 2 Экспортная товарная политика	Содержание учебного материала	6	
	Экспортная товарная политика как основа системы международного маркетинга. Международная конкурентоспособность товара и факторы ее определяющие. Элементы товарной политики и особенности решений, принимаемых по ним предприятие на внешних рынках. Основные функции системы управления экспортным ассортиментом продукции.	2	3
	Практические работы 1. Выработка оптимальной экспортной товарной стратегии.	2	
	Самостоятельная работа Доработка практической работы «Выработка оптимальной экспортной товарной стратегии»	2	
Тема 3 Сбытовая политика во внешней торговле	Содержание учебного материала	1	
	Сущность и задачи экспортной сбытовой политики. Выбор канала сбыта (прямой и косвенный сбыт). Формы организации распределения товара: собственные органы сбыта, сторонние сбытовые организации (посредники). Международная маркетинговая логистика.	1	

Тема 4 Продвижение товара на международные рынки	Содержание учебного материала	7	
	Цели и содержание коммуникационной политики, ориентированной на международные рынки. Средства формирования спроса и стимулирования сбыта. Способы распространения сообщения о товаре. Фирменный стиль. Связь с общественностью. Стратегии применения рекламы. Выбор рекламного агентства. Основные формы стимулирования сбыта экспортной продукции.	1	2
	Практические работы 2. Выбор эффективных форм и средств коммуникационной политики на внешнем рынке.	4	
	Самостоятельная работа Доработка практической работы «Выбор эффективных форм и средств коммуникационной политики на внешнем рынке (ситуационная задача)».	2	
Тема 5 Международная предпринимательская деятельность	Содержание учебного материала	2	
	Международная предпринимательская деятельность Основные цели, формы, принципы и условия. Свободные экономические зоны. Совместное предпринимательство Формы, разработка, подписание и регистрация учредительных документов. Основные цели создания международных СП.	2	1
Тема 6 Коммерческие операции во внешнеэкономической деятельности	Содержание учебного материала	12	
	Внешиэкономические коммерческие операции Сущность и классификация. Нормативные документы, регламентирующие международную торговлю. Внешнеторговый контракт. Структура и содержание. Валютно-финансовые условия. Ответственность сторон.	2	3
	Практические работы 3. Составление внешнеторгового контракта.	4	
	Самостоятельная работа Разработать какой-либо внешнеторговый контракт.	6	
Тема 7 Регулирование внешнеэкономической деятельности	Содержание учебного материала	8	
	Методы государственного регулирования ВЭД. Таможенно-тарифные методы. Нетарифные (количественные) ограничения. Всемирная Торговая организации (ВТО), Международная торговая палата и др.	2	3
	Практические работы 4. Работа с нормативными документами, регулирующими внешнеэкономическую деятельность.	2	
	Самостоятельная работа Продолжение работы с нормативными документами, регулирующими ВЭД.	4	

Тема 8 Международная транспортировка грузов. Таможенное обслуживание	Содержание учебного материала	8	
	Международные перевозки. Договоры и их оформление. Системы товарно-сопроводительных документов. Транспортно-экспедиционное обслуживание. Посредничество. Страхование грузов. Таможенный кодекс РФ. Таможенное обслуживание ВЭС. Таможенный контроль. Таможенное оформление грузов. Грузовая таможенная декларация. Таможенные тарифы и платежи.	2	3
	Практические работы 5. Оформление документов при международной транспортировке грузов.	4	
	Самостоятельная работа Продолжение оформления документов при международной транспортировке грузов.	2	
Контрольная работа по Внешнеэкономической деятельности		2	
Часть 3 "Бизнес-планирование"		71	
Тема 1 Бизнес-план, его назначение	Содержание учебного материала	2	
	Понятие бизнес-плана. Задачи, требования к разработке. Этапы бизнес-планирования.	2	1
Тема 2 Содержание бизнес-плана	Содержание учебного материала	8	
	Содержание бизнес-плана. Схема предпринимательской бизнес-операции.	4	3
	Практические работы 1. Разработка схемы бизнес-операции.	2	
	Самостоятельная работа Доработать схему бизнес-операции, начатую на практическом занятии.	2	
Тема 3 Разделы бизнес- плана: «Виды товаров (услуг)», «Рынки сбыта товаров (услуг)», «Конкуренция на рынках сбыта»	Содержание учебного материала	12	
	Содержание разделов «Виды товаров (услуг)», «Рынки сбыта товаров (услуг)», «Конкуренция на рынках сбыта».	4	3
	Практические работы 2. Разработка разделов бизнес-плана «Виды товаров (услуг)», «Рынки сбыта товаров (услуг)», «Конкуренция на рынках сбыта».	4	
	Самостоятельная работа Доработать разделы бизнес-плана, начатые на практическом занятии.	4	
Тема 4 Раздел бизнес- плана «План маркетинга»	Содержание учебного материала	8	
	Содержание раздела «План маркетинга»	4	3
	Практические работы 3. Разработка раздела «План маркетинга».	2	
	Самостоятельная работа Доработать раздел бизнес-плана, начатый на практическом занятии.	2	

Тема 5 Раздел бизнес-плана «Организационный план»	Содержание учебного материала	8	
	Содержание раздела «Организационный план»: организационная структура фирмы, режим работы, персонал фирмы, оплата труда и т.п.	4	3
	Практические работы 4. Разработка раздела «Организационный план».	2	
	Самостоятельная работа Доработать раздел бизнес-плана, начатый на практическом занятии.	2	
Тема 6 Разделы бизнес-плана: «Правовое обеспечение деятельности фирмы», «Оценка риска и страхование», «Финансовый план», «Стратегия финансирования»	Содержание учебного материала	14	
	Содержание раздела «Правовое обеспечение деятельности фирмы», «Оценка риска и страхование», «Финансовый план», «Стратегия финансирования».	6	3
	Практические работы 5. Разработка разделов «Правовое обеспечение деятельности фирмы», «Оценка риска и страхование». 6. Разработка раздела «Финансовый план» 7. Разработка раздела «Стратегия финансирования».	4	
	Самостоятельная работа Доработать разделы бизнес-плана, начатые на практическом занятии.	4	
Тема 7 Сводный раздел бизнес-плана (резюме)	Содержание учебного материала	19	
	Содержание сводного раздела: основные данные из всех разделов бизнес-плана. Защита бизнес-плана.	7	3
	Практические работы 8. Разработка сводного раздела бизнес-плана (резюме).	2	
	Самостоятельная работа Доработать разделы бизнес-плана, начатые на практических занятиях, оформить отчетную работу в виде единого бизнес-плана какой-либо фирмы.	10	
Дифференцированный зачет			
Всего:		181	
аудиторная работа		121	
самостоятельная работа		60	

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1. – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
2. – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
3. – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Требования к материально-техническому обеспечению

Реализация программы учебной дисциплины требует наличия кабинета «Экономика организации».

Оборудование учебного кабинета:

посадочные места по количеству обучающихся;

рабочее место преподавателя;

папки с раздаточными материалами по темам.

Технические средства обучения: компьютер с лицензионным программным обеспечением, мультимедийное оснащение, мультимедиа проектор, мультимедиа экран, доска для плакатов.

3.2 Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

1. Академия рынка. Маркетинг. – М.: Экономика, 2017.
2. Просветов Г.И. Маркетинг: Учебно-практическое пособие. М.: Альфа-Пресс, 2018.
3. Голубков Е.П. Маркетинг: выбор лучшего решения. – М.: Экономика, 2017.
4. Завьялов П.С., Демидов В.Е. Формула успеха: маркетинг. – М.: Международные отношения, 2017.
5. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 2017.
6. Моррис Р. Маркетинг: ситуации и примеры. – М.: Банки и биржи, 2017.
7. Основы предпринимательского дела. /Под ред. Осипова К.М. – М.: Тритон, 2017.
8. Основы предпринимательской деятельности. /Под ред. Власовой В.М. – М.: Финансы и статистика, 2017.
9. Современный маркетинг. /Под ред. Хруцкого В.Е. – М.: Финансы и статистика, 2018.
10. Закон РФ «О государственном регулировании внешнеторговой деятельности».
11. Таможенный кодекс РФ.
12. Кретов И.И., Садченко К.В. Логистика во внешнеторговой деятельности: Учебное пособие, 3-е издание, переработанное и дополненное. - М.: Дом и сервис, 2018.
13. Покровская В.В. «Организация и регулирование внешнеэкономической деятельности: Учебник. - М.: Юристъ, 2017.
14. Прокушев Е.Ф. Внешнеэкономическая деятельность: Учебное пособие. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К^о", 2017.
15. Стровский Л.Е. Основы внешнеэкономической деятельности. - М.: ЮНИТИ, 2017.

16. Фомичев В.И. Международная торговля: Учебник: ИНФРА, 2017.
17. Липсиц И.В. Бизнес-план – основа успеха. - М.: Машиностроение, 2017.
18. Липсиц И.В. Экономика без тайн. - М.: Дело, 2017.
19. Липсиц И.В. Что такое бизнес-план и как его составить. - М.: изд. центр «Молодая гвардия», 2017.
22. Буров В.П. и др. Бизнес-план: методика составления. - М.: ЦИПКК АП, 2017.
23. Под редакцией Маниловского Р.Г. Бизнес-план: методические материалы. - М.: Финансы и статистика, 2017.

Интернет-ресурсы:

1. Яндекс - учебные материалы по маркетингу.
2. Яндекс - учебные материалы по внешнеэкономической деятельности
3. Яндекс - учебные материалы по бизнес-планированию,
4. <http://www.consultant.ru> - студенту и преподавателю,
5. <http://www.garant.ru> - каталог производителей,
6. <http://kodeks.ru> - студенту и преподавателю.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ГАПОУ СО «Асбестовский политехникум», реализующее подготовку по учебной дисциплине, обеспечивает организацию и проведение промежуточной аттестации и текущего контроля индивидуальных образовательных достижений – демонстрируемых обучающимися знаний, умений и навыков.

Текущий контроль проводится преподавателем в процессе проведения практических занятий работ, тестирования.

Обучение учебной дисциплине завершается промежуточной аттестацией в форме дифференцированного зачета в 4 семестре.

Формы и методы промежуточной аттестации и текущего контроля по учебной дисциплине самостоятельно разрабатываются преподавателем и доводятся до сведения обучающихся не позднее начала двух месяцев от начала обучения.

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Основные показатели результатов подготовки	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
уметь – использовать экономическую и нормативную документацию в своей профессиональной деятельности; – использовать компьютерную технику; – осуществлять маркетинговые коммуникации; – анализировать внешнеэкономическую среду, работать с различными источниками внешнеэкономической информации; – разрабатывать условия контрактов, оформлять коммерческие сделки; – готовить коммерческие документы, необходимые для осуществления внешнеэкономических операций; – разрабатывать схему предпринимательской бизнес-операции; – разрабатывать разделы бизнес-плана;	– пользуется различными справочниками и всевозможными источниками для поиска необходимой информации; – оформляет практические и внеаудиторные работы, используя компьютерную технику; – перечисляет и приводит содержание различных видов коммуникации; – пользуется различными источниками внешнеэкономической информации выполняя анализ внешнеэкономической среды предприятия; – разрабатывает условия контрактов для оформления коммерческих сделок; – оформляет контракты по коммерческим сделкам – разрабатывать схему предпринимательской бизнес-операции; – разрабатывать разделы бизнес-плана;	Отчетные самостоятельные работы Отчетные самостоятельные работы Отчетные самостоятельные работы Отчетные самостоятельные работы Отчетные самостоятельные работы Отчетные самостоятельные работы Отчетные самостоятельные работы Разработанная схема бизнес-операции Разработанные разделы бизнес-плана

– использовать компьютерную технику при разработке бизнес-плана. знать – суть маркетинговой деятельности предприятия в условиях рынка; – механизмы ценообразования; – виды стимулирования продвижения товара на рынок; – правила разработки рекламной компании организации; – сущность, содержание, виды внешнеэкономической деятельности; – порядок и способы действий в процессе реализации внешнеэкономических функций организаций; – особенности и методику продвижения продукта на внешний рынок; – законодательные основы осуществления ВЭД. – содержание бизнес-плана	– использовать компьютерную технику при разработке бизнес-плана. – приводит преимущества маркетинговой деятельности в условиях рынка; – приводит различные механизмы ценообразования; – перечисляет различные способы стимулирования продвижения; – перечисляет правила разработки рекламной компании организации; – перечисляет виды ВЭС, их сущность; – называет последовательность выполнения внешнеэкономических операций; – называет особенности международного маркетинга; – перечисляет законодательные акты ведения ВЭД компании. – содержание бизнес-плана	Бизнес-план, разработанный и оформленный на компьютере Опрос, тестирование Опрос, тестирование Опрос, тестирование Опрос, тестирование Опрос, тестирование Опрос, тестирование Опрос, тестирование Разработанные разделы бизнес-плана
--	---	--