



**ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ЗАПАДНО-УРАЛЬСКИЙ ГОРНЫЙ ТЕХНИКУМ»**

---

**УТВЕРЖДАЮ**  
Директор ЧОУ ПО «ЗУГТ»  
А.В. Теленков  
*«08» апреля 2024 г.*

**Приложение 5**  
к ОПОП по специальности  
38.02.08 Торговое дело

**ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ**

**ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ**

**38.02.08 Торговое дело**

**Пермь, 2024 год**

## СОДЕРЖАНИЕ

- 1. СТРУКТУРА ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ  
ДЕМОНСТРАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА ПРОФИЛЬНОГО УРОВНЯ**
- 2. КОМПЛЕКС ТРЕБОВАНИЙ И РЕКОМЕНДАЦИЙ  
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ДЕМОНСТРАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА ПРОФИЛЬНОГО УРОВНЯ**
- 3. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЗАЩИТЫ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ  
(ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТА)**

# 1. СТРУКТУРА ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ДЕМОНСТРАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА ПРОФИЛЬНОГО УРОВНЯ

## 1.1. Структура оценочных материалов

Оценочные материалы для проведения демонстрационного экзамена включают в себя комплект(ы) оценочной документации, варианты заданий и критерии оценивания.

## 1.2. Структура комплекта оценочной документации

Комплект оценочной документации (далее – КОД) включает следующие разделы:

1. Комплекс требований для проведения демонстрационного экзамена.
2. Перечень оборудования и оснащения, расходных материалов, средств обучения и воспитания.
3. План застройки площадки демонстрационного экзамена.
4. Требования к составу экспертных групп.
5. Инструкции по технике безопасности.
6. Образец задания.

# 2. КОМПЛЕКС ТРЕБОВАНИЙ И РЕКОМЕНДАЦИЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ДЕМОНСТРАЦИОННОГО ЭКЗАМЕНА ПРОФИЛЬНОГО УРОВНЯ

## 2.1. Организационные требования:

1. Демонстрационный экзамен профильного уровня проводится с использованием КОД, включенных образовательными организациями в программу ГИА.
2. Задания демонстрационного экзамена доводятся до главного эксперта в день, предшествующий дню начала демонстрационного экзамена.
3. Образовательная организация обеспечивает необходимые технические условия для обеспечения заданиями во время демонстрационного экзамена выпускников, членов ГЭК, членов экспертной группы.
4. Демонстрационный экзамен проводится в ЦПДЭ, представляющем собой площадку, оборудованную и оснащенную в соответствии с КОД.
5. ЦПДЭ может располагаться на территории образовательной организации, а при сетевой форме реализации образовательных программ — также на территории иной организации, обладающей необходимыми ресурсами для организации ЦПДЭ.
6. Выпускники проходят демонстрационный экзамен в ЦПДЭ в составе экзаменационных групп.
7. Образовательная организация знакомит с планом проведения демонстрационного экзамена выпускников, сдающих демонстрационный экзамен, и лиц, обеспечивающих проведение демонстрационного экзамена, в срок не позднее чем за 5 (пять) рабочих дней до даты проведения экзамена.
8. Количество, общая площадь и состояние помещений, предоставляемых для проведения демонстрационного экзамена, должны обеспечивать проведение демонстрационного экзамена в соответствии с КОД.
9. Не позднее чем за один рабочий день до даты проведения демонстрационного экзамена главным экспертом проводится проверка готовности ЦПДЭ в присутствии членов экспертной группы, выпускников, а также технического эксперта, назначаемого организацией, на территории которой расположен ЦПДЭ, ответственного за соблюдение установленных норм и правил охраны труда и техники безопасности.
10. Главным экспертом осуществляется осмотр ЦПДЭ, распределение обязанностей между членами экспертной группы по оценке выполнения заданий демонстрационного экзамена, а также распределение рабочих мест между выпускниками с использованием способа случайной выборки. Результаты распределения обязанностей между членами экспертной группы и

распределения рабочих мест между выпускниками фиксируются главным экспертом в соответствующих протоколах.

11. Выпускники знакомятся со своими рабочими местами под руководством главного эксперта, также повторно знакомятся с планом проведения демонстрационного экзамена, условиями оказания первичной медицинской помощи в ЦПДЭ. Факт ознакомления отражается главным экспертом в протоколе распределения рабочих мест.

12. Допуск выпускников в ЦПДЭ осуществляется главным экспертом на основании документов, удостоверяющих личность.

13. Образовательная организация обязана не позднее чем за один рабочий день до дня проведения демонстрационного экзамена уведомить главного эксперта об участии в проведении демонстрационного экзамена тьютора (ассистента).

## 2.2. Рекомендуемое содержание КОД

### Компетенции, рекомендуемые для включения в содержание КОД

Код и наименование вида деятельности	Код и наименование профессионального модуля, в рамках которого осваивается ВД	Перечень оцениваемых ПК
<b>В соответствии с ФГОС СПО</b>		
ВД.01 Организация и осуществление торговой деятельности	ПМ. 01 Организация и осуществление торговой деятельности	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
ВД.02 Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров (по выбору)	ПМ.02 Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров	ПК 2.1. Осуществлять кодирование товаров, в том числе с применением цифровых технологий;
		ПК 2.2. Идентифицировать ассортиментную принадлежность

		<p>потребительских товаров</p> <p>ПК 2.3. Создавать условия для сохранности количественных и качественных характеристик товара на разных этапах товародвижения товаров</p> <p>ПК 2.4. Выполнять операции по оценке качества и организации экспертизы потребительских товаров</p> <p>ПК 2.5. Осуществлять управление ассортиментом товаров, в том числе с использованием искусственного интеллекта и сквозных цифровых технологий</p>
ВД.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли (по выбору)	ПМ.02 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	<p>ПК 2.1. Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга</p> <p>ПК 2.2. Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации</p> <p>ПК 2.3. Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий</p> <p>ПК 2.4. Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках</p> <p>ПК 2.5. Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов</p> <p>ПК 2.6. Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов</p> <p>ПК 2.7. Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности</p> <p>ПК 2.8. Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы</p>
ВД.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами (по выбору)	ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами (по выбору)	<p>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</p> <p>ПК 3.2. Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров;</p> <p>ПК 3.3. Обеспечивать эффективное</p>

		<p>взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов</p> <p>ПК 3.4. Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж;</p> <p>ПК 3.5. Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса</p> <p>ПК 3.6. Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов</p> <p>ПК 3.7. Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий</p> <p>ПК 3.8. Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий</p>
<p>ВД.03 Осуществление продаж автотранспортных средств, космических продуктов, услуг и технологий и координация работы с клиентами (по выбору)</p>	<p>ПМ.03 Осуществление продаж автотранспортных средств, космических продуктов, услуг и технологий и координация работы с клиентами (по выбору)</p>	<p>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</p> <p>ПК 3.2. Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров</p> <p>ПК 3.3. Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами в процессе оказания услуги продажи и (или) выкупа товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов</p> <p>ПК 3.4. Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж</p> <p>ПК 3.5. Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса</p> <p>ПК 3.6. Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов</p> <p>ПК 3.7. Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием</p>

		цифровых и информационных технологий
		ПК 3.8. Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий
ВД.03 Осуществление продаж информационно-коммуникационных продуктов и технологий и координация работы с клиентами (по выбору)	ПМ.03 Осуществление продаж информационно-коммуникационных продуктов и технологий и координация работы с клиентами (по выбору)	ПК 3.1. Осуществлять сопровождение базы данных инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих, 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. Осуществлять подготовку коммерческих предложений и проведение презентаций инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих потенциальным клиентам
		ПК 3.4. Организовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж
		ПК 3.5. Консультировать клиентов по использованию и возможностям инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих
		ПК 3.6. Осуществлять контроль всего цикла продаж инфокоммуникационных продуктов и (или) их составляющих, в том числе с использованием специализированных 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
ВД.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору)	ПМ.03 Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору)	ПК 3.1. Определять готовность веб-сайта к продвижению
		ПК 3.2. Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
		ПК 3.3. Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки
		ПК 3.4. Проводить рекламные кампании

		в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество
		ПК 3.5. Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика
		ПК 3.6. Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
ВД.04 Организация и осуществление выставочной деятельности (по выбору)	ПМ.04 Организация и осуществление выставочной деятельности (по выбору)	ПК 3.1. Осуществлять формирование, ведение клиентской базы, а также мероприятий деловой и дополнительной программы выставок и их актуализацию, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий
		ПК 3.2. Оформлять маркетинговые материалы о торгово-промышленных выставках
		ПК 3.3. Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки
		ПК 3.4. Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество
		ПК 3.5. Организовывать проведение торгово-промышленной выставки в соответствии с заявленной программой и соглашениями с соблюдением требований нормативных правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения
		ПК 3.6. Осуществлять контроль исполнения клиентами обязательств по оплате участия в торгово-промышленной выставке
		ПК 3.7. Консультировать участников торгово-промышленной выставки по вопросам оптимальной организации их участия

### 2.3. Требования к оцениванию

Максимально возможное количество баллов	<b>100</b>
---	------------

#### Рекомендуемая схема перевода результатов демонстрационного экзамена из столбальной шкалы в пятибалльную

Оценка (пятибалльная шкала)	«2»	«3»	«4»	«5»
Оценка в баллах (столбальная шкала)	0,00 – 19,99	20,00 – 39,99	40,00 – 69,99	70,00 – 100,00



## **2.4. Учет в КОД условий для лиц с ограниченными возможностями здоровья и выпускников из числа детей-инвалидов и инвалидов**

Для выпускников из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и выпускников из числа детей-инвалидов и инвалидов в КОД учитываются условия, позволяющие проводить демонстрационный экзамен профильного уровня с учетом особенностей и возможностей такой категории лиц.

## **3. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЗАЩИТЫ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ (ДИПЛОМНОГО ПРОЕКТА)**

Дипломный проект (работа) направлен на систематизацию и закрепление знаний выпускника по специальности, а также определение уровня готовности выпускника к самостоятельной профессиональной деятельности. Дипломный проект (работа) предполагает самостоятельную подготовку (написание) выпускником проекта (работы), демонстрирующего уровень знаний выпускника в рамках выбранной темы, а также сформированность его профессиональных умений и навыков.

Тематика дипломных проектов (работ) определяется образовательной организацией. Выпускнику предоставляется право выбора темы дипломного проекта (работы), в том числе предложения своей темы с необходимым обоснованием целесообразности ее разработки для практического применения. Тема дипломного проекта (работы) должна соответствовать содержанию одного или нескольких профессиональных модулей, входящих в образовательную программу среднего профессионального образования.

Для подготовки дипломного проекта (работы) выпускнику назначается руководитель и при необходимости консультанты, оказывающие выпускнику методическую поддержку.

### **3.1. Примерная тематика дипломных (выпускных квалификационных) работ:**

1. Совершенствование организации снабжения и производства на коммерческом предприятии
2. Совершенствование системы закупок и продаж в оптово- посреднической фирме
3. Совершенствование процессов снабжения на коммерческом предприятии
4. Совершенствование материально-технического снабжения на коммерческом предприятии
5. Совершенствование закупочной деятельности коммерческого предприятия
6. Управление закупочной деятельностью на предприятии с сезонным характером продаж
7. Совершенствование управления закупочной деятельности на предприятии
8. Совершенствование организационной деятельности отдела закупок коммерческого предприятия
9. Совершенствование системы снабжения предприятия.
10. Совершенствование системы закупок на предприятии.
11. Совершенствование организации материально-технического обеспечения коммерческого предприятия сырьем и материалами
12. Совершенствование процесса закупок коммерческого предприятия.
13. Совершенствование организации заготовительной деятельности на строительном предприятии
14. Формирование плана закупок на торгово-закупочном предприятии
15. Создание логистической цепочки поставки.
16. Совершенствование системы продаж продукции на коммерческом предприятии
17. Совершенствование сбытовой деятельности коммерческого предприятия с использованием информационных технологий
18. Совершенствование организации сбыта на коммерческом предприятии

19. Организация продаж на коммерческом предприятии
20. Совершенствование сбыта продукции на коммерческом предприятии
21. Совершенствование системы сбыта продукции на предприятии
22. Организация сбыта готовой продукции на коммерческом предприятии
23. Совершенствование системы управления сбытом коммерческого предприятия
24. Стратегия стимулирования сбыта на предприятиях научно-исследовательской сферы
25. Особенности организации продаж на рынке цельностеклянных ограждающих конструкций
26. Совершенствование процессов сбыта на коммерческом предприятии
27. Организация сбытовой сети
28. Совершенствование управления розничными продажами на примере компании
29. Организация, планирование сбытовой деятельности предприятия
30. Формирование стратегического товарного ассортимента коммерческого предприятия
31. Анализ сбытовой деятельности коммерческого предприятия
32. Совершенствование сбытовой деятельности коммерческого предприятия
33. Формирование рациональной структуры программы сбыта продукции
34. Стимулирование сбыта продукции на коммерческом предприятии
35. Формирование портфеля заказов коммерческого предприятия
36. Совершенствование сети сбыта продукции на коммерческом предприятии
37. Мероприятия по стимулированию сбытовой деятельности организации
38. Совершенствование сбытовой деятельности предприятия оптовой торговли
39. Совершенствование системы сбыта на коммерческом предприятии
40. Совершенствование продаж на коммерческом предприятии
41. Совершенствование сбыта продукции на коммерческом предприятии
42. Совершенствование сбытовой деятельности предприятия на примере конкретной организации.
43. Организация сбытовой деятельности предприятия
44. Совершенствование системы сбыта на предприятии оптовой торговли
45. Формирование стратегии стимулирования сбыта на примере коммерческого предприятия
46. Стимулирование продаж на коммерческом предприятии
47. Организация системы сбыта на коммерческом предприятии
48. Совершенствование сбыта продукции на коммерческом предприятии
49. Совершенствование систем управления продажами продукции коммерческим предприятием
50. Развитие агентской сети для сбыта
51. Совершенствование системы сбыта на предприятии
52. Разработка плана продаж коммерческого предприятия.
53. Стратегия продаж продукции производственно-технического назначения
54. Совершенствование сбытовой деятельности интернет-узла
55. Мониторинг рынка продаж
56. Анализ рынка коммерческого предприятия
57. Обоснование и выбор направлений развития коммерческого предприятия
58. Формирование корпоративного имиджа коммерческого предприятия
59. Формирование стратегии создания новой продукции фирмы
60. Обоснование стратегии развития коммерческого предприятия
61. Разработка стратегии поведения коммерческого предприятия на

- Рынке.
62. Разработка стратегии коммерческого предприятия
  63. Разработка стратегии выхода на внешний рынок
  64. Стратегия развития торгово-посреднической фирмы
  65. Особенности стратегического планирования на предприятии
  66. Разработка конкурентной стратегии коммерческого предприятия
  67. Разработка стратегии продвижения нового товара на рынок
  68. Формирование стратегии продвижения товарной продукции
  69. Разработка маркетинговой стратегии предприятия
  70. Совершенствование организации коммерческой деятельности
  71. Совершенствование системы планирования на предприятии
  72. Совершенствование хозяйственной деятельности предприятия
  73. Планирование предпринимательской деятельности на предприятии
  74. Формирование адаптивной системы управления предпринимательской деятельностью
- регионального представительства коммерческого предприятия
75. Разработка антикризисной стратегии в условиях современной экономики
  76. Формирование стратегии роста коммерческого предприятия
  77. Организационно-экономическое обоснование необходимости открытия
  78. Экономическое обоснование целесообразности открытия филиала компании
  79. Оценка стоимости коммерческого предприятия
  80. Совершенствование ассортиментной политики на коммерческом предприятии
- оптовой торговли
81. Пути повышения конкурентоспособности группы потребительских товаров
  82. Формирование товарного ассортимента в сфере торговли и оценка его эффективности
- интернет рекламы
83. Совершенствование маркетинговой деятельности интернет-магазина
  84. Повышение эффективности предприятия в сфере детского питания на основе использования информационных технологий
  85. Совершенствования сбытовой деятельности коммерческого предприятия с использованием информационных технологий
  86. Разработка контактной стратегии для бренда продукта в социальных сетях
  87. Продвижение творческого проекта в социальных сетях
  88. Коммуникационная программа развития интернет-магазина
  89. Возможности использования Интернет в маркетинговой деятельности предприятия
  90. Применение технологий вирусного маркетинга в продвижении услуг предприятия.

