

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ
КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ**

государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
Краснодарского края

«КРАСНОДАРСКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И
МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

38.02.04 Коммерция (по отраслям)

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	9
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	30
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	33

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля (далее - рабочая программа) - является частью основной профессиональной образовательной программы в СПО подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) по специальности 38.02.04 «Коммерция» (но отраслям) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВИД): Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.

2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.

3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.

4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.

5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.

6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.

8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.

9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.

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

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающихся в ходе освоения профессионального модуля должен: **иметь практический опыт:**

- оформления финансовых документов и отчетов;
- проведения денежных расчетов;
- расчета основных налогов;
- анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;
- выявления потребностей (спроса) на товары;
- реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;
- участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;
- анализа маркетинговой среды организации.

уметь:

- составлять финансовые документы и отчеты;
- осуществлять денежные расчеты;

- пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;
- рассчитывать основные налоги;
- *формировать статьи дохода и расхода бюджета;*
- *рассчитывать базы отчислений во внебюджетный фонды;*
- *рассчитывать отчисления во внебюджетный фонды;*
- *рассчитывать суммы процентов по полученному кредиту;*
- *рассчитывать суммы страхового возмещения;*
- *рассчитывать рыночную стоимость ценных бумаг*
- анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;
- применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;
- *проводить анализ эффективности использования основных средств;*
- *проводить анализ скорости обращения материальных ресурсов;*
- *проводить анализ времени обращения товарных запасов;*
- *рассчитывать эффективность использования производительности труда;*
- *анализировать объема издержек обращения;*
- *проводить анализ динамики издержек обращения;*
- *проводить анализ издержек обращения по отдельным статьям;*
- *проводить факторный анализ издержек;*
- *анализировать факторы, влияющие на прибыль;*
- выявлять, формировать и удовлетворять потребности;
- обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
- проводить маркетинговые исследования рынка;
- *оценивать конкурентоспособность товаров;*
- *составлять подетальный маркетинговый план;*
- *формулировать рекламный текст с соблюдением особенностей цветового и шрифтового оформления;*
- *формировать маркетинговый бюджет;*
- *работать с договором аутсорсинга.*

знать:

- сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;
- финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля;
- основные положения налогового законодательства;
- функции и классификацию налогов;
- организацию налоговой службы;
- методику расчета основных видов налогов;
- *сущность и принципы построения бюджетной системы;*
- *понятие бюджета, и его структура;*
- *этапы формирования бюджета РФ;*
- *внебюджетные фонды;*
- *понятие кредита и кредитных отношений, их экономическая сущность. кредит, его виды и функции;*
- *экономическая сущность страхования. виды страхования. формы страхования. обязательное и добровольное страхование;*
- *банковская система: понятие, назначение;*
- *устройство банковской системы РФ;*
- *центральный банк: понятие, функции и операции;*

- назначение коммерческих банков;
- функции коммерческих банков;
- виды коммерческих банков;
- ценные бумаги понятие, назначение. виды ценных бумаги и их характеристика;
- участники рынка ценных бумаг;
- методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды;
- информационное обеспечение, организацию аналитической работы;
- анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;
- анализ движения основных средств;
- оценку влияния экстенсивного и интенсивного использования основных средств;
- значение, задачи анализа материальных ресурсов и товарных запасов;
- значение, цели, задачи анализа трудовых ресурсов;
- состав и классификация затрат;
- методику проведения анализа затрат;
- основные направления оптимизации затрат;
- оценку использования чистой прибыли;
- систему показателей рентабельности, их анализ;
- составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
- средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;
- методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
- конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;
- этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом;
- составные элементы маркетингового плана;
- особенности шрифтового и цветового оформления рекламных текстов;
- сущность и составные элементы бюджета маркетинга;
- сущность, субъект и объект договора аутсорсинга.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего часов - **612** часов, в том числе в форме профессиональной подготовки **202** ч.:

- максимальной учебной нагрузки обучающегося **576** часа, включая вариативная часть **300** часов:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося **384** часа,

в том числе вариативная часть **200** часов; практические – **116** часов

- самостоятельной работы обучающегося **192** часа из них вариативная часть **111** часов.

- производственной практики **36** часов.

Вариативная часть направлена на дополнение умений и знаний при изучении профессионального модуля.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности, в том числе профессиональными (ПК), общими (ОК) компетенциями и личностными результатами (ЛР):

Код	Наименование результата обучения
ПК 2.1	Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров, (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в инвентаризации.
ПК 2.2	Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.
ПК 2.3	Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а так же рынки ресурсов.
ПК 2.4	Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.
ПК 2.5	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товара.
ПК 2.6	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.
ПК 2.7	Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.
ПК 2.8	Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.
ПК 2.9	Применять методы и приемы анализа, финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.
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 профессиональных задач, профессионального и личностного развития
ОК 6.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 7.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 10.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 12.	Вести здоровый образ жизни, применять спортивно-оздоровительные методы и средства для коррекции физического развития и телосложения

ЛР 13	Соблюдающий в своей профессиональной деятельности этические принципы: честности, независимости, профессионального скептицизма, противодействия коррупции и экстремизму, обладающий системным мышлением и умением принимать решение в условиях риска и неопределенности
ЛР 14	Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектномыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость
ЛР 15	Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий
ЛР 16	Гибко реагирующий на появление новых форм трудовой деятельности, готовый к их освоению

3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля ^{1*}	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов <i>если предусмотрена рассредоточенная практика</i>
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 1-4	Раздел 1 Финансы налоги и налогообложение	144	96	46	-	48	-	-	-
ПК 9	Раздел 2 Анализ хозяйственной деятельности предприятия	144	96	46	-	48	-	-	-
ПК 5-8	Раздел 3 Маркетинг	288	192	74	-	96	-	-	-
	Производственная практика	36							36
	Всего:	612	384	166	20	192	20	-	36

¹Раздел профессионального модуля – часть программы профессионального модуля, которая характеризуется логической завершенностью и направлена на освоение одной или нескольких профессиональных компетенций. Раздел профессионального модуля может состоять из междисциплинарного курса или его части и соответствующих частей учебной и производственной практик. Наименование раздела профессионального модуля должно начинаться с отглагольного существительного и отражать совокупность осваиваемых компетенций, умений и знаний.

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК.02.01. Финансы налоги и налогообложение		144	
Раздел 1. Финансы и финансовая система		18	
Тема 1.1. Сущность и функции денег	Содержание Деньги: их необходимость и происхождение. Сущность и функции денег, виды денег. Сущность денежного оборота, принципы его организации. Закон денежного обращения. Показатели движения денег. Инфляция и формы ее проявления.	2 2	
Тема 1.2. Сущность, функции и роль финансов в экономике. Финансы и финансовая система РФ	Содержание	2	2-3
	Сущность, назначение и роль финансов. Функции финансов. Накопительная функция финансов. Распределительная функция финансов. Контрольная функция финансов. Управление финансами. Органы, осуществляющие управление финансами, их функции. Финансирование и денежно-кредитная политика, финансовое планирование и методы финансового контроля.	4	
Тема 1.3. Бюджетная система Российской Федерации.	Содержание	12	2
	Социально – экономическая сущность бюджета. Сущность и принципы построения бюджетной системы. Понятие, назначение и состав внебюджетных фондов РФ. Этапы формирования федерального бюджета. Внебюджетные фонды. Методика расчёта отчислений во внебюджетные фонды.Единый портал бюджетной системы РФ Госуслуги: пенсионные накопления, состояние лицевого счета в ПФР, подача налоговой декларации.	6	

	Практические занятия: формировать статьи дохода и расхода бюджета, рассчитывать базы отчислений и отчисления во внебюджетные фонды	6	
	1. <i>Формирование статей дохода и расхода регионального бюджета.</i>		
	2. <i>Расчет базы отчислений во внебюджетный фонды</i>		
	3. <i>Расчет отчислений во внебюджетный фонды</i>		
Раздел 2 Банки и банковская система		18	
Тема 2.1 Банковская система РФ финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля;	Содержание	10	
	Банковская система: понятие, назначение. Устройство банковской системы РФ. Центральный банк: понятие, функции и операции. Назначение коммерческих банков. Функции коммерческих банков. Виды коммерческих банков.	4	2
	Практические занятия: составлять финансовые документы и отчеты; осуществлять денежные расчеты;	6	
	4. <i>Определение суммы простого и сложного процента по вкладам.</i>		
	5. <i>Оформление вноса и получения наличных по расчетному счету</i>		
	6. <i>Заполнение платежных поручений. Обработка выписки банка</i>		
Тема 2.2 Кредитная система финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля;	Содержание	4	2
	Кредит: понятие, функции. Понятие кредита и кредитных отношений, их экономическая сущность. Кредит, его виды и функции. Потребительский кредит. Ипотечный кредит. Кредитные карты.		
	Практические занятия: составлять финансовые документы и отчеты; осуществлять денежные расчеты;	2	
	7. <i>Определение суммы процента по кредиту</i>		
Тема 2.3 Рынок ценных бумаг	Содержание	4	
	Ценные бумаги понятие, назначение. Виды ценных бумаги и их характеристика. Участники рынка ценных бумаг. Характеристика отдельных видов ценных бумаг. Способы получения дохода.	2	2
	Практические занятия:	2	
	8. <i>Расчёт рыночной стоимости ценных бумаг.</i>		
Раздел 3 Основы		60	

налогообложения			
Тема 3.1.	Содержание	6	
Экономическая сущность налогов основные положения налогового законодательства; функции и классификацию налогов; организацию налоговой службы;	Экономическая сущность, необходимость и роль налогов и сборов. Экономическая сущность и роль налогов. Основные положения налогового законодательства. Понятие налоговой системы РФ. Понятие налога и сбора. Функции и классификация налогов. Состав и структура налоговых органов, их права и обязанности. Ответственность налогоплательщиков. Виды налогового контроля.	4	2
	Практические занятия: пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулируемыми механизм и порядок налогообложения	2	
	9. Работа с нормативными документами, регулируемыми систему налогообложения в России.		
Тема 3.2 Федеральные налоги и сборы	Содержание	20	
методику расчета основных видов налогов;	Налог на добавленную стоимость его сущность, налогоплательщики, их характеристика. (глава 21 НК РФ) Акцизы (глава 22 НК РФ). Налог на прибыль (ст.25 НК РФ), его сущность и назначение. Роль НП в государственном воздействии на развитие экономики. Плательщики, объект налогообложения. Прочие федеральные налоги и сборы. Налоговые ставки «Прочие федеральные налоги». Водный налог, общая характеристика, его назначение в формировании доходной части бюджета. Государственная пошлина: ее понятие и виды. Налог на добычу полезных ископаемых: общие положения (налоговая модель), его значение в формировании доходной части бюджета. Сборы за пользование объектами животного мира и водными биологическими ресурсами: плательщики, объект обложения, порядок определения налоговой базы, ставки, порядок исчисления разового и регулярных платежей сбора.	10	2
	Практические занятия: рассчитывать основные налоги	10	
	10. Расчет суммы НДС подлежащей уплате в бюджет		
	11. Расчет суммы Акциза подлежащей уплате в бюджет		
	12. Расчет суммы НДСФЛ подлежащей уплате в бюджет		
	13. Расчет суммы налога на прибыль подлежащей уплате в бюджет		
	14. Расчет суммы налога на прибыль подлежащей уплате в бюджет		
Тема 3.3 Региональные	Содержание	14	

<p>налоги методику расчета основных видов налогов;</p>	<p>Транспортный налог (глава 28 НК РФ) плательщики налога. Объекты налогообложения – юридические лица. Налоговая база. Налоговые ставки. Налог на имущество организаций. Налогоплательщики налога (ст.373). Объекты налогообложения (ст.374). Порядок исчисления суммы налога и сумм авансовых платежей. Сроки уплаты. Порядок исчисления суммы налога и сумм авансовых платежей. (ст.382-385.) Налог на прибыль</p>	8	2
	<p>Практические занятия: рассчитывать основные налоги</p>	6	
	15. Расчет суммы транспортного налога подлежащей уплате в бюджет		
	16. Расчет суммы налога на игорный бизнес подлежащей уплате в бюджет		
17. Расчет суммы налога на имущество подлежащей уплате в бюджет			
<p>Тема 3.4 Местные налоги методику расчета основных видов налогов;</p>	<p>Содержание</p>	2	
	<p>Местные налоги: общая характеристика (налоговая модель) и значение налога платы за землю в формировании доходной части бюджета. Земельный налог (глава31 НКРФ). Налогоплательщики. Объект налогообложения. Ставки. Порядок исчисления и уплаты налога юридическими лицами. Порядок уплаты налога физическими лицами. Арендная плата за землю. Размер, условия и сроки внесения арендной платы. Нормативная цена земли.</p>	2	2
<p>Тема 3.5 Специальные налоговые режимы методику расчета основных видов налогов;</p>	<p>Содержание</p>	20	
	<p>Упрощенная система налогообложения (УСН) (глава 26.2 НКРФ). Упрощенная система налогообложения. Налогоплательщики, объекты налогообложения, налоговая база. Налоговые ставки. Порядок исчисления единого налога по упрощенной системе налогообложения по каждому объекту. Налоговый и отчетный периоды. Налоговая декларация. Система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности (глава 26.3 НК РФ). Сущность системы налогообложения в виде единого налога на вмененный доход по отдельным видам деятельности. Налогоплательщики, объект и налоговая база. Налоговый период, ставка налога. Порядок исчисления и сроки уплаты. Налоговая Декларация. Патентная система налогообложения (глава 26.5 НК РФ). Сущность патентной системы налогообложения. Основные понятия для применения данного режима налогообложения. Налогоплательщики, объект и налоговая база. Налоговый период, ставка налога. Порядок исчисления и сроки уплаты. Налоговая декларация. Налоговый учет.</p>	8	2

	Практические занятия: рассчитывать основные налоги	12	
18.	Определение налоговой базы и расчет налога		
19.	Определение налоговой базы и расчет налога		
20.	Определение налоговой базы и расчет налога		
21.	Определение налоговой базы и расчет налога		
22.	Заполнение платежных поручений по уплате налогов. Обработка выписки банка.		
23.	Составление сметы доходов и расходов предприятия		
	Дифференцированный зачет	2	
	Темы внеаудиторных самостоятельных работ при изучении раздела 1:	48	
1.	Сообщение «Наличное и безналичное обращение в РФ»		
2.	Сообщение «Государственный кредит. Функции государственного кредита»		
3.	Доклада по теме «Формирование бюджета РФ».		
4.	Презентации «Этапы формирования федерального бюджета».		
5.	Схема бухгалтерского баланса		
6.	Кроссворд по теме «Налоговая система РФ»		
7.	Заполнение кредитного договора.		
8.	Заполнение договора страхования имущества граждан.		
9.	Заполнение договора страхования жизни		
10.	Решение практических ситуаций по нарушениям правил торговли.		
11.	Тест по теме «Социально-экономическая сущность внебюджетных фондов»)		
12.	Сообщение «Назначение коммерческих банков. Функции коммерческих банков»»		
13.	Доклад «Платёжный баланс: понятие и основные составляющие Схема структуры отчета о движении денежных средств.		
14.	Ознакомление с НК РФ»		
15.	Доклад «Понятие фондовых бирж. Основные показатели фондовых бирж».		
16.	Подготовка к практическим занятиям. Работа с НК РФ: ст.146НКРФ, гл. 21		
17.	Подготовка к практическим занятиям. Работа с НК РФ Ст.373, ст.374, ст 375-378, ст.382-		
18.	Решение ситуационных задач.		

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК 02.02. Анализ финансово хозяйственной деятельности		144	
Раздел 2. Анализ финансово - хозяйственной деятельности торговой организации		96	
Тема 2.1 Теория экономического анализа	Содержание	4	
	Цели и задачи курса АФХД. Понятие экономической информации. Методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды.	2	2
	Практические занятия: применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа	2	
	1. Решение задач по абсолютным величинам. Решение задач по относительным величинам.		
Тема 2.2. Виды финансово-хозяйственного анализа, приёмы и методы проведения анализа	Содержание	6	
	Общая схема экономического анализа деятельности организации. Приёмы экономического анализа. Информационное обеспечение, организация аналитической работы. Классификация видов экономического анализа.	4	2
	Практические занятия: применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа	2	
	2. Решение задач по финансово-экономическому анализу.		
Тема 2.3. Анализ производства и реализации продукции	Содержание	9	
	Анализ объёма производства по стоимостным показателям. Анализ объёма производства по другим показателям. Анализ структуры товарооборота, факторов, влияющих на показатели объёма реализации продукции. Анализ деятельности организаций оптовой и розничной	6	2

	торговли, финансовых результатов деятельности. Показатели объема реализации продукции. Резервы увеличения объема реализации. Повышение конкурентоспособности продукции организации.		
	Практические занятия: проводить анализ товарооборота, объемов реализации	4	
	3. Анализ структуры и динамики товарооборота		
	4. Анализ факторов, влияющих на показатели объема реализации продукции		
2.4. Анализ состояния и эффективного использования средств	Содержание	8	2
	Показатели эффективности использования основных средств. Цели, задачи, источники анализа. <i>Анализ состава, структуры, движения и состояния основных средств.</i> Анализ движения основных средств. Анализ состава и структуры основных средств, состояния основных средств. Оценка технического состояния основных средств. <i>Анализ эффективности использования основных средств.</i> Оценка влияния экстенсивного и интенсивного использования средств труда на приращение объема реализации продукции. Резервы повышения эффективности использования основных средств.	4	
	Практические занятия: проводить анализ эффективности использования основных средств	4	
	5. Анализ показателей основных средств 6. <i>Анализ движения основных средств</i>		
Тема 2.5. Анализ эффективности использования материальных ресурсов	Содержание	8	
	Значение анализа материальных ресурсов и товарных запасов. Значение, задачи анализа материальных ресурсов и товарных запасов. Анализ товарных запасов на предприятии торговли. Анализ эффективности использования товарных запасов.	4	2
	Практические занятия: проводить анализ скорости обращения материальных ресурсов	4	
	7. <i>Анализ показателей эффективности использования материальных ресурсов на предприятии.</i>		

	8.	<i>Анализ скорости обращения товарных запасов</i>		
Тема 2.6. Анализ использование трудовых ресурсов	Содержание		6	
	Значение, цели, задачи анализа трудовых ресурсов. Анализ численности, структуры кадров и уровня их квалификации. Изучение форм, динамики и причин движения рабочей силы. Анализ производительности труда. Выявление резервов повышения производительности труда. Влияние на увеличение объема производства и реализации продукции.		2	2-3
	Практические занятия: рассчитывать эффективность использования производительности труда		4	
	9.	Определение трудовых факторов, влияющих на производительность труда		
	10.	Расчет эффективности использования производительности труда		
Тема 2.7 Анализ издержек обращения	Содержание		7	2
	Значение, задачи и информационное обеспечение анализа издержек и их факторной анализ. Значение, задачи и информационное обеспечение анализа издержек. Состав и классификация затрат. Методика проведения анализа затрат. Факторный анализ издержек обращения. Определение и оценка показателей издержек обращения. Основные направления оптимизации затрат.		3	
	Практические занятия: анализировать объемы издержек обращения; проводить анализ динамики издержек обращения; проводить анализ издержек обращения по отдельным статьям; проводить факторный анализ издержек			
	11.	<i>Анализ объема и динамики издержек обращения</i>	4	
	12.	<i>Анализ динамики издержек обращения и анализ по отдельным статьям</i>		
Тема 2.8. Анализ финансовых результатов деятельности организации	Содержание		14	2
	Значение, задачи и информационное обеспечение анализа прибыли. Экономические факторы, влияющие на величину прибыли и рентабельности. Оценка использования чистой прибыли. Система показателей рентабельности, их анализ. Значение, задачи и информационное обеспечение анализа финансового состояния.		6	

	Практические занятия: анализировать факторы, влияющие на прибыль	8	
	13. Анализ объема и динамики прибыли и анализ факторов, влияющих на прибыль		
	14. <i>Анализ эффективности показателей прибыли. Анализ рентабельности активов</i>		
	15. <i>Анализ показателей эффективности рентабельности и анализ рентабельности продаж</i>		
	16. Решение задач на определение показателей эффективности рентабельности		
Тема 2.9. Оценка финансового состояния и деловой активности организации (предприятия)	Содержание	10	2
	Система показатели, характеризующих финансовое состояние. Экспресс-анализ финансового состояния. Оценка структуры и состав собственных оборотных средств. Динамика собственных оборотных средств. Понятие ликвидности организации. Общая оценка финансового положения. Улучшение финансового положения.	8	
	Практические занятия: анализ финансовых результатов деятельности	4	
	17. Анализ и оценка показателей финансовой устойчивости, ликвидности и платёжеспособности организации		
	18. Деловая оценка предприятия		
Тема 2.10 Анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли	Содержание	24	2
	Информационное обеспечение анализа розничного товарооборота. Анализ обеспеченности и эффективности использования товарных ресурсов. Анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли: анализ выполнения плана и динамики розничного товарооборота; анализ обеспеченности и эффективности использования товарных ресурсов. Анализ поступления товаров. Анализ товарных запасов и товарооборачиваемости. Влияние трудовых факторов на развитие товарооборота; анализ влияния факторов на выработку торговых работников; анализ движения трудовых ресурсов; анализ состояния, развития и использования материально-технической базы розничной торговли; анализ качества торгового обслуживания покупателей; значение, задачи и информационное обеспечение анализа оптового товарооборота; анализ выполнения плана и динамики оптового	8	

	товарооборота; анализ рациональности товародвижения оптовой ТО		
	Практические занятия: анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций	10	
19.	Анализ выполнения плана и динамики розничного товарооборота на примере ТО		
20.	Анализ выполнения плана и динамики оптового товарооборота на примере ТО		
21.	Анализ движения трудовых ресурсов на примере ТО		
22.	Анализ состояния, развития и использования материально-технической базы розничной торговли на примере ТО		
23.	Анализ качества торгового обслуживания покупателей на примере ТО		
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы при изучении раздела 2 Реферат «Значение и особенности экономического анализа» Сообщение «Современные методы проведения анализа» Реферат «Виды товарооборота» Реферат «Товарооборот ПОП» Реферат «Основные направления увеличения товарооборота» Сообщение «Классификация основных средств» Сообщение «Виды стоимости основных средств» Сообщение «Амортизация основных средств» Сообщение «Методы начисления амортизации основных средств» Кроссворд «Товарные запасы» Составить таблицу выхода на работу Составить тест по теме: «Анализ издержек обращения» Реферат «Валовый доход предприятия» Составление теста по теме: «Анализ финансовой устойчивости, платёжеспособности и ликвидности»		48	

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК 02.03 Маркетинг		288	
Раздел 3. Маркетинг в торговле		192	
Тема 3.1 Категории маркетинга	Содержание:	4	
	Сущность и составные элементы маркетинговой деятельности. Маркетинг как экономическая категория: сущность и цели. Цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты маркетинга.		1
Тема 3. 2 Рынок как объект маркетинга	Содержание:	8	
	Основные концепции развития рыночных отношений. Комплекс маркетинга: 4Р и его модификации. Модель маркетинг — микс (marketing mix model) или также называемый комплекс маркетинга. Модификации: маркетинг микса: 5 «Р», 6 «Р», 7 «Р», 9 «Р». Классификация маркетинга. В зависимости от потребительского спроса маркетинг подразделяют на следующие типы: стимулирующий маркетинг, конверсионный маркетинг, поддерживающий маркетинг, развивающий маркетинг, ремаркетинг, синхромаркетинг, демаркетинг. Бэнчмаркетинг. Сущность, виды, примеры, этапы реализации.	6	2
	Практическое занятия:	2	
	1. Составление комплекса маркетинга для организации		
Тема 3.3 Сегментирование рынка	Содержание:	14	
	Понятие сегментации рынка, ее значение. Сегментирование рынка и отбор целевых сегментов. Критерии, признаки сегментации. Признаки сегментации: географический, демографический, психографический, потребительские мотивы, поведенческий. Выбор целевого рынка. Рыночная ниша. Позиционирование товара. Цели, критерии, особенности позиционирования на	8	2-3

	современном рынке.		
	Практические занятия:	6	
	2. Проведение сегментации по различным признакам		
	3. Проведение сегментации на основе модели 5W Шерингтона		
	4. Выбор целевого сегмента и расчет емкости целевого рынка		
Тема 3. 4 Маркетинговая среда	Содержание:	16	
	Окружающая среда маркетинга. Факторы, формирующие окружающую среду. Совокупность факторов и сил, оказывающих определенное воздействие на маркетинговую деятельность компании и ее результаты. Микросреда и макросреда. Составные элементы и особенности влияния. Конъюнктура рынка. Конкретная экономическая ситуация на данный момент на определенном рынке товаров (услуг) или в отдельной отрасли экономики. Конъюнктура отражает текущее состояние спроса и предложения. Методы анализа предприятия. Матрица Портера, SWOT-анализ, ABC-анализ, PEST-анализ, SNW-анализ.	8	2
	Практические занятия: выявлять, формировать и удовлетворять потребности	8	
	5. Формирование внешней и внутренней среды организации		
	6. Проведение SWOT анализа		
	7. Проведение PEST и SNW анализов		
	8. Анализ окружающей среды по модели «5 сил Портера»		
Тема 3. 5 Объекты и субъекты маркетинговой деятельности	Содержание:	18	
	Объекты и субъекты маркетинга. Нужда, потребность, спрос, покупатель, продавец, посредник. Классификации потребностей. Пирамида потребностей А. Маслоу, теория ERG Альдерфера, функциональные потребности, эмоциональные потребности. Модели потребительского поведения. 12 моделей потребительского поведения. Основные категории потребителей: рациональный потребитель, иррациональный	12	2

	<p>потребитель, мотивированный потребитель, потребитель-конформист, зомбированный потребитель, этический потребитель</p> <p>Классификация потребителей. Типология потребителей. Основные категории потребителей: рациональный потребитель, иррациональный потребитель, мотивированный потребитель, потребитель-конформист, зомбированный потребитель, этический потребитель</p> <p>Потребительские предпочтения. Психологическая сущность потребительских предпочтений. Понимание потребительских предпочтений в психологии, экономике и маркетинге. Виды потребительских предпочтений.</p> <p>Факторы, влияющие на потребителя. Процесс принятия решения о покупке товара потребителем. Теория инстинктов, теория манипуляции, «Перспектива Веблена». Классическая модель принятия решения. Воронка CDJ от McKinsey. Нейромаркетинг. Психологические уловки. Этапы процесса принятия решения о покупке: осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов решения, решение о покупке, реакция на покупку.</p>		
	<p>Практические занятия:</p> <p>9. Формирование потребительского предпочтения</p> <p>10. Определение категорий покупатель и потребитель</p> <p>11. Анализ потребностей по матрице потребностей</p>	6	
<p>Тема 3. 6 Конкуренция</p>	<p>Содержание:</p> <p>Понятие о конкуренции, ее функции. Сущность понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность» товаров и услуг.</p> <p>Виды конкуренции, стратегия конкуренции. Критерии конкурентоспособности. Классификация критериев конкурентоспособности товаров и услуг.</p> <p>Конкурентоспособность фирм, товаров и услуг. Конкурентная среда, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности. Роль оценки конкурентоспособности товаров и услуг в предпринимательской деятельности. Конкурентоспособность товаров и услуг как фактор национальной безопасности. Факторы конкурентоспособности товаров и услуг. Объекты и субъекты оценки конкурентоспособности продукции. Потребительская новинка. Имидж.</p>	22	2-3

	<p>Информативность. Цена потребления. Общие и специализированные факторы конкурентоспособности. Принципы анализа конкурентоспособности отрасли. Общая характеристика факторов, определяющих текущую и перспективную конкурентоспособность отрасли. Факторы текущей конкурентоспособности отраслей. Микроэкономические факторы конкурентоспособности: производственные, рыночные, сбытовые и сервисные факторы. Техническое законодательство. Оценка и подтверждение соответствия товаров и услуг. Оценка и подтверждение соответствия систем менеджмента качества. Методы оценки конкурентоспособности товаров. Принципы оценки. Порядок оценки. Особенности оценки конкурентоспособности услуг. Методология оценки конкурентоспособности услуг розничной торговли. Конкурсы как инструменты установления конкурентоспособности товаров и услуг. Роль государства в обеспечении конкурентоспособности. Общая характеристика системы обеспечения конкурентоспособности. Программа-конкурс «100 лучших товаров России». Национальная программа «Всероссийская марка»</p> <p>Виды рынков в конкурентной среде: B2b, B2c, B2g, C2c. Характеристики основных видов продаж на каждом рынке. Сравнительный анализ.</p> <p>Особенности работы бизнес-моделей. Бизнес модель Александра Остервальдера. Популярные виды бизнес-моделей: брокерская, рекламная, модель краудсорсинга, модель производителя, модель дистрибьютора, франчайзинг, «бритва и лезвие», аренда, подписка, партнерский маркетинг, Freemium. Структура бизнес модели. Пример построения и алгоритм описания.</p>		
	<p>Практические занятия:</p>	12	
12.	Оценка конкуренции торговых предприятий		
13.	Оценка конкуренции товаров		
14.	Оценка рыночной конкуренции		
15.	Оценка конкурентоспособности организации		
16.	Построение бизнес – модели Александра Остервальдера		
17.	Сравнительный анализ методов воздействия		
<p>Тема 3.7 Маркетинговые</p>	<p>Содержание:</p>	12	

<p>исследования</p>	<p>Маркетинговая информация. Виды, источники и методы сбора маркетинговой информации.</p> <p>Классификация маркетинговой информации. Первичная и вторичная информация. Историческая, текущая и прогнозная информация. Постоянная, переменная, эпизодическая информация.</p> <p>Маркетинговые исследования: особенности и виды. Цели, задачи и направления маркетинговых исследований. Взаимодействие со специализированными организациями в области маркетинговых исследований. Процесс маркетинговых исследований. Определение объёма и процедуры выборки, организация сбора данных при проведении маркетингового исследования. Методы анализа данных и прогнозирование в маркетинговых исследованиях. Содержание отчёта о проведении исследования. Этапы маркетинговых исследований, их результат.</p> <p>Интернет исследования</p>		<p>2-3</p>
	<p>Практические занятия:</p>	<p>4</p>	
	<p>18. Составление анкеты открытого и закрытого типов</p>		
	<p>19. Выполнение маркетингового исследования</p>		
<p>Тема 3. 8 Товар и товарная политика</p>	<p>Содержание:</p> <p>Маркетинговое понимание товара. Классификация товаров.</p> <p>Концепция жизненного цикла товара. Этапы жизненного цикла продукта. Внедрение на рынок — размещение. Стадия роста и развития. Стадия зрелости — насыщенности. Стадия спада. Характеристика этапов жизненного цикла товаров. Модель жизненного цикла товара: недостатки. Модель жизненного цикла товара: применение. 5 базовых кривых ЖЦТ. Кривая «БУМ». Кривая «Плато» или кривая «рост–спад». Кривая «Сезонность» или кривая с повторным циклом. Кривая «Гребешок» или кривая новых подъемов. Кривая «Провала».</p> <p>Создание новых товаров.</p> <p>Рыночная атрибутика товара. Товарная марка. Фирменное имя. Фирменный знак. Товарный знак. Логотип. Фирменный блок.</p> <p>Товарная политика. Цели и задачи товарной политики. Элементы товарной политики. Направления ассортиментной политики. Методы расширения</p>	<p>18</p>	<p>2-3</p>

	ассортиментной политики. Товарный ассортимент. Товар как инструмент маркетинга. Классификация товаров. Товарная политика и жизненный цикл товара. Управление товарным ассортиментом.		
	Практические занятия:	6	
	20. Составление карты позиционирования		
	21. Посторенные жизненного цикла товара		
	22. Анализ методов управление ассортиментом		
Тема 3. 9 Ценовая политика предприятия	Содержание:	4	
	Цена и методы ее формирования. Виды цен Ценовая стратегия. Традиционные. Ценовые стратегии ассортиментного ценообразования. Ценовые стратегии дифференцированного ценообразования. Ценовые стратегии конкурентного ценообразования.		2
	Практические занятия:	2	
	23. Проведение расчета цены		
Тема 3. 10 Сбытовая политика	Содержание:	8	
	Сбытовая политика. Средства сбыта. Каналы сбыта. Сущность сбытовой политики предприятия. Факторы, влияющие на уровень обслуживания покупателей. Система товародвижения. Методы каналов сбыта. Каналы распределения товаров. Функции каналов распределения. Формы распределения товаров. Торговые посредники. Оптовые торговцы. Розничные торговцы. Особенности сбыта через маркетплейсы. Модели работы маркетплейсов: FBO / FBW, FBS, DBS.		2
	Практические занятия:	2	
	24. Построение каналов сбыта		
Тема 3. 11 Продвижение товара	Содержание:	14	
	Маркетинговые коммуникации. Инструменты (средства) маркетинговых коммуникаций.		2

	<p>Виды, цели продвижения. Построение имиджа. Донесение сообщения потенциальным покупателям. Популяризация компании, ее товаров и услуг. Формирование лояльности. Борьба с возражениями. Информационная поддержка.</p> <p>Личные продажи, мерчандайзинг. Инструменты мерчандайзинга, планограмма.</p> <p>Брендинг и ребрендинг. Создание нейма. Позиционирование бренда. Определение особенностей, по которым бренд можно отличить от остальных. Разработка дизайна бренда. Продвижение бренда на рынке. Рекламная поддержка</p> <p>Паблик рилейшнз, стимулирование сбыта, ФОССТИС.</p>		
	<p>Практические занятия:</p> <p>25. Анализ форм и методов продвижения на различных стадиях ЖЦТ</p> <p>26. Построение классической матрицы BCG</p>	4	
Тема 3. 12 Реклама в системе маркетинга	<p>Содержание:</p> <p>Роль рекламы, ее основные характеристики. ФЗ «О рекламе». коммуникационные характеристики.</p> <p>Функции, виды, средства рекламы. Наружная реклама. Телевизионная реклама. Реклама в интернете. Печатная реклама. Реклама на транспорте. Сувенирная реклама.</p> <p>Особенности шрифтового и цветового оформления рекламы. Основы дизайна рекламных материалов. Построение композиции в дизайне рекламных материалов. Цветовая гамма рекламных материалов. Выбор шрифтов для рекламных материалов.</p> <p>Рекламные модели. AIDA, ACCA, DIBABA, DAGMAR, VIPS, «Одобрение», а также модели сильной и слабой рекламы.</p> <p>Рекламная кампания. Традиционная кампания в СМИ; сезонная стимулирующая кампания; кампания по запуску продукта; кампания по повышению узнаваемости бренда; ребрендинговая кампания; кампания по запуску бренда; конкурсная кампания; кампания рассылок по электронной почте.</p> <p>Оценка эффективности рекламы. Маркетинговый контекст размещения. Параметры РК. Контент. Категория, смысл, структура. Глубина исследований. Правильность постановки целей. Достижимость, измеримость, значимость для бизнеса. Относительная дифференциация. Многоканальность. Таргетинг. Медийная активность. Доля рынка.</p>	22	2

	Практические занятия:	10	
	27. Разработка рекламного обращения.		
	28. Создание товарного знака и логотипа		
	29. Создание рекламной кампании		
	30. Разработка рекламных мероприятий на различных этапах ведения бизнеса		
	31. Оценка эффективности рекламной кампании		
Тема 3.13 Мобильный и интернет - маркетинг	Содержание:	12	6
	Мобильный маркетинг: содержание, преимущества и ограничения. Интернет-маркетинг: контекстная и таргетированная реклама, медийная реклама, контент и e-mail маркетинг, маркетинг в социальных сетях Эффективность интернет-маркетинга.		
	Практические занятия:	6	
	32. Сравнительная характеристика потребителей при мобильном продвижении.		
	33. Оценка эффективности мобильного продвижения.		
	34. Разработка программы продвижения товара через Интернет		
Тема 3. 14 Маркетинговая деятельность фирмы	Содержание:	16	2
	Планирование в системе маркетинга. Виды планов. Организация маркетинга на предприятии. Контроль маркетинговой деятельности SMART цели. Что такое SMART-цели. Критерии SMART при постановке целей. Чем формулировка целей по SMART отличается от GROW. Как применять критерии методики SMART на практике. Преимущества целей по SMART. Частые ошибки при постановке целей по SMART. Примеры постановки задач по системе SMART. Порядок разработки и структура плана маркетинга. Определение миссии предприятия. Проведение SWOT-анализа. Определение стратегии и целей предприятия. Определение задач маркетинга и программы действий по их достижению. Составление маркетингового плана и контроль за его выполнением.		

	Особенности аутсорсинга в маркетинговой деятельности. Плюсы и минусы маркетингового аутсорсинга		
	Практические занятия:	6	
35.	Постановка целей по SMART и корректировка задач		
36.	Составление маркетингового плана и бюджета маркетинга		
37.	Составление договора аутсорсинга		
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы при изучении раздела 3		96	
Реферат «Современные концепции маркетинга»			
Реферат «Опыт проведения маркетинговых исследований»			
Реферат «Методы анализа маркетинговой среды. Практический опыт отечественных и зарубежных компаний»			
Реферат «Применение индекса покупательской способности»			
Реферат «Опыт применения маркетингового планирования»			
Реферат «Примеры сегментирования рынка в отечественной и зарубежной практике»			
Реферат «Финансовый раздел маркетингового плана компании»			
Презентация «Привлечение потребителей рекламой»			
Реферат «Формирование покупательского поведения»			
Презентация «Особенности матрицы потребностей»			
Реферат «Сегментирование рынка на основе ABC-анализа»			
Реферат «Позиционирование товара или услуги. Международный опыт»			
Презентация «Процесс организации прямых продаж»			
Реферат «Пример разработки и выведения на рынок нового товара в международной бизнес-практике»			
Реферат «Успешные товарные стратегии. Средства товарного маркетинга»			
Кроссворд «Товар в комплексе маркетинга»			
Реферат «Ценообразование, ориентированное на спрос потребителей»			
Презентация «Параметрические методы ценообразования»			
Презентация «Методы формирования цен на товары»			
Реферат «Конкуренция на международном, отечественном, отраслевом рынке (примеры из практики бизнеса)»			
Кроссворд «Критерии конкурентоспособности»			
Составить схему «Влияние макроэкономических факторов на конкурентоспособность отечественных товаров и услуг»			
Реферат «Конкуренция в отрасли (по выбору)»			
Реферат «Конкурентоспособность отраслей российской экономики»			

<p>Реферат «Техническое регулирование как фактор конкурентоспособности товаров и услуг»</p> <p>Реферат «Опыт внедрения системы менеджмента качества»</p> <p>Реферат «Конкурсы товаров и услуг в международной практике»</p> <p>Эссе «Особенности конкурентоспособности товаров в России»</p> <p>Реферат «Маркетинг в Интернете»</p> <p>Презентация «Международный маркетинг: формы и их содержание»</p> <p>Реферат «Управление маркетингом на предприятии (теория и практика)»</p> <p>Реферат «Опыт разработки оперативных и стратегических планов маркетинга на предприятии»</p> <p>Презентация «Планирование в маркетинге»</p> <p>Реферат «Продвижение товаров и услуг»</p> <p>Реферат «Позиционирование в системе товародвижения»</p> <p>Сравнительный анализ крупнейших торговых организаций</p> <p>Реферат «Маркетинговые коммуникации»</p> <p>Презентация «Секреты эффективной рекламы»</p> <p>Мониторинг маркетинга услуг</p> <p>Реферат «Анализ и оценка эффективности рекламы»</p> <p>Реферат «Особенности продвижения товаров и услуг в малом бизнесе»</p> <p>Презентация «Методы прогнозирования объемов продаж»</p> <p>Реферат «Особенности мобильного маркетинга»</p> <p>Разработка программы продвижения товара или услуги посредством сети Интернет</p> <p>Сравнительный анализ различных интернет-сайтов</p> <p>Реферат «Сенсорный брендинг»</p>		
--	--	--

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы профессионального модуля осуществляется в учебных кабинетах бухгалтерского учета и учебной бухгалтерии.

Оборудование учебных и рабочих мест кабинетов:

- столы
- стулья
- комплект учебно-методической документации;
- наглядные пособия;
- раздаточный материал для выполнения практических работ;
- технические средства обучения (компьютер с программным обеспечением общего и профессионального назначения, выходом в сеть Интернет, мультимедиапроектор, экран).

Реализация программы модуля предполагает учебную практику, которая проводится концентрированно.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Конституция Российской Федерации.
2. Гражданский кодекс (ч. 1,2,3 с последующими изменениями и дополнениями).
3. Налоговый кодекс (ч. 1,2 с последующими изменениями и дополнениями).
4. Федеральный закон от 23 декабря 2003г. № 181-ФЗ «О внесении изменений и дополнений в закон РСФСР», «О банках и банковской деятельности в РСФСР» (с последующими изменениями и дополнениями).
5. Галанов В.А. Финансы, денежное обращение и кредит: Учебник. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2020. – 416 с.
6. Деньги. Кредит. Банки: электронный учебник / под. ред. Е.Ф. Жукова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2021.
7. Финансы и кредит: учебное пособие / кол. авторов; под ред. д-ра экон. наук, проф. О.И. Лаврушина. – М.: КНОРУС, 2018. – 304 с.
8. Финансы и кредит: электронный учебник / под. ред. Т.М. Ковалёвой. – М.: КНОРУС, 2018.
9. Драбозина Л.А. «Финансово-денежное обращение и кредит» Юнити 2019г.
10. Бородина Е.Н. «Финансы предприятий» Юнити 2018г.
11. Перекрёстова Л.В. «Финансы и кредит» АСADEMIA 2019г.

12. Климович В.П. «Финансы, денежное обращение и кредит» ФОРУМ-ИНФРА-М 2018г.
13. Мазурина Т.Ю., Скамай Л.Г. «Финансы фирмы: Практикум» Москва-ИНФРА-М 2021г.
14. Кудина М.В. «Финансовый менеджмент» ФОРУМ-ИНФРА-М 2020г.
15. Гинзбург А.И. Экономический анализ: Предмет и методы: Моделирование ситуаций. Оценка управленческих решений. - СПб.: Питер, 2020.- 480 с.
16. Д.В. Лысенко. Комплексный экономический анализ: Учебник. – М.: ИНФРА – М, 2020 – 320 с.
17. Кирсанова О.Г. Анализ и планирование хозяйственной деятельности: Учебно-методическое пособие. – Смоленск: «Универсум», 2018. – 80 с.
18. Ковалев В.В., Волкова О.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. – М.: Велби Проспект, 2018. – 424 с.
19. Малеева В.В., Алексеева А.И., Васильев Ю.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие – М.: КНОРУС, 2019. – 688 с.
20. Плаксова Н.С. Стратегический и текущий экономический анализ. – М.: Эксмо, 2020. - 640 с.
21. Плаксова Н.С. Экономический анализ. – М.: Эксмо, 2019. – 704 с.
22. Румянцева Е.Е. Экономический анализ.: Учебник. – М.: Изд-во РАГС, 2018. -354 с.
23. Чечевицина Н.П. Анализ финансово-хозяйственной деятельности. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2017. – 431 с.
24. Барышев А. Ф. Маркетинг: учеб. для студ. учреждений сред. проф. образования/А. Ф. Барышев. – 10-е изд., испр. – М.: Издательский центр «Академия», 2020.
25. Белоусова С. Н. Маркетинг: учебное пособие/С. Н. Белоусова, А. Г. Белоусов.- Изд. 7-е, перераб. и доп. – Ростов н/Д: Феникс, 2019.
26. Беляев В.И. Маркетинг: теория и практика.- Москва, 2018.
27. Захарова И.В., Евстигнеева Т.В. Маркетинг в вопросах и решениях.- Ульяновск, 2012.
28. Лифиц И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг.- Москва, 2015.
29. Сафронова Н. Б. Маркетинговые исследования, 2014.
30. Суздальцева Г.Р., Дробышева Е.А. Инструменты продвижения товаров и услуг.- Пермь, 2016.

Дополнительные источники (Интернет-ресурсов, дополнительной литературы)

1. Балобанов И.Т. «Основы финансового менеджмента» 2020г.
2. Крепина М.И. «Финансовый менеджмент» 2021г.
3. Кудина М.В. «Финансовый менеджмент» 2021г.
4. Семибратова О.И. Банковское дело, Москва, 2019
5. Журнал «Финансы и кредит».
6. Журнал "Главбух".

Интернет-ресурсы:

1. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».
2. Справочно-правовая система «Гарант».
3. <http://www.edu.ru> Российское образование Федеральный портал
4. <http://ecsocman.edu.ru> Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Теоретические знания по освоению модуля проводятся в соответствии с расписанием учебных занятий, в кабинетах образовательного учреждения. Учебным планом предусмотрены консультации для обучающихся по освоению модуля: групповые, индивидуальные. В процессе изучения ПМ.02 Организация и проведения экономической и маркетинговой деятельности преподаватели используют активные формы проведения занятий с применением электронных образовательных ресурсов, деловых и ролевых игр, анализа производственных ситуаций, групповых дискуссий, в сочетании с внеаудиторной работой, для формирования и развития общих и профессиональных компетенций обучающихся.

Для освоения данного профессионального модуля обучающийся должен изучить следующие дисциплины:

- ОП.01 Экономика организации
- ОП.02 Статистика
- ОП.08. Основы бухгалтерского учета

Каждый обучающийся обеспечен одним учебным печатным и электронным изданием по программе профессионального модуля, не старше пяти лет с момента издания. Преподаватель, для самостоятельной работы обучающихся, разработал методические рекомендации по темам модуля.

ПМ.02. Организация и проведения экономической и маркетинговой деятельности. Производственная практика проводится вне учебного заведения. Руководство практикой осуществляют ведущие преподаватели.

Формой итоговой аттестации является проведение экзамена (квалификационного).

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Реализация основной профессиональной образовательной программы по специальности среднего профессионального образования обеспечивается педагогическими кадрами, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемого модуля. Преподаватели имеют практический опыт деятельности в организациях, соответствующей профессиональной сферы, а также проходят стажировку в профильных организациях не реже одного раза в три года.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
<p>ПК1.Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров, (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в инвентаризации.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Полное и четкое применение нормативных документов в области налогообложения, регулирующих механизм и порядок налоговой системы; – Квалифицированное владение – Оформления финансовых документов и отчетов; – Правильное составление финансовых документов и отчетов; – Достоверное и оперативное определение результатов хозяйственной деятельности за отчетный период; 	<p>Оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> - результатов работы на практических занятиях; - результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; - результатов тестирования. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной практики</p> <p>Квалификационный экзамен (письменный)</p>
<p>ПК2.Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Четкое соблюдение требований – к оформлению финансовых документов и отчетов; – Внимательное отношение к составлению финансовых документов и отчетов; – Полная и грамотная группировка и перенос обобщенной учетной информации из первичной документации в автоматизированную систему сбора информации; – Выполнение всех требований к оформлению финансовых документов и отчетов; – Полное и необходимое отражение изменений в финансовых документах и отчетах; – Точное соблюдение сроков представления отчетов; – Правильное внесение исправлений в отчетную документацию в 	<p>Оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> - результатов работы на практических занятиях; - результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; - результатов тестирования. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной практики</p>

	случае выявления неправильного отражения автоматизированных операций;	Квалификационный экзамен (письменный)
ПК3.Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а так же рынки ресурсов.	<ul style="list-style-type: none"> – Полно и правильно применять методы и приёмы финансово-хозяйственной деятельности; – Полный и правильный анализ результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия; – Оперативно осваивать методы и приёмы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа; 	<p>Оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> - результатов работы на практических занятиях; - результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; - результатов тестирования. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной практики</p> <p>Квалификационный экзамен (письменный)</p>
ПК4.Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.	<ul style="list-style-type: none"> – Умелое и полное использование выявления и формирования спроса на товар; – Обоснованный выбор методов и приемов при формировании потребностей на товар; – Грамотное применение формирования спроса на товар; – Квалифицированное формирования удовлетворения потребностей; – Подробное проведение расчета цены и заработной платы работников; – Правильное проведение расчетов цены и заработной платы работников; – Квалифицированное проведение расчета цены и заработной платы работников; 	<p>Оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> - результатов работы на практических занятиях; - результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; - результатов тестирования. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной практики</p> <p>Квалификационный экзамен (письменный)</p>
ПК4.Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и	<ul style="list-style-type: none"> – Умелое и полное использование – проведение маркетинговых исследований рынка; – Обоснованный метод проведения маркетинговых исследований; – Достоверное проведение 	<p>Оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> - результатов работы на практических занятиях;

<p>реализации маркетинговых решений.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – маркетинговых исследований рынка; – Полный и четкий анализ результатов полученный при проведенных маркетинговых исследованиях; – Квалифицированное проведение анализа маркетинговых исследований; – Подробное проведение оценки расчета маркетинговых исследований; – Правильное определение критериев маркетинговых исследований; – Квалифицированное проведение анализа показателей маркетинговых исследований; – Ответственное проведение анализа маркетинговых исследований; – Достоверное осуществление общей оценки маркетинговых исследований; – Точное проведение расчета и анализ маркетинговых исследований; – Взвешенное проведение анализа уровня и динамики маркетинговых исследований по выявленным критериям; 	<ul style="list-style-type: none"> - результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; - результатов тестирования. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной практики.</p> <p>Квалификационный экзамен (письменный)</p>
<p>ПК5.Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Умелое и полное использование сбытовой политики организации; – Обоснованный выбор видов и приемов при реализации сбытовой политики организации; – Достоверное проведение анализа сбытовой политики организации; – Полный и четкий анализ результатов общей оценки сбытовой политики организации; – Квалифицированное проведение анализа сбытовой политики организации; – Правильное определение критериев конкурентоспособности организации; – Подробное проведение оценки конкурентоспособности организации на рынке; – Квалифицированное проведение анализа конкурентоспособности организации; – Ответственное проведение анализа конкурентоспособности организации; 	<p>Оценка в рамках текущего контроля:</p> <ul style="list-style-type: none"> - результатов работы на практических занятиях; - результатов выполнения индивидуальных домашних заданий; - результатов тестирования. <p>Экспертная оценка освоения профессиональных компетенций в рамках текущего контроля в ходе проведения учебной практики.</p> <p>Квалификационный экзамен (письменный)</p>
<p>ПК6. Применять методы и приемы анализа, финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности,</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Умелое и полное использование методов финансового анализа; – Обоснованный выбор видов и приемов финансового анализа; – Достоверное проведение – Анализа финансово-хозяйственной деятельности; – Полный и четкий анализ результатов 	<p>Квалификационный экзамен (письменный)</p>

<p>осуществлять денежные расчеты покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.</p>	<p>общей оценки финансово-хозяйственной деятельности предприятия;</p> <ul style="list-style-type: none"> – Квалифицированное проведение анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия; – Подробное проведение оценки расчета финансово-хозяйственной деятельности предприятия; – Правильное определение критериев финансово-хозяйственной деятельности предприятия; – Квалифицированное проведение анализа показателей финансовой устойчивости; – Ответственное проведение анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия; – Достоверное осуществление общей оценки деловой активности организации; – Точное проведение расчета и анализ финансового цикла; – Взвешенное проведение анализа уровня и динамики финансовых результатов по показателям отчетности; 	
--	--	--

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

<p>Результаты (освоенные общие компетенции)</p>	<p>Основные показатели оценки результата</p>	<p>Формы и методы контроля и оценки</p>
<p>ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - обоснование профессиональных функций коммерсанта - участие в исследовательской работе; - портфолио студента 	<p>Наблюдение и оценка на практических занятиях, в процессе практики, результаты самостоятельной работы</p>
<p>ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - планирование собственной деятельности в соответствии с своими должностными обязанностями; - осуществлять самоанализ и самоконтроль своей деятельности; - оценивание эффективности собственной деятельности по качественным и количественным показателям; 	<p>Решение ситуационных задач; наблюдение и оценка на практических занятиях, и в процессе практики</p>
<p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и</p>	<ul style="list-style-type: none"> - прогнозирование проблемных ситуаций в финансово-хозяйственной деятельности 	<p>Решение ситуационных задач; наблюдение и оценка на</p>

нести за них ответственность.	предприятия; - принятие управленческих целесообразных решений в нестандартных производственных ситуациях	практических занятиях, и в процессе практики
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	- нахождение и использование инструктивных материалов и др. источников информации, необходимых в ходе осуществления деятельности предприятия ; - использование различных источников, в т. ч. электронных, для поиска необходимой информации;	Наблюдение и оценка на практических занятиях, в процессе практики, результаты самостоятельной работы
ОК 5. Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.	- использование информационно-коммуникационных технологий для планирования, организации, учета производственного процесса;	Наблюдение и оценка на практических занятиях, в процессе практики, результаты самостоятельной работы
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- установление целесообразных взаимоотношений с однокурсниками, в ходе выполнения коллективных заданий	Наблюдение и оценка в процессе учебной практики, выполнении самостоятельной работы.
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	- формулирование цели, и контроля деятельности предприятия - внесение корректив в собственную деятельность на основе ее анализа	Наблюдение, оценка и самоанализ в процессе практики
ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	- организация собственной самостоятельной работы при изучении профессионального модуля; - освоение программ дополнительной профессиональной подготовки - планирование обучающимся мероприятий по повышению личностного и профессионального уровня.	Самоанализ по результатам практики, результаты самостоятельной работы, документы об освоении программ ДПО
ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.	- систематический анализ инноваций в области профессиональной подготовки; - систематическое отслеживание изменений в законодательстве по бухгалтерскому учету и отчетности.	Наблюдение и оценка на практических занятиях, в процессе практики, результаты самостоятельной работы

<p>ОК 10. Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юноше).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - соблюдение требований производственной дисциплины; - ориентация обучающихся на исполнение воинского долга; 	<p>Наблюдение и оценка в процессе практики</p>
---	---	--