

Министерство образования, науки и молодежной политики
Краснодарского края
Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
Краснодарского края
«Армавирский механико-технологический техникум»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
МОДУЛЯ**

**ПМ.02. Организация и проведение экономической
и маркетинговой деятельности**

для специальности **38.02.04 «Коммерция (по отраслям)»**

ОДОБРЕНА

Цикловой комиссией
экономических и бухгалтерских
дисциплин и МДК
Председатель Л Логвиненко С. И.
Протокол № 10 от «20» 05 2022 г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор ГБПОУ КК АМТТ
С В Петросян
«30» 05 2022г.



Рассмотрена
на заседании педагогического совета
протокол № 10 от 30.05.2022 г.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальностям среднего профессионального образования (далее – СПО) 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)» (базовый уровень подготовки) – входящей в состав укрупненной группы специальностей 100000 «Сфера обслуживания» утверждённую приказом Министерства образования РФ от 15.05.2014 №539, зарегистрированного в Минюсте РФ 25 июня 2014 г. № 32855.

Организация-разработчик: Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение Краснодарского края «Армавирский механико-технологический техникум»

Разработчики:

Горностаева Н.А. - преподаватель - ГБПОУ КК АМТТ
Вербникова И.А. преподаватель - ГБПОУ КК АМТТ
Дьяченко В.П., преподаватель ГБПОУ КК АМТТ

Рецензенты:

Кравченко В.В.- директор торговой сети ООО «Меркадо». Квалификация по диплому- менеджер , специальность «Менеджмент организации»

Говорова О.В. преподаватель профессиональных дисциплин ГБПОУ КК АМТ
Квалификация по диплому- экономист по специальности «Финансы и кредит»

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	9
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	11
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	35
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	41

**1 ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.02ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И
МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

1.1 Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее - рабочая программа) – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)» (базовый уровень подготовки) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) 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.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании по программам повышения квалификации и переподготовки работников предприятий торговли и товароведов. Опыт работы не требуется.

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

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся 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 правовыми актами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;
- рассчитывать основные налоги;
- *Рассчитывать показатели эффективности использования основных и оборотных средств предприятия.*
- *Рассчитывать потребности в оборотных средствах*
- *Определять денежную массу*
- *Рассчитывать суммы процентов за предоставленный кредит*
- *Дисконтировать капитал, рассчитывать дисконт*
- *Рассчитывать курс акций, дивидендов по акциям, процентов по облигациям и эффективность их применения.*
- *– Рассчитывать показатели эффективности капитальных вложений*
- *Оформлять кредитный договор.*
- *Составлять финансовый план организации (предприятия).*
- *Решать задачи по валютным расчетам*
- *Классифицировать налоги по типам и признакам.*
- *Определять оптимальный режим налогообложения малого бизнеса*
- анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;

- применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;
- 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;
- *пользоваться нормативными и другими источниками информации, в области анализа*
- *оценивать эффективность коммерческой деятельности, связанной с использованием ресурсов, принимать управленческие решения*
- *определять рентабельность, платежеспособность и устойчивость финансового положения предприятия*
- *проводить анализ влияния факторов на экстенсивность и интенсивность использования основных средств.*
- *проводить расчеты и давать оценку, влиянию факторов роста производительности труда, на увеличение объема производства и реализации продукции*
- *резервы снижения себестоимости продукции*
- *проводить анализ динамики финансовых результатов*
- *дать оценку имущественного положения, финансовой устойчивости, платежеспособности организации*
- *проектировать службу маркетинга;*
- *разрабатывать новую продукцию;*
- *разрабатывать маркетинговую часть бизнес- плана*
- *анализировать работу отдела маркетинга организации*
- *вырабатывать управленческие решения, регламентирующие деятельность отдела маркетинга;*
- *вырабатывать рекомендации по совершенствованию организационно-управленческих решений, функций, прав и должностных обязанностей; работников отдела маркетинга;*
- *анализировать маркетинговую политику организации;*
- *оформлять дела постоянного и временного хранения с применением специализированных инструментов и оборудования;*
- *осуществлять документирование управленческих решений;*
- *оформлять внутренние учетные документы при формировании дел в соответствии с утвержденной номенклатурой дел организации;*
- *формировать документы в дела с учетом их специфики;*
- *разделять документы на группы в соответствии с ценностью информации, содержащейся в них;*
- *производить хронологическо- структурную систематизацию документов и дел;*

- составлять и оформлять информационно-справочные, организационные, распорядительные документы с использованием прикладного программного обеспечения

знать:

- сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;
- *Сущность и технология финансового менеджмента.*
- *Расходы бюджета по экономическому назначению.*
- *Рационализация расходов. Распределение и использование прибыли на предприятии*
- *Пути развития и реформирования банковской системы России..*
- *Управление рисками в банковской деятельности.*
- *Организационная структура фондовой биржи. Брокерские и дилерские услуги.*
- *Инвестиционные компании на рынке ценных бумаг.*
- *Роль инвестиционного капитала в формировании основных средств.*
- *Инвестиции в основные средства, нематериальные и финансовые активы. Инвестиции в оборотные активы. Особенности привлечения иностранных инвестиций*
- финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля;
- *Содержание и порядок составления платежного календаря. Права и обязанности органов финансового контроля*
- *Валютно – финансовый механизм внешнеэкономических связей*
- основные положения налогового законодательства;
- функции и классификацию налогов;
- организацию налоговой службы;
- методику расчета основных видов налогов;
- *повышение результативности контрольных действий и новых методов, форм организации налогового контроля;*
- *Условия установления налогов и сборов Принципы и методология формирования оптимальных налоговых концепций*
- *Права и обязанности налогоплательщиков и налоговых агентов.*
- *Оформление актов налоговых органов и действий или бездействий должностных лиц.*
- *Анализ производственных и негативных тенденций российской практики обложения НДС. Оценка перспектив применения в российской налоговой системе НДС*
- *Анализ эволюции налогообложения прибыли*
- *Проблемы формирования страховых взносов в социальные фонды и направления их решений. Перспективы развития страховых взносов в социальные фонды.*
- *Проблемы формирования таможенных пошлин*
- *тенденций отечественной и зарубежной методологии и методики налогового контроля*

- *Повышение результативности контрольных действий и новых методов, форм организации налогового контроля*
- *Изучение Налогового кодекса РФ*
- *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;*
- *Метод и методика анализа финансово-хозяйственной деятельности*
- *методики анализа основных показателей финансово-хозяйственной деятельности, их взаимосвязь;*
- *Виды источников информации и правила подготовки экономической информации к анализу.*
- *методика проведения текущего анализа и область применения традиционных методов экономического анализа*
- *Оценка технико-организационного уровня и определение резервов повышения технико-организационного уровня производства.*
- *Оценка динамики реализации продукции организации и факторы на нее влияющие.*
- *методика расчетов показателей технического состояния и эффективности использования основных средств*
- *Основные направления экономии материальных ресурсов*
- *Методику анализа использования рабочей силы, рабочего времени, производительности труда*
- *факторный анализ прибыли и рентабельности*
- *систему показателей, характеризующих финансовое состояние организации и методы их определения*
- *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*
- *основные виды маркетинга;*
- *сущность, признаки, критерии сегментации рынка;*
- *позиционирование товаров и услуг;*
- *объекты маркетинга;*
- *виды и особенности субъектов маркетинга;*
- *основные этапы стратегического и текущего планирования маркетинга;*

- виды маркетингового контроля;
 - правила документационного обеспечения деятельности организации
 - порядок работы с документами в зависимости от поставленной задачи;
 - требования, предъявляемые к управленческим документам документам по личному составу в соответствии с нормативными правовыми и методическими актами;
- правила составления и оформления информационно-справочных, организационных, управленческих документов и документов по личному составу

1.3 Количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:

всего -636часа, в том числе в форме практической подготовки-204часа:

максимальной учебной нагрузки обучающегося– 636часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося –424часа;

самостоятельной работы обучающегося – 212 часа;

курсовой работы - 10 часов;

Производственная практика (по профилю специальности) –36часов.

Учебная практика -72 часа

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) и общими (ОК) компетенциями:

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 их 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 товаров.
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 информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач,

	профессионального и личностного развития
ОК 6.	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 7.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 10.	Логически верно, аргументированно и ясно излагать устную и письменную речь
ОК 12.	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.

Перечень личностных результатов

Код	Наименование личностных результатов
ЛР 4	Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа»
ЛР 7	Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.
ЛР 9	Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях
ЛР 10	Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой
ЛР 11	Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля ПМ 02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности»

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	В том числе в форме практической подготовки	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
				Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося		Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов	
				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	11
ПК 2.1 – 2.2	Раздел 1. Финансы, налоги и налогообложение	147	48	98	48		49			
ПК 2.8 – 2.9	Раздел 2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности	249	66	166	66		83			
ПК 2.5 – 2.7	Раздел 2. Маркетинг	240	90	160	80	10	80			
	Производственная практика (по профилю специальности), часов	36	36							36
	Учебная практика	72	72						72	
	Всего:	744	312	424	194	10	212		72	36

**3.2 Содержание обучения по профессиональному модулю
 ПМ 02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности**

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1 ПМ Финансы, налоги и налогообложение организаций		148	
МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение		98	
Тема 1.1	Содержание	8	1
Финансы и финансовая система в условиях рыночных отношений	<p>1. Финансы, финансовая политика и финансовая система</p> <p>Экономическая сущность финансов в условиях рыночных отношений, сущность, функции, финансовая и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения. Финансовые отношения и их характеристика. Финансовая политика государства в современных условиях. Финансовая инфляция. Система финансов, ее звенья. Совершенствование финансовой системы в условиях рыночных отношений. Финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля. Управление финансами. Управление финансами: общее понятие, назначение. Органы управления. Новые типы рыночных финансовых структур (холдинговые, инвестиционные компании, торговые дома, коммерческие банки и др.), их характеристика. <i>Сущность и технология финансового менеджмента</i></p>	2	

2	<p>Контрольная работа (входной контроль) Финансы государства и их использование Финансы государства, их роль в экономическом и социальном развитии Российской Федерации. Бюджетная система Российской Федерации, принципы ее построения и функционирования. Государственный бюджет Российской Федерации, его значение, состав и структура. Состав и структура доходов и расходов государственного федерального бюджета. Бюджетный дефицит, его сущность и экономические последствия. Внебюджетные фонды (Пенсионный фонд, Фонд государственного социального страхования, Фонд обязательного медицинского страхования), их сущность и социально-экономическое значение. Источники формирования и направления расхода внебюджетных фондов в Российской Федерации. <i>Расходы бюджета по экономическому назначению.</i></p>	2
2	<p>3. Финансы предприятия и их использование Состав и особенности формирования финансов в условиях рыночных отношений. Финансовые ресурсы предприятий, источники их. Собственные и заемные средства (капитал). Доходы и расходы хозяйствующих субъектов, виды, характеристика. Основные и оборотные средства предприятий: понятие, состав, структура и источники формирования. Показатели эффективности использования основных и оборотных средств предприятия. Методика расчета потребности предприятия в оборотных средствах. <i>Рационализация расходов. Распределение и использование прибыли на предприятии</i></p>	2
2	<p>4 Денежное обращение в условиях рыночных отношений Деньги: происхождение, сущность и виды. Функции и роль денег в условиях рыночных отношений. Денежная система Российской Федерации. Денежная масса, ее роль в денежно-кредитной политике государства. Скорость денежного обращения, порядок его расчета и факторы, воздействующие на скорость. Характеристика денежного обращения Российской Федерации. Сущность и типы денежных систем. Элементы денежной системы.. Регулирование денежного обращения в Российской Федерации. Системы наличного и безналичного денежного обращения в Российской Федерации и условия их функционирования. Безналичный платежный оборот и основы его организации. Формы безналичных расчетов. Налично-денежные операции банков по кассовому обслуживанию организаций.</p>	2
6	<p>Практические занятия</p>	2
2	<p>1 Расчет отчислений в социальные внебюджетные фонды</p>	2
2	<p>2 Расчет показателей эффективности использования основных и оборотных средств предприятия. <i>Расчет потребности в оборотных средствах</i></p>	2
2		2

	3	Расчет потребности страны в денежной массе. <i>Определение денежной массы</i> Расчет скорости денежного обращения. Осуществление денежных расчетов.	2	
Тема 1.2 Кредитная и банковская системы	Содержание			
	1	Кредит и кредитная система в условиях рыночной экономики Сущность, необходимость и роль кредита. Виды кредитов и их классификация (банковский, государственный, товарно-коммерческий, потребительский, ипотечный, международный кредит). Принципы кредитования предприятий различных организационно-правовых форм собственности. Кредитный договор, его содержание и порядок заключения. Порядок получения и погашения кредитов. Условия прекращения действия кредитного договора.	2	
	2	Банковская система РФ Банковская система Российской Федерации, принципы ее организации. Классификация банков. Центральный банк Российской Федерации, его роль, задачи и функции. Система коммерческих банков, их функции и услуги. Развитие новых функций банков: лизинг, факторинг, организация обращения ценных бумаг. Взаимоотношения предприятий с банками. <i>Пути развития и реформирования банковской системы России.</i> <i>Управление рисками в банковской деятельности.</i>	2	
3	Рынок ценных бумаг Ценные бумаги: понятие, виды (акции, облигации, государственные долговые обязательства, сертификаты, векселя и др.), назначение, характеристика, правила выпуска и обращения. Эмитенты и инвесторы. Порядок приобретения и продажи юридическими и физическими лицами акций эмитента. Методика расчета курса акций, дивидендов по акциям и процентов по облигациям. <i>Организационная структура фондовой биржи. Брокерские и дилерские услуги. Инвестиционные компании на рынке ценных бумаг. Роль инвестиционных капиталов в формировании основных средств. Инвестиции в основные средства, нематериальные и финансовые активы. Инвестиции в оборотные активы. Особенности привлечения иностранных инвестиций</i>	6	2	
Тема 1.3 Финансирование и кредитование	Практические занятия			
	1.	<i>Расчет суммы процентов за предоставленный кредит</i>	2	
	2.	<i>Дисконтирование капитала, расчет дисконта</i>	2	
	3.	<i>Расчет курса акций, дивидендов по акциям, процентов по облигациям и эффективности их применения.</i>	2	1
Содержание				
1	Финансирование и кредитование капитальных вложений Капитальные вложения: понятие, источники их финансирования на	2		

капитальных вложений	предприятия. Собственные и заемные средства. Использование амортизационных отчислений, прибыли предприятия при финансировании капитальных затрат. Кредитование капитальных вложений. Особенности кредитования капитальных вложений предприятий (организаций) торговли и общественного питания.	4	2
	Практические занятия		
	1. Расчет показателей эффективности капитальных вложений	2	
	2. Оформление кредитного договора.	2	1
Тема 1.4 Финансовое планирование и контроль	Содержание		
	1. Финансовое планирование и контроль Финансовое планирование и контроль: понятие, назначение, задачи. Содержание финансового плана организации (предприятия) и характеристика его статей. Порядок составления, рассмотрения и утверждения финансового плана. Оперативные финансовые планы. Органы финансового контроля (Федеральное казначейство, Налоговые органы Министерства по налогам и сборам, Таможенные органы, Аудиторские фирмы и др.) и их функции. Виды финансового контроля и его основные направления. Объекты финансового контроля, порядок его проведения. <i>Содержание и порядок составления платежного календаря. Права и обязанности органов финансового контроля</i>	2	2
	Практические занятия		
Тема 1.5 Валюта и валютная система	1. Составление финансового плана организации (предприятия). Составление финансовых документов и отчетов.	2	1
	Содержание		
	1. Валюта и валютная система Валюта и валютная система: понятия. Курс рубля, виды и назначение. Понятие валютных ценностей и их состав. Валютные операции, их классификация. Валютное регулирование порядок его осуществления. Валютный контроль. Международные валютно-финансовые кредитные отношения Международные валютно-финансовые и кредитные отношения. Валютно-финансовые механизмы внешнеэкономических отношений. Девальвация, понятие, условия проведения. Ревальвация, ее понятие и проведение. Проблемы внешней задолженности в России. <i>Валютно – финансовый механизм внешнеэкономических связей</i>	2	2
Тема 1.6 Налоги и налоговая система в	Практические занятия		
	1. Решение задач по валютным расчетам Самостоятельная работа обучающихся: Валютно – финансовый механизм внешнеэкономических связей	2	
	Содержание		
1. Налоги их сущность, функции и классификация	8	1	
		2	

<p>Условия рыночной экономики</p>	<p>Налоги как инструмент бюджетного регулирования, их экономическая сущность. Функции налогов и сборов. Понятие налога и сборов. Система налогов и сборов. Виды налогов и сборов в РФ. Федеральные налоги и сборы. Региональные налоги и сборы. Местные налоги и сборы. Общие условия установления налогов и сборов. Специальные налоговые режимы. Основные положения налогового законодательства. Функции и классификация налогов. Методика расчета основных видов налогов.</p>		
2	<p>Налогообложение, его принципы Возникновение налогообложения в России. Условия установления налогов и сборов История развития налогообложения. Принципы и методология формирования оптимальных налоговых концепций. Права и обязанности налогоплательщиков и налоговых агентов. Оформление актов налоговых органов и действий или бездействий должностных лиц. Налогообложение как способ регулирования доходов и источников пополнения государственных средств. Возникновение и развитие системы налогообложения в России. Влияние колебаний политического, экономического и социального курсов на изменения в системе налогообложения в условиях рынка. Основные принципы налогообложения. Налогообложение предприятий и физических лиц, его экономическая сущность и виды.</p>	2	
3	<p>Налоговая система РФ, ее элементы и принципы построения Понятие налоговой системы. Принципы построения налоговой системы, ее структура. Характеристика элементов налоговой системы. Источники уплаты налогов и сборов. Субъекты налоговой системы, их права и обязанности: налогоплательщики и плательщики сборов, налоговые агенты, налоговые органы. <i>Изучение Налогового кодекса РФ</i></p>	2	
4	<p>Контрольная работа Оперативный контроль Организация Государственной налоговой службы России - контроль за соблюдением налогового законодательства; - контроль за правильным начислением и своевременным взносом средств в бюджет; - подготовка предложений по совершенствованию налогового законодательства. Управление налоговых реформ. Министерства финансов РФ, его функции. Основные санкции за нарушение налогового законодательства. Организация налоговой службы. Повышение результативности контрольных действий и новых методов, форм организации налогового контроля; Условия установления налогов и сборов Принципы и методология формирования оптимальных налоговых концепций. Права и обязанности налогоплательщиков и налоговых агентов. Оформление актов налоговых органов и действий или бездействий должностных лиц.</p>	2	2
	<p>Практические занятия 1. Классификация налогов по типам и признакам. Использование нормативных правовых актов в области налогообложения, регулирующих механизм и порядок налогообложения</p>	2	2

	<p>Самостоятельная работа обучающихся:</p> <p>Возникновение налогообложения в России</p> <p>Условия установления налогов и сборов</p> <p>История развития налогообложения. Принципы и методология формирования оптимальных налоговых концепций</p> <p>Права и обязанности налогоплательщиков и налоговых агентов. Анализ тенденций отечественной и зарубежной методологии и методики налогового контроля</p> <p>Обложение актов налоговых органов и действий или бездействий должностных лиц. Повышение результативности контрольных действий и новых методов, форм организации налогового контроля</p>	10	1
<p>Тема 1.7 Основные виды федеральных налогов, методика их расчета</p>	<p>Содержание</p> <p>1 Налоги на добавленную стоимость (НДС) и акцизы НДС: плательщики, объект налогообложения, место реализации, налоговая база и особенности ее определения в зависимости от вида деятельности. Налоговые периоды и ставки. Льготы и порядок освобождения от уплаты налога. Налоговые вычеты и порядок их применения. Порядок исчисления НДС. Сроки уплаты налога. Методика заполнения и сроки представления налоговой декларации в налоговые органы. Понятие подакцизного товара. Порядок исчисления акциза, сроки уплаты. <i>Анализ производственных и негативных тенденций российской практики обложения НДС.</i> <i>Оценка перспектив применения в российской налоговой системе НДС</i></p> <p>2 Налог на прибыль организаций Налог на прибыль организаций: плательщики, объект налогообложения. порядок определения доходов, классификация доходов. расходы. Группировка расходов по элементам, внереализационные расходы. Порядок признания доходов и расходов при методе начисления, при кассовом методе. Порядок определения налоговой базы. Налоговые ставки. Налоговый и отчетные периоды. Порядок исчисления авансовых платежей и налога на прибыль. Методика заполнения и сроки представления налоговой декларации в налоговые органы. <i>Анализ эволюции налогообложения прибыли</i></p> <p>3 Страховые платежи в социальные внебюджетные фонды Плательщики, объект налогообложения, налоговая база, суммы, не подлежащие налогообложению. Ставка налога. Налоговые льготы. Налоговый и отчетный период. Порядок исчисления и сроки уплаты налога. Методика заполнения расчета по авансовым платежам и налоговой декларации, сроки их представления в налоговые органы. <i>Проблемы формирования страховых взносов в социальные фонды и направления их решений.</i> <i>Перспективы развития страховых взносов в социальные фонды.</i></p>	2	2

4	<p>Налог на доходы физических лиц (НДФЛ)</p> <p>Налог на доходы физических лиц: плательщики, объект налогообложения, особенности исчисления налоговой базы. Налоговый период. Доходы, не подлежащие налогообложению. Налоговые ставки. Порядок исчисления и сроки уплаты налога. Методика заполнения Декларации по налогу на доходы физических лиц и сроки ее представления в налоговые органы.</p>	2	
5	<p>Государственная пошлина, таможенные пошлины</p> <p>Сущность и краткая характеристика налогов. Плательщики, объект налогообложения, порядок исчисления и сроки уплаты федеральных налогов. Государственная пошлина, таможенная пошлина и другие.</p> <p><i>Проблемы формирования таможенных пошлин</i></p>	2	2
	Практические занятия	10	2
1.	Расчет сумм федеральных налогов (НДС)	2	
2.	Расчет сумм федеральных налогов (акцизов)	2	
3.	Расчет сумм федеральных налогов (налога на прибыль)	2	
4.	Расчет сумм федеральных налогов (НДФЛ), подлежащих уплате в бюджет.	2	
5.	Расчет сумм федеральных налогов (государственных и таможенных пошлин), подлежащих уплате в бюджет.	2	
	Содержание	6	1
1	<p>Контрольная работа(рубежный контроль)</p> <p>Налог на имущество организаций</p> <p>Налог на имущество организаций, его значение и место в налоговой системе: плательщики, объект налогообложения, налоговая база, методика расчета среднегодовой стоимости имущества. Порядок исчисления и сроки уплаты налога. Порядок заполнения налоговой декларации.</p>	2	
2	<p>Транспортный налог</p> <p>Методика расчета налога: плательщики, объект налогообложения, налоговая база, ставка налога, льготы, порядок исчисления, сроки уплаты и представления налоговой декларации в налоговые органы.</p> <p>Налог на игорный бизнес</p> <p>Методика расчета налога: плательщики, объект налогообложения, налоговая база, ставка налога, порядок исчисления, сроки уплаты и представления налоговой декларации в налоговые органы.</p>	2	
3	<p>Специальные налоговые режимы</p> <p>Упрощенная система налогообложения, Единый налог на вмененный доход, Единый сельскохозяйственный налог - методика расчета: плательщики, объект налогообложения, налоговая база, льготы, ставка налога, порядок исчисления, сроки уплаты и представления налоговой декларации в налоговые органы.</p>	2	

Тема 1.8Налоги субъектов Российской Федерации

	Практические занятия		12	2
	1. Расчет региональных налогов (Налога на имущество организаций) подлежащих уплате в бюджет		2	
	2. Расчет региональных налогов (Транспортного налога) подлежащих уплате в бюджет		2	
	3. Расчет региональных налогов (Налога на игорный бизнес) подлежащих уплате в бюджет		2	
	4. Расчет региональных налогов (Налогов организаций, находящихся на специальных налоговых режимах (УСН)) подлежащих уплате в бюджет		2	
	5. Расчет региональных налогов (Налогов организаций, находящихся на специальных налоговых режимах (ЕНВД)) подлежащих уплате в бюджет.		2	
	6. Расчет региональных налогов (Налогов организаций, находящихся на специальных налоговых режимах (ЕСХН)) подлежащих уплате в бюджет		2	1
	<i>Определение оптимального режима налогообложения малого бизнеса</i>		2	1
	Содержание			
Тема 1.9 Местные налоги, их роль в местном самоуправлении	1. Местные налоги и сборы		2	
	Значение местных налогов в формировании местных бюджетов. Имущественные налоги (земельный налог, налог на имущество физических лиц, налог на имущество, переходящее в порядке наследования или дарения) - значение и принципы исчисления местных налогов.		2	2
	Практические занятия		2	
	1. Расчет местных налогов, подлежащих уплате в бюджет			
	Самостоятельная работа обучающихся: Сравнительная характеристика отечественной и зарубежной (европейской и американской) систем местного налогообложения. Местные налоги как источник финансовой стабилизации муниципалитетов		6	1
	Содержание		2	
Тема 1.10 Организация налогового контроля. Основы аудита	1. Организация налогового контроля			
	Контроль за соблюдением налогового законодательства. Санкции за нарушение налогового законодательства. <i>Тенденции отечественной и зарубежной методологии и методики налогового контроля. Повышение результативности контрольных действий и новых методов, форм организации налогового контроля</i>		2	
	2. Основы аудита		2	
	3. Аудит: понятие, виды, цели, формы и методы аудиторских услуг.		2	2
	ФЗ "Об аудиторской деятельности".		2	2
	Практические занятия		2	
	1. Определение размера штрафных санкций при нарушении налогового законодательства		2	

Самостоятельная работа при изучении раздела 1 ПМ 02.

- написание рефератов и исследовательских творческих работ по заданным темам;
- работа с источниками информации (конспектом занятий, учебным пособием, составленным преподавателем, учебной и специальной литературой, материалами на электронных носителях, периодическими изданиями по профилю подготовки, ресурсами Интернет);
- участие в учебно-исследовательских работах/проектах;
- создание презентаций по заданным темам;
- подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите.

Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:

- Расходы бюджета по экономическому назначению. Рационализация расходов.
- Распределение и использование прибыли на предприятии
- Пути развития и реформирования банковской системы России.
- Управление рисками в банковской деятельности.
- Организационная структура фондовой биржи. Брокерские и дилерские услуги.
- Роль инвестиционных капитала в формировании основных средств.
- Особенности привлечения иностранных инвестиций.
- Права и обязанности органов финансового контроля
- Валютно – финансовый механизм внешнеэкономических связей.
- Возникновение налогообложения в России
- Условия установления налогов и сборов
- История развития налогообложения. Принципы и методология формирования оптимальных налоговых концепций
- Права и обязанности налогоплательщиков и налоговых агентов. Анализ тенденций отечественной и зарубежной методологии и методики налогового контроля
- Обложение актов налоговых органов и действий или бездействий должностных лиц. Повышение результативности контрольных действий и новых методов, форм организации налогового контроля
- Сравнительная характеристика отчетов и зарубежных систем налогообложения доходов граждан.
- Анализ эволюции НДФЛ в России
- Проблемы формирования таможенных пошлин
- Условия установления налогов и сборов. Принципы и методология формирования оптимальных налоговых концепций
- Права и обязанности налогоплательщиков и налоговых агентов. Оформление актов налоговых органов и действий или бездействий должностных лиц.
- Анализ производственных и негативных тенденций российской практики обложения НДС. Оценка перспектив применения в российской налоговой системе НДС
- Анализ эволюции налогообложения прибыли
- Проблемы формирования страховых взносов в социальные фонды и направления их решений.
- Перспективы развития страховых взносов в социальные фонды.
- Проблемы формирования таможенных пошлин
- Развитие имущественных прав предприятий и граждан и вопросы налогообложения их имущества.

**3.2 Содержание обучения по профессиональному модулю
ПМ 02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности**

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 2 ПМ 02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности		291	
МДК 02.02. Анализ финансово хозяйственной деятельности		166	
Тема 1.1 Содержание, предмет и задачи экономического анализа	<p>Содержание</p> <p>1. Анализ как метод познания. Организация как объект экономического анализа. Цели, задачи и предмет дисциплины, связь с другими дисциплинами, с теорией и практикой рыночной экономики.</p> <p>2. Анализ как способ развития экономического мышления. Предмет, принципы экономического анализа.</p> <p>Контрольная работа (входной контроль)</p> <p>3. Задачи экономического анализа. Метод экономического анализа, его теоретические основы.</p> <p>4. Классификация видов экономического анализа и их роль в управлении</p> <p>5. Классификация видов экономического анализа в зависимости от следующих признаков: функций управления (внутренний и внешний), содержания процесса управления (перспективный, ретроспективный, оперативный), характера объектов управления, субъектов периодичности, содержания и полноты изучаемых процессов, методов изучения объектов, степени механизации и автоматизации вычислительных работ</p>	16	1

	6	Исторические этапы становления и перспективы развития экономического анализа как науки.	2
	7	Роль экономического анализа в оценке, диагностике и прогнозировании стратегии развития предприятия	2
	8	Повышение роли анализа в условиях рыночной экономики	2
	Практические занятия		
	1	Выполнение тестов, решение ситуаций по теме. Проводить расчет влияния факторов на себестоимость продукции. <i>Пользоваться нормативными и другими источниками информации, в области анализа</i>	2
	Содержание		
Тема 1.2 Организация и информационное обеспечение анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия	1	Организация аналитической работы на предприятии. Зависимость организации аналитической работы от структуры управленческого аппарата и технической оснащенности управления. Методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; информационное обеспечение, организацию аналитической работы.	2
	2	Зависимость организации аналитической работы от структуры управленческого аппарата и технической оснащенности управления. Информационное обеспечение анализа, его связь с этапами процесса управления.	2
	3	Основы компьютерной обработки информации и организация анализа финансово-хозяйственной деятельности. Виды источников информации и правила подготовки экономической информации к анализу. Оценка технико-организационного уровня и определение резервов повышения технико-организационного уровня производства.	4
	Практические занятия		
	1.	Знакомство с практическими формами финансовой и статистической отчетности. Формирование аналитических таблиц для сбора финансовой и оперативной информации о деятельности предприятия.	2
	2	Решение задач по нейтрализации объемного, качественного, стоимостного и структурного фактора. Проводить анализ влияния факторов на экстенсивность и интенсивность использования основных средств.	2
	Содержание		
Тема 1.3 Метод и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности	1	Метод и методика анализа финансово-хозяйственной деятельности. Классификация приемов и способов анализа.	2
	2	Приемы и способы экономического анализа на различных этапах исследования при первичной обработке информации, изучении состояния и закономерностей развития исследуемых объектов, проведении факторного анализа и выявлении резервов роста	2

	эффективности деятельности.		
3	Общеэкономические приемы: сравнение, графический, балансовой увязки, ценных подстановок, арифметических разниц, графического представления анализируемой информации, балансовой взаимосвязи	2	
4	Статистические приемы: метод группировок, средние величины, абсолютные и относительные величины, индексный метод, анализ рядов динамики	2	
5	Способы обработки экономической информации. Методы, приемы и виды экономического анализа.	4	3
Практические занятия			
1.	Решение задач методом средних величин, графическим, балансовым методом.	2	
2	Решение практических примеров на расчет влияния факторов на результат с применением метода ценных подстановок и других методов факторного анализа, используя данные конкретных предприятий. Решение ситуаций; тестов. Проводить расчеты и давать оценку, влиянию факторов роста производительности труда, на увеличение объема производства и реализации продукции.	2	
Содержание			
1	Показатели организационно-технического уровня, их влияния на финансово-хозяйственную деятельность. Оценка динамики реализации продукции организации и факторы на нее влияющие.	2	
2	Задачи, информационное обеспечение и методика анализа объема выпуска и реализации продукции.	2	
3	Анализ объема и структура выпускаемой продукции: оценка динамики объема выпуска и реализации продукции, технического уровня качества продукции.	2	
Практические занятия			
1	Анализ динамики объема выпуска и реализации продукции, выполнения производственной программы по ассортименту. Пользоваться нормативными и другими источниками информации, в области анализа. Определять рентабельность, платежеспособность и устойчивость финансового положения предприятия. Проводить расчет влияния факторов на себестоимость продукции. Резервы снижения себестоимости продукции.	2	
Содержание			
1	Значение, задачи и информационное обеспечение анализа розничного товарооборота.	2	
2	Методика анализа динамики и состава структуры ассортимента товарооборота. Особенности анализа оптового товарооборота	2	

	3	Факторный анализ товарооборота (численности персонала, производительности труда, товарного обеспечения). Анализ состояния товарных запасов и их оборачиваемости, товарного обеспечения.	2
		Практическое занятие	4
	1	Анализ динамики товарооборота, изменений структуры ассортимента.	2
	2	Анализ товарных запасов и их оборачиваемости.	2
		Содержание	6
	1	Значение, задачи и информационное обеспечение анализа трудовых ресурсов. Анализ деятельности организацией оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности. Основные направления экономии материальных ресурсов. Анализ обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами, профессионального и квалификационного уровня использования рабочей силы.	2
	2	Анализ производительности труда.	2
	3	Анализ фонда оплаты труда. Методику анализа использования рабочей силы, рабочего времени, производительности труда	6
		Практическое занятие	2
	1	Анализ обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами	2
	2	Анализ производительности труда и ридирития	2
	3	Анализ фонда оплаты труда предприятия.	6
		Содержание	2
	1	Значение, задачи и информационное обеспечение анализа издержек обращения.	2
	2	Изучение динамики издержек в целом по статьям в соответствии с динамикой товарооборота.	2
	3	Выявление суммы относительной экономии или перерасхода издержек.	4
		Практическое занятие	2
	1	Анализ динамики издержек обращения в целом и по статьям.	2
	2	Анализ издержек обращения по экономическим элементам	4
		Содержание	2
	1	Цели и содержание комплексного экономического анализа. Системный и комплексный подходы к анализу и оценке хозяйственной деятельности.	2
	2	Основные резервы повышения эффективности производства и их классификация.	4
		Практические занятия	2
		Тема 1.6 «Анализ трудовых ресурсов предприятия»	
		Тема 1.7 «Анализ издержек обращения»	
		Тема 1.8 Система резервов повышения эффективности хозяйственной	

деятельности	1	Подготовка сводной таблицы факторов и резервов повышения эффективности хозяйственной деятельности, определение их взаимосвязи. Применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа.	2	
	2	Решение задач по подсчету экономических резервов с помощью прямого счета, сравнения, детерминированного факторного анализа, расчетно-конструктивным методом, корреляционно-регрессионном анализом. Оценить эффективность коммерческой деятельности, связанной с использованием ресурсов, принимать управленческие решения.	18	2
	Содержание			
Тема 1.9 Методика комплексного анализа хозяйственной деятельности предприятия	1	Методика комплексной оценки эффективности развития производства. Анализ технического организационного уровня производства. Методика расчетов показателей технического состояния и эффективности использования основных средств.	2	
	2	Методика расчета комплексных показателей оценки экстенсивности и интенсивности использования ресурсов.	1	
	3	Анализ технико-организационного уровня производства. Анализ производства и реализации продукции.	1	
	Контрольная работа (оперативный контроль)			
	4	Анализ производства продукции в целом и по ассортименту. Оценка выполнения договорных обязательств. Анализ ритмичности выпуска и реализации продукции.	2	
	5	Анализ качества продукции. Оценка конкурентоспособности продукции. Факторы, определяющие спрос. Анализ реализации продукции.	2	
	6	Анализ использования основных производственных фондов: задачи, цели и источники информации анализа; показатели состава, состояния и эффективности использования средств труда.	2	
	7	Анализ материальных ресурсов: задачи, цели и источники информации анализа; показатели обеспеченности и эффективности использования материальных ресурсов	2	
	8	Анализ трудовых ресурсов: задачи, цели и источники информации анализа; показатели состава, движения и эффективности использования трудовых ресурсов.	2	
	9	Анализ себестоимости продукции. Методика анализа основных показателей финансово-хозяйственной деятельности, их взаимосвязь. Методика проведения текущего анализа и область применения традиционных методов экономического анализа.	10	3
	Практические занятия			
	1.	Анализ влияния факторов на эффективность использования основных средств. Анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций. Дать оценку имущественного положения, финансовой устойчивости, платежеспособности	2	

	организации. Анализировать потребности.		
2	Анализ показателей эффективности использования материальных ресурсов.	2	
3	Определение трудовых факторов, влияющих на производительность труда и объем производства.	2	
4	Провести на практическом примере, используя данные предприятий, комплексную оценку эффективности хозяйственной деятельности с расчетом показателей использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов.	2	
5	Расчет влияния факторов на себестоимость продукции. Анализ производственной и полной себестоимости. Анализ затрат на 1 рубль товарной продукции.	4	2
Содержание			
1	Понятие о финансовых результатах, составе прибыли и влиянии факторов на изменение ее величины. Систему показателей, характеризующих финансовое состояние организации и методы их определения.	1	
2	Показатели финансовых результатов. Анализ состава и изменения прибыли и ее использование. Анализ прибыли от продажи продукции	1	
	Контрольная работа (рубежный контроль)	4	2
Практические занятия			
1.	Решение практических примеров на применение анализа финансовых результатов. Проводить анализ динамики финансовых результатов.	2	
2	Анализ влияния факторов на прибыль до налогообложения.	18	
Содержание			
1	Задачи, основные направления и информационное обеспечение анализа финансового состояния предприятия. Финансовая отчетность как основной источник информации для оценки финансово состояния. Анализ имущественного состояния предприятия	2	
2	Оценка состояния дебиторской и кредиторской задолженности.	2	
3	Оценка платежеспособности предприятия. Ликвидность баланса предприятия.	2	
4	Расчет коэффициентов ликвидности, их анализ в динамике и в сравнении с рекомендуемыми нормативами.	2	
5	Оценка финансовой устойчивости. Расчет системы коэффициентов финансовой устойчивости. Анализ показателей эффективности использования основного капитала, его движения и состояния.	2	
6	Анализ оборачиваемости оборотных активов, деловой и рыночной активности предприятия	2	
7	Показатели рентабельности продаж, капитала, их значение, расчет и анализ. Факторный анализ прибыли и рентабельности	2	

8	Общая оценка финансового положения и меры по его улучшению.	2
9	Прогнозирование возможного банкротства (несостоятельности) организации.	2
	Практические занятия	22
1	Анализ изменений в составе и структуре активов и пассивов баланса.	2
2	Анализ платежеспособности предприятия	2
3	Расчет и анализ коэффициентов ликвидности и финансовой устойчивости.	2
4	Анализ оборачиваемости оборотных активов	2
5	Расчет эффективности использования капитала и коэффициентов рентабельности капитала.	2
6	Анализ показателей деловой активности	2
7	Анализ показателей финансовой устойчивости предприятия	2
8	Анализ финансовой устойчивости.	
9	Расчет финансовых коэффициентов.	
10	Анализ деловой и рыночной активности предприятия. Оценивать эффективность коммерческой деятельности, связанной с использованием ресурсов, принимать управленческие решения.	2
11	Анализ дебиторской и кредиторской задолженности.	2

Экзамен

Самостоятельная работа при изучении раздела 2 ПМ 02.

- работа с источниками информации (конспектом занятий, учебным пособием, составленным преподавателем, учебной и специальной литературой, материалами на электронных носителях, периодическими изданиями по профилю подготовки, ресурсами Интернет);
- участие в учебно-исследовательских работах/проектах;
- подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите.

Тематика внеаудиторной самостоятельной работы:

Анализ выполнения производственной программы по ассортименту

- Прогнозный анализ товароборота.
- Оценка влияния факторов на сумму и уровень издержек.
- Установление соотношения темпов роста производительности труда и средней заработной платы
- Анализ финансовых предпосылок несостоятельности (банкротства) предприятия.
- Использование графического способа в АФХД.
- Методика выявления и подсчета резервов в АФХД.
- Анализ конкурентоспособности продукции.
- Ассортиментная политика предприятия и ее влияние на формирование прибыли.
- Анализ трудоемкости продукции
- Анализ эффективности использования НМА.
- Анализ состояния запасов. Значение оптимизации запасов.
- Анализ качества запасов.
- Факторы изменения величины запасов.
- Анализ социальной защищенности членов трудового коллектива.
- Методы расчета порога рентабельности (критической точки реализации).
- Анализ себестоимости отдельных видов продукции.
- Анализ отчета калькуляций в пищевой промышленности. Оперативный анализ затрат на производство.

Производственная практика по профилю специальности.

Виды работ

- 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;

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 3 ПМ.02 Маркетинг в коммерческих организациях		160	
МДК 03.03. Маркетинг		160	
Тема 1.1 Методологические основы маркетинга	<p>Содержание</p> <p>1. Предмет, цели и задачи дисциплины. Междисциплинарная связь с Понятиями: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка. Междисциплинарная связь с другими дисциплинами. Значение дисциплин в подготовке специалистов: коммерсантов. Составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты. Состояние и прогнозы развития потребительского рынка России. Насыщенность рынка потребительскими товарами и услугами. Необходимость систематического анализа конъюнктуры рынка.</p> <p>2 История возникновения и основные этапы развития маркетинга. Необходимость возникновения и совершенствования маркетинга в современных условиях. Основные концепции развития рыночных отношений, их характерные признаки. Маркетинг как одна из концепций, его сущность. Социально – этический маркетинг: понятие, отличие от маркетинга. Классический комплекс маркетинга. Ключевые элементы: товар, цена, распространение (сбыт), стимулирование (продвижение товара): понятие, назначение. Структура маркетинговой деятельности: цели и задачи, функции, принципы, классификация, объекты, субъекты, окружающая среда, средства, методы, стратегия и тактика, исследование, организация и управление (краткий перечень структурных элементов)</p>	8	2
		2	
		1	

1	<p>Основные виды маркетинга по сфере применения: микро-, макро-, мезо-, миксо-, социальный маркетинг; по приоритетности задач: дифференцированный, недифференцированный, функциональный, товарный, потребительский и интегрированный.</p> <p>Группы маркетинга в зависимости от широты охвата рынка: массовый, сегментированный, целевой и множественный. Отличительные особенности</p> <p>Контрольная работа (входной контроль)</p>	2
4	<p>Сегментирование рынка</p> <p>1. Сущность, признаки, критерии сегментации рынка. Назначение сегментирования. Признаки сегментирования потребительского рынка: географические, демографические, социально-экономические, психографические, поведенческие. Критерии выбора сегмента рынка: количественные параметры, доступность сегмента для предприятия, сущность сегмента, прибыльность, совместимость с рынком основных конкурентов, эффективность работы на выбранный сегмент рынка, защищенность выбранного сегмента от конкуренции. Анализ возможностей освоения сегмента рынка и последовательность маркетинговых мероприятий при его освоении.</p>	2
2	<p>2. Целевой маркетинг: понятие, назначение, основные этапы (сегментация рынка, выбор целевых сегментов рынка, позиционирование товаров).</p> <p>Позиционирование товаров и услуг: понятие, назначение, условия их правильного позиционирования на рынке, альтернативные способы позиционирования.</p>	2
10	<p>Практические занятия</p>	2
2	<p>1. Сегментация рынка продовольственных товаров</p>	2
2	<p>2. Сегментация рынка промышленных товаров</p>	2
2	<p>3. Определение типа маркетинга в зависимости от вида спроса для обеспечения целей торговой организации</p>	2
2	<p>4. Определение маркетинга в зависимости от вида спроса для обеспечения целей производственной организации</p>	2
20	<p>5. Характеристика целевого рынка</p>	20
Тема 1.2	Объекты и субъекты	Содержание

маркетинга	<p>1. Объекты маркетинга. 1. Потребности как объекты маркетинга, их уровни: нужда, запросы, спрос. Определение понятий, их общность и различия. Классификация потребностей: физиологические, социальные, психические, интеллектуальные и духовные; приоритетность потребностей. Краткая характеристика отдельных видов и разновидностей потребностей. 2. Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия при разных видах спроса. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный; стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий, их краткая характеристика.</p>	4 2 2	2
2	<p>Субъекты маркетинга. Виды и особенности субъектов маркетинга. 1. Классификация участников деятельности на две группы: 1. выполняющих маркетинговую деятельность и 2. контактирующих с маркетологами при их выполнении маркетинговой деятельности. Первая группа субъектов: юридические и физические лица, осуществляющие маркетинговую деятельность, 2. Требования к специалисту по маркетингу. Нормативные документы, регламентирующие указанные требования. 3. Правила документационного обеспечения деятельности организации <i>Порядок работы с документами в зависимости от поставленной задачи;</i> 4. Требования, предъявляемые к управленческим документам <i>по личному составу в соответствии с нормативными правовыми и методическими актами;</i> 5. Правила составления и оформления информационно-справочных, организационных, управленческих документов и документов по личному составу 6. Организационная структура управления маркетингом: функциональная, товарно-функциональная, рыночно-функциональная и др. 7. Взаимосвязь отдела маркетинга с руководством, другими структурными</p>	18 2 2 2 2 2 2 2	2

	<p>подразделениями организации. Международные и национальные организации по маркетингу.</p> <p>8. Вторая группа субъектов: потребители, поставщик конкуренты, СМИ, органы государственного, регионального управления и местного самоуправления. Необходимость контактов маркетологов с указанными субъектами.</p> <p>9. Потребители: понятие, их классификация, сегментирование. Теории содержания мотиваций. Поведение потребителей: основные понятия и теории. Модели потребительского поведения. Факторы, влияющие на поведение потребителей на рынке.</p>	16
	<p>Практические занятия</p>	2
1.	Выявление, формирование и удовлетворение потребностей в промышленных товарах. Анализ потребностей.	2
2.	Выявление, формирование и удовлетворение потребностей в продовольственных товарах.	2
3.	Проектирование службы маркетинга супермаркета	2
4.	Проектирование службы маркетинга промышленного предприятия	2
5.	Характеристика процесса принятия решения о покупке	2
6.	Составление и оформление информационно-справочных, организационных, распорядительных документов с использованием прикладного программного обеспечения	2
7	Осуществление документирования управленческих решений по организации и функционированию маркетинговой службы организации	2
8.	Формирование различных типов маркетинга в зависимости от видов спроса	

Тема 1.3 Окружающая среда маркетинга

Содержание

1. **Макро- и микросреда маркетинга.** Методы изучения рынка, анализа окружающей среды.
 Окружающая среда маркетинга: понятие; виды; факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда маркетинга: понятие. Субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду организации, в том числе предприятий общественного питания.
 2. **Макросреда маркетинга: понятие.** Субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие микросреду организации. Разновидности макросреды: демографическая, социальная, экономическая, природная, конкурентная, правовая, научно-техническая, культурная, информационная. Краткая характеристика разных сред.. Макросреда и конъюнктура рынка

3. **Конкурентная среда, виды конкуренции,** показатели оценки конкурентоспособности. Конкуренция: обоснование необходимости в рыночных условиях. Конкурентная среда: характерные черты, условия возникновения, способы создания и поддержания.

Практические занятия

1. Анализ окружающей среды предприятия (макросреды)

2. Оценка конкурентоспособности товаров

3. Анализ показателей конкурентоспособности товаров и услуг. Выявление конкурентных преимуществ (продовольственных товаров).

4. Оценка конкурентоспособности организации

6

2

2

2

2

8

2

2

2

2

Тема	Содержание		
1.4 Разработка основных элементов комплекса маркетинга	<p>1. Средства маркетинга</p> <p>1.Классификация средств маркетинга: средства удовлетворения потребностей; средства распространения; средства стимулирования. Средства удовлетворения потребностей: виды, их краткая характеристика. Товар как важнейшее средство удовлетворения потребностей. Технологический жизненный цикл: представление об основных этапах. РЖЦ товара, его основные этапы. Особенности маркетинговых мероприятий на каждом этапе.</p> <p>2.Планирование продукции: понятие, общие концепции, основные этапы (определение рынка, ситуационный анализ, установление проблем, возможностей и целей; разработка маркетинговой стратегии). Разработка новых видов продукции и услуг: обоснование необходимости, уровни, этапы. Анализ путей поиска рыночной новизны товара. Источники и методы поиска идей новых продуктов</p>	22	2
2	<p>Ценовая политика</p> <p>1.Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Цели, задачи и направления формирования цен. Назначение цен в маркетинге. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Информационное обеспечение политики ценообразования: источники информации, работа с ними.</p> <p>2.Стратегия ценообразования: формулирование целей, определение последовательности реализации целей, приспособление целей. Особенности стратегии ценообразования на новые и известные товары. Виды цен, характерные для разных стратегий.</p> <p>Контрольная работа (оперативный контроль)</p>	4 2	2
3	<p>Сбытовая политика</p> <p>1.Основные понятия: сбыт товаров, сбытовая политика. Цели, задачи и основные направления сбытовой политики. Виды сбыта. Средства распределения : каналы распространения их виды (прямые, косвенные, смешанные), ширина, функции, уровни, их возможности. Критерия выбора каналов сбыта. Системы сбыта.</p> <p>2.Торговые посредники: виды и типы. Краткая характеристика посредников разных типов. Факторы, влияющие на выбор посредников. Анализ и оценка эффективности сбытовой политики предприятия.</p>	1 1 4 2	2

4	<p>Продвижение товаров</p> <p>1. Средства продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристика. Основные понятия: продвижение товара, реклама, личная продажа, пропаганда, стимулирование сбыта. Основные этапы продвижения товара.</p> <p>2. Стимулирование сбыта, его цели, задачи, выбор средств и разработка программы, Пропаганда, ее понятие, сущность, назначение, возможности, достоинства и недостатки, цели и задачи.</p> <p>3. Личная продажа, ее цели и задачи. Процесс эффективности личных продаж. Особенности продвижения продукции, стимулирование сбыта на российском рынке.</p>	6 2 2 2
5	<p>Цели, задачи, функции рекламы.</p> <p>1. История возникновения и совершенствования рекламы. Требования к рекламе. Правовые основы рекламной деятельности. Классификация рекламы.</p> <p>2. Рекламная компания фирмы. Эффективность рекламы разных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Методы оценки эффективности рекламы.</p>	4 2 2
		28
	<p>Практические занятия</p>	2
1	Определение «жизненного цикла» продукции и услуг (продовольственных товаров)	2
2	Разработка новой продукции	2
3	Оценка товарных марок организации	2
4	Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики организации (супермаркета)	2
5	Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики организаций (промышленного предприятия)	2
6	Расчет цен различными методами	2
7	Разработка и оценка эффективности сбытовой политики конкретных организаций (супермаркета).	2

8.. Распределение через каналы сбыта.	2
9.. Обеспечение продвижения товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций. Обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций	2
10. Разработка системы стимулирования спроса и мероприятий паблик рилейшенз на примере конкретных предприятий (промышленного предприятия).	2
11. Разработка программы рекламной деятельности предприятия	2
12. Разработка презентации товара с целью личной продажи	2
13. Выбор средств распространения рекламы	2
14. Оформление внутренних учетных документов при формировании дел в соответствии с утвержденной номенклатурой дел организации	2
Содержание	8
<p>Тема 1.5 Маркетинговые исследования рынка</p> <p>1. Маркетинговая информация: назначение, источники (внутренние и внешние), принципы их отбора. Классификация маркетинговой информации. Маркетинговая информационная система (МИС).</p> <p>2. Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты. Особенности маркетинговых исследований. Виды исследований. Схема маркетинговых исследований: установление проблемы и формулирование целей исследования, сбор, анализ информации, оценка результатов, применение полученных результатов для принятия решений. Коррекция и оптимизация результатов.</p> <p>Методы маркетинговых исследований: экспериментальные, и аналитические, возможности их применения.</p> <p>3. Организация маркетинговых исследований. Важнейшие направления маркетинговых исследований: исследования рынка, товаров, цен, продвижения товаров, доведения их до потребителя. Этапы маркетинговых исследований, их результат. Определение емкости конъюнктурные и прогностические исследования, исследования конкурентной среды, выявление потребностей и средств для их удовлетворения, определение каналов товародвижения и сбыта.</p> <p>4. Значение маркетинговых исследований для определения специфики</p>	<p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>1</p>

	<p>отдельных сегментов товарного рынка, для оптимизации ассортимента продукции и услуг предприятий, повышения их качества, разработки сбалансированного перечня информационных и сервисных услуг. Контрольная работа (рубежный контроль)</p>	1
	<p>Практические занятия</p> <p>1. Проведение маркетинговых исследований рынка</p> <p>2. Овладение методикой проведения сбора и обработки информации, при проведении маркетинговых исследований рынка и опросов потребителей.</p> <p>3. Овладение методикой проведения сбора и обработки информации методом наблюдений и экспериментов.</p> <p>4. Обработка информации различными методами</p> <p>5. Составление и оформление информационно-справочных, организационных, распорядительных документов с использованием прикладного программного обеспечения</p>	2
		10
		2
		2
		2
		2
		2

<p>Тема 1.6 Стратегия и планирование маркетинга</p>	<p>Содержание</p> <p>6</p> <p>2</p> <p>1. Определение понятий: стратегия и тактика маркетинга. Основные этапы стратегического и текущего планирования маркетинга. Направления и виды стратегий маркетинга, критерии их выбора. Стратегическое планирование: понятие. Основные этапы процесса стратегического планирования: определение целей и задач фирмы, создание стратегических хозяйственных подразделений, установление целей маркетинга, ситуационный анализ, разработка стратегии маркетинга, реализация тактики, контроль за выполнением. Краткая характеристика основных этапов..</p> <p>2. Маркетинговая часть бизнес-плана организации Структура маркетингового плана. ССВО- анализ. Маркетинг-микс.</p> <p>3. Сущность, содержание и виды маркетингового контроля. Управление маркетингом</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>8</p>
	<p>Практические занятия</p> <p>2</p> <p>1. Разработка маркетинговой части бизнес-плана организации</p> <p>2</p> <p>2. ССВО- анализ организации</p> <p>2</p> <p>3. Анализ хозяйственного портфеля</p>
<p>Курсовая работа. Обязательная аудиторная учебная нагрузка по курсовой работе</p>	<p>4. Осуществление документирования управленческих решений по формированию текущих и стратегических планов организации</p> <p>10</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p> <p>2</p>

Презентация курсовой работы

Тематика курсовых работ

1. Анализ и совершенствование маркетинговой деятельности предприятия
2. Анализ конкурентной среды организации
3. Анализ окружающей среды организации
4. Организация стимулирования сбыта
5. Выбор каналов распределения товаров и услуг
6. Выведение новых товаров на рынок
7. Жизненный цикл товаров
8. Информационное обеспечение маркетинговой деятельности
9. История развития маркетинга в России и за рубежом
10. Комплекс маркетинга на примере конкретного товара
11. Конкурентные стратегии
12. Конкурентоспособность товара и пути ее повышения
13. Конкуренция, конкуренты, современные конкурентные стратегии
14. Контроль в маркетинге
15. Маркетинг и общество
16. Маркетинг как концепция управления
17. Маркетинг потребительских товаров
18. Организация маркетинговых служб на предприятии
19. Организация и планирование рекламной деятельности
20. Основные концепции маркетинга
21. Основные принципы и сущность маркетинга
22. Сегментация рынка и позиционирование товара
23. Оценка конкурентоспособности продукции
24. Поведение потребителей: сущность, проблемы понимания, виды потребителей
25. Продвижение товаров на рынке
26. Сбытовая политика предприятия и каналы товародвижения
27. Ценовые стратегии в практике рыночной деятельности
28. Анализ и оценка товарного рынка конкретного товара
29. Маркетинговая деятельность предприятия
30. Планирование маркетинга

10

80

Самостоятельная работа

	<p>Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем).</p> <p>Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите.</p> <p>Самостоятельное изучение и сбор информации о целевых сегментах рынков, особенностях позиционирования продукции и услуг</p>	
	<p>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Изучение конъюнктуры рынка, ее анализ и прогнозирование 2. Сравнительный анализ эффективности использования различных концепций маркетинга 3. Изучение статей Закона РФ «О защите прав потребителей» 4. Изучение видов рыночных ниш. 5. Характеристика различных видов маркетинга 6. Характеристика признаков сегментации рынка 7. Изучение типологии потребителей 8. Сравнительная характеристика организационных структур управления маркетингом 9. Характеристика макро- и микросреды организации 10. Характеристика товарной политики организации 11. Изучение процесса формирования цены 12. Выявление преимуществ и недостатков различных методов продвижения товаров и услуг 13. Характеристика носителей рекламы 14. Анкетирование: изучение методики проведения и обработки результатов. 15. Обоснование необходимости и преимуществ планирования хозяйственной деятельности организации 	36
	<p>Производственная практика (для СПО – (по профилю специальности))</p> <p>Виды работ:</p> <p>оформления финансовых документов и отчетов;</p> <p>проведения денежных расчетов;</p> <p>расчета основных налогов;</p> <p>анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;</p> <p>выявление потребностей (спроса) на товары;</p> <p>реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка</p> <p>анализ маркетинговой среды организации;</p> <p>изучение системы сбыта товаров и услуг предприятия;</p> <p>определение подкрепления продукции и услуг (стандартизация и сертификация сырья и готовой продукции, система мер по обеспечению сохранности свойств и качества продукции предприятия до момента передачи ее потребителям);</p> <p>анализ ценовой политики организации;</p> <p>разработка предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности;</p>	

<p>выявление конкурентов организации и определение конкурентоспособности ее продукции и услуг; участие в маркетинговых исследованиях: проведение опросов и анкетирование потребителей, анализ и обработка полученных результатов, формирование предложений по улучшению качества услуг и обслуживания потребителей. участие в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций</p>	<p>72</p> <p>Учебная практика Виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать работу отдела маркетинга организации - выработывать управленческие решения, регламентирующие деятельность отдела маркетинга; - выработывать рекомендации по совершенствованию организационно-управленческих решений, функций, прав и должностных обязанностей; работников отдела маркетинга; - анализировать маркетинговую политику организации; - оформлять дела постоянного и временного хранения с применением специализированных инструментов и оборудования; - осуществлять документирование управленческих решений; - оформлять внутренние учетные документы при формировании дел в соответствии с утвержденной номенклатурой дел организации; - формировать документы в дела с учетом их специфики; - разделять документы на группы в соответствии с ценностью информации, содержащейся в них; - производить хронологическо- структурную систематизацию документов и дел; - составлять и оформлять информационно-справочные, организационные, распорядительные документы с использованием прикладного программного обеспечения 	<p>744</p> <p>Всего</p>
--	---	--------------------------------

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинетов «Маркетинга», «Финансов, налогов и налогообложения».

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета «Социально – экономических дисциплин»:

- комплекты специальной экономической литературы;
- комплект учебно-методической документации;
- сборники задач, ситуаций, тестовых заданий;
- комплект бланков унифицированных первичных документов учета и отчетности.

Технические средства обучения: ноутбуки и мультимедийная установка, возможно использование интерактивной доски.

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику, которую рекомендуется проводить концентрированно.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Финансы и кредит., под ред. Лаврушиной О.И.: учебное пособие, 5-е изд., стер., М.: Кнорус, 2016, 320 с.- (СПО);
 2. Налоги и налогообложение. Практикум., Скворцов О.В.: учебное пособие для СПО, 12-е изд., стер., М.: ИЦ «Академия», 2017, 208 с.;
 3. Анализ финансово-хозяйственной деятельности., Пястолов С.М.: учебник для СПО, 15-е изд. стер., М.: ИЦ «Академия», 2018, 384 с.
 4. Анализ финансов-хозяйственной деятельности предприятия., Савицкая Г.В.: учебник, 6-е изд., испр. и доп., М.: ИНФРА-М, 2019, 378 с.
 5. Финансы и кредит., под ред. Лаврушиной О.И.: учебное пособие, 5-е изд., стер., М.: Кнорус, 2016, 320 с.- (СПО)
- Журнал «Бухгалтерский учет» 2017
Журнал «Бухгалтерский учет» 2018
Журнал «Бухгалтерский учет» 2019
Журнал «Бухгалтерский учет» 2020
Журнал «Бухгалтерский учет» (12+) 2017
Журнал «Бухгалтерский учет»(12+) 2018
Журнал «Бухгалтерский учет»(12+) 2019
Журнал «Бухгалтерский учет»(12+) 2020
Журнал «Налоговые и финансовые известия Кубани» 2018

Электронные издания (электронные ресурсы)

1. Маркетинг ,Барышев А.Ф., 15-е изд., стер. издание 2019г. www.academia-moscow.ru)Энциклопедия маркетинга: <http://marketing.spb.ru/>
2. Перекрестова Л.В. Финансы, денежное обращение и кредит, Москва, Академия, 2020 (www.academia-moscow.ru) ЭБС
3. Сайт гильдии маркетологов: <http://www.marketologi.ru/>
4. Сайт Российской ассоциации маркетинга: <http://www.ram.ru/>
5. On-line журнал по маркетингу 4p.ru: <http://4p.ru/>
6. <http://www.aup.ru/library/> - Административно-управленческий портал «Менеджмент и маркетинг в бизнесе». 13.01.2012 г.
7. Административно-управленческий портал: <http://www.aup.ru>
8. <http://www.marketingandresearch.ru/>-журнал
9. <http://www.frio.ru> Федерация Рестораторов и Отельеров России.
10. http://shiblio.com/biblio/archive/ambler_prakt/03.aspx
11. <http://studyspace.ru/skachat-uchebnik/skachat-uchebnik-po-marketingk-uchebnyie-posobiva-po-reklame-internet-marke.html> (электронные учебники).
12. <http://studentam.net/content/view/515/58/> (электронные учебники).
13. www.hospitality.ru
14. <http://piter-press.ru/the><http://upravlencam.ru/lit/index.htmlme/upravlenie menegement.html>
15. www.marketologi.ru (сайт гильдии маркетологов).
16. www.htlregion.ru (всё о ВТЛ).
17. <http://marketing.rbc.ru/> (исследования РБК).
18. www.gks.ru (Гос. служба статистики).

Дополнительные источники

Федеральные законы:

1. "О защите прав потребителей", ФЗ-2 от 09.01.96 с изменениями и дополнениями.
2. "О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товара" от 23.09.92.
3. "Об информации, информатизации и защите информации", ФЗ-24 от 20.02.95.
4. "О рекламе", ФЗ-108 от 18.07.95.

Печатные издания:

5. Барышев А. Ф. Маркетинг: учебник для студентов учреждений СПО – М.: издательский центр «Академия», 2017, 2018, 2021
6. Акентьева С.И. Организация туристкой индустрии, Москва, Академия, 2017
7. Журнал « Маркетинг» 2016, 2017, 2018, 2019г.

Отечественные жу«Финансы»,
«Налоговый вестник»,
«Нормативные документы».

Интернет – ресурсы:

1. Образовательный портал: [http\\www.edu.sety.ru](http://www.edu.sety.ru)
2. Образовательный портал: [http\\www.edu.bd.ru](http://www.edu.bd.ru)
3. Справочно-правовые системы Гарант, Консультант-Плюс.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Организация учебного процесса и преподавание профессионального модуля в современных условиях должны основываться на инновационных психолого-педагогических подходах и технологиях, направленных на повышение эффективности преподавания и качества подготовки обучающихся.

Освоению данного модуля предшествует изучение дисциплин профессионального цикла: ОП.01 «Экономика организации», ОП 02 «Статистика», ОП 03 «Менеджмент (по отраслям)», ОП 04 «Документационное обеспечение управления», ОП 07 «Бухгалтерский учет», ПМ 01 «Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью».

В процессе обучения студентов основными формами являются: аудиторные занятия, включающие лекции и практические занятия, а так же самостоятельная работа обучающегося.

Практические занятия обеспечивают приобретение и закрепление необходимых навыков и умений, формирование профессиональных компетенций, готовность к самостоятельной и индивидуальной работе, принятию ответственных решений в рамках профессиональной компетенции.

Неотъемлемой частью профессионального модуля является производственная практика. Так как содержание заданий практики носит комплексный характер, то проведение практики предусматривается по итогам изучения модуля (концентрированно).

К практике допускаются обучающиеся, успешно сдавшие дифференцированный зачет по междисциплинарному курсу. С предприятиями-базами практики заключаются договоры на прохождение практики студентов. Аттестация по итогам практики проводится с учетом (или на основании) результатов, подтвержденных документами соответствующих организаций

Производственная практика должна проводиться в организациях, направлении деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего образования соответствующее профилю преподаваемого модуля. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным для преподавателей, отвечающих за освоение обучающимся профессионального цикла, эти преподаватели должны проходить стажировку в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой

Педагогический состав: высшее инженерное образование, соответствующее профилю модуля. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы

Мастера: обязательная стажировка в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным.

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
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 их инвентаризации.	Демонстрация навыков документирования хозяйственных операций и ведения учета товаров: сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей. Проведение инвентаризации материальных ценностей. Демонстрация навыков работы с бухгалтерскими документами с целью составления финансовых планов	Решение ситуационных задач, защита практических работ, зачет по учебной практике;
ПК 2.2 Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.	Демонстрация навыков документирования хозяйственных операций и ведения бухгалтерского учета материальных ценностей, осуществлять контроль за правильностью составления документации, проверка наличие в бухгалтерских документах обязательных реквизитов и проверять документы по существу. Понимание важности обеспечения условий хранения организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов	Решение ситуационных задач, тестирование, защита практических работ, зачет по учебной практике
ПК 2.3 Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а так же рынки ресурсов.	Правильность выбора экономических методов при анализе хозяйственной деятельности коммерческой организации, Демонстрация навыков расчета микроэкономических показателей, умение анализировать их, а так же рынки ресурсов.	Решение ситуационных задач, тестирование, защита практических работ, зачет по учебной практике
ПК 2.4 Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.	Правильность определения основных экономических показателей работы коммерческой организации. Демонстрация навыков определения цены, заработной платы.	Решение ситуационных задач, тестирование, защита практических работ, зачет по учебной практике

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК2.5 Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	<ul style="list-style-type: none"> - Правильность выбора методов выявления потребностей и спроса потребителей - Правильность выбора типа маркетинга для обеспечения целей организации - Соответствие выбранных методов формирования спроса видам товаров и целям маркетинга - Демонстрация навыков формирования спроса и стимулирования сбыта товаров. 	<p>Текущий контроль в форме письменного и устного опроса. Оценка результатов выполнения практических работ, курсовых работ. Зачет по производственной практике (по профилю специальности)</p> <p>Экзамен по междисциплинарному курсу Экзамен по профессиональному модулю</p>
ПК2.6 Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	<ul style="list-style-type: none"> - Аргументированность выбора средств маркетинговых коммуникаций - Демонстрация навыков формирования маркетинговых коммуникаций - Демонстрация навыков применения маркетинговых коммуникаций 	<p>Текущий контроль в форме письменного и устного опроса. Оценка результатов выполнения практических работ, курсовых работ. Зачет по производственной практике (по профилю специальности)</p> <p>Экзамен по междисциплинарному курсу Экзамен по профессиональному модулю</p>
ПК 2.7 Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	<ul style="list-style-type: none"> - Правильность выбора методов маркетинговых исследований - Демонстрация навыков проведения маркетинговых исследований различными методами - Демонстрация навыков обработки маркетинговой информации и принятия соответствующих решений 	<p>Текущий контроль в форме письменного и устного опроса. Оценка результатов выполнения практических работ, курсовых работ. Зачет по производственной практике (по профилю специальности)</p> <p>Экзамен по междисциплинарному курсу</p>

		Экзамен по профессиональному модулю
ПК 2.8 Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации	<ul style="list-style-type: none"> - Правильность выбора каналов сбыта - Демонстрация навыков сбыта товаров и услуг - Обоснованность отбора критериев оценки конкурентоспособности товаров и организации - Демонстрация навыков правильного выбора методов оценки конкурентоспособности товаров и организации - Демонстрация навыков проведения оценки конкурентоспособности товаров и организации. 	<p>Текущий контроль в форме письменного и устного опроса.</p> <p>Оценка результатов выполнения практических работ, курсовых работ.</p> <p>Зачет по производственной практике (по профилю специальности)</p> <p>Экзамен по междисциплинарному курсу</p> <p>Экзамен по профессиональному модулю</p>
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.	<p>Правильность выбора методов и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности коммерческих организаций.</p> <p>Демонстрация навыков составления документов по денежным расчетам с покупателями</p> <p>Демонстрация навыков составления финансовых документов и отчетов.</p>	<p>Решение ситуационных задач, тестирование, защита практических работ, зачет по учебной практике</p>

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.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
<p>ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - наличие положительных отзывов от руководителя практики организации; - демонстрация интереса к будущей профессии; <ul style="list-style-type: none"> - активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности <ul style="list-style-type: none"> - организация собственной деятельности в соответствии с поставленной целью - определение и выбор способов (технологии) решения задачи в соответствии с заданными условиями и имеющимися ресурсами; 	<p>наблюдение и оценка действий студентов на практических занятиях, при выполнении работ по производственной практике</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"> - правильность выбора и применения способов решения профессиональных задач в области документирования и ведения учета; - соответствие нормативам и последовательности выполнения тех или иных видов работ; - грамотное составление плана практической работы; - демонстрация правильной последовательности выполнения действий во время выполнения практических работ, заданий во время производственной практики. 	<p>наблюдение и оценка действий студентов на практических занятиях, при выполнении работ по производственной практике</p>
<p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - способность решать стандартные и нестандартные профессиональные задачи в области документирования и ведения учета; - самоанализ и коррекция результатов собственной работы. 	<p>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе образовательной программы</p>
<p>ОК 4. Осуществлять поиск и</p>	<p>- эффективность поиска необходимой информации;</p>	<p>Выполнение и защита реферативных работ, докладов</p>

использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	– правильность выбора источников информации, включая электронные	
ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- демонстрация навыков эффективного взаимодействия с обучающимися, преподавателями и руководителями практики в ходе обучения	Наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по производственной практике
ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.	- самоанализ и коррекция результатов собственной работы; - результативность работы членов команды (подчиненных)	Наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по производственной практике
ОК 10 Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь	- проявление интереса к инновациям в области профессиональной деятельности;	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения программы профессионального модуля; - выполнение рефератов, заданий для самостоятельной работы, - выполнение заданий учебной практики.
ОК 12 Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий	- участие во внеаудиторных мероприятиях патриотической направленности; - применение профессиональных знаний в ходе исполнения обязанностей военной службы на воинских должностях в соответствии с полученной специальностью.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения программы профессионального модуля.

Код и наименование личностных результатов, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ЛР 4Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий	<i>Выполнение работ в соответствии с установленными регламентами с</i>	<i>Экспертное наблюдение выполнения практических работ</i>

<p>ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа»</p>	<p><i>соблюдением правил безопасности труда, санитарными нормами</i></p>	
<p>ЛР7 Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.</p>		
<p>ЛР9 Соблюдающий и пропагандирующий правила здорового и безопасного образа жизни, спорта; предупреждающий либо преодолевающий зависимости от алкоголя, табака, психоактивных веществ, азартных игр и т.д. Сохраняющий психологическую устойчивость в ситуативно сложных или стремительно меняющихся ситуациях</p>		
<p>ЛР10 Заботящийся о защите окружающей среды, собственной и чужой безопасности, в том числе цифровой</p>		
<p>ЛР11 Проявляющий уважение к эстетическим ценностям, обладающий основами эстетической культуры</p>		

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу по профессиональному модулю
ПМ 02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности
по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям),
выполненную преподавателем экономических дисциплин
Горностаевой Натальей Александровной

Рабочая программа разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по указанной специальности.

В результате изучения программного материала обучающиеся овладеют знаниями и умениями в области финансов, налогообложения, анализа финансово-хозяйственной деятельности коммерческой организации, планирования и организации маркетинговой деятельности.

Все разделы программы хорошо проработаны, содержат необходимые сведения об осваиваемых компетенциях, требованиях к знаниям, практическому опыту студентов, условиях реализации модуля. Указан обширный перечень учебной литературы и интернет-ресурсы. Определены критерии и методы оценки профессиональных и общих компетенций по модулю.

Содержание обучения по модулю разбито на три МДК, в каждом из которых предусмотрено выполнение практических работ. Программой модуля предусмотрено выполнение курсовой работы в объёме 10 часов по МДК 02.03 Маркетинг. Объём часов на выполнение практических работ и курсовой работы свидетельствует о практикоориентированности программы модуля.

Пятьдесят процентов от объёма аудиторных работ отведено на самостоятельную работу студентов.

Тематика практических занятий соответствует требованиям подготовки выпускника по специальности и содержанию рабочей программы. Выполняя практические работы студенты приобретут навыки расчёта и анализа основных технико-экономических показателей работы коммерческой организации, выработки оптимальных решений в области маркетинга, расчета различных видов налогов.

Программа изложена доступным языком, в деловом стиле, с применением терминологии соответствующей данному модулю.

Содержание рабочей программы соответствует современному уровню развития науки, техники и производства, т.к. её освоение подразумевает использование современных учебных пособий периодических изданий и интернет-ресурсов, а также периодическую стажировку преподавателей на предприятиях соответствующего профиля. Программа может быть рекомендована для обучения студентов по ПМ 02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности в других профессиональных образовательных учреждениях.

Заключение:

Рабочая программа по ПМ 02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности может быть использована для обеспечения основной (профессиональной) образовательной программы по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

Рецензент _____
сети ООО «Меркадо»
Квалификация по диплому: менеджер,
«Менеджмент организации»



Кравченко В.В. - директор торговой

специальность

РЕЦЕНЗИЯ

на рабочую программу по профессиональному модулю
ПМ 02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности
по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям),
выполненную преподавателем экономических дисциплин
Горностаевой Натальей Александровной

Рабочая программа разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по указанной специальности.

Программа включает 5 разделов, в том числе паспорт программы, требования к практическому опыту, знаниям и умениям студентов, которые должны сформироваться в процессе освоения модуля. Отражены условия реализации модуля, в том числе требования к квалификации преподавателей. Программой установлены методы и критерии оценки освоения студентами профессиональных компетенций.

В результате изучения программного материала обучающиеся овладеют знаниями и умениями в области финансов, налогообложения, анализа финансово-хозяйственной деятельности коммерческой организации, планирования и организации маркетинговой деятельности.

Содержание обучения по профессиональному модулю включает три МДК, в каждом из которых предусмотрено выполнение практических работ. Программой модуля предусмотрено выполнение курсовой работы в объёме 10 часов по МДК 02.03 Маркетинг. Объём часов на выполнение практических работ и курсовой работы свидетельствует о практикоориентированности программы модуля.

Общее количество часов на выполнение практических работ и курсовой работы превышает 50% от отведённого аудиторного времени.

На самостоятельное обучение отведено также 50% от предусмотренного программой количества часов на освоение модуля.

Тематика практических занятий соответствует требованиям подготовки выпускника по специальности и содержанию рабочей программы. Выполняя практические работы студенты приобретут навыки расчёта и анализа основных технико-экономических показателей работы коммерческой организации, выработки оптимальных решений в области маркетинга, расчета различных видов налогов, оформлению документации.

Программа изложена простым языком, в деловом стиле, с применением свойственной для данного модуля терминологии, что делает ее доступной для понимания и студентами и преподавателями.

Содержание рабочей программы соответствует современному уровню развития науки, техники и производства о чём свидетельствует перечень современных источников информации, предложенный в разделе «Условия реализации профессионального модуля».

Программа может быть рекомендована для обучения студентов по ПМ 02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности в других профессиональных образовательных учреждениях.

Заключение:

Рабочая программа по ПМ 02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности может быть использована для обеспечения основной (профессиональной) образовательной программы по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

Рецензент: _


Говорова О.В. - преподаватель профессиональных дисциплин ГБПОУ КК «АМТ»

Квалификация по диплому: экономист, по специальности «Финансы и кредит».