

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ МОСКОВСКОЙ
ОБЛАСТИ**

**Государственное бюджетное профессиональное
образовательное учреждение
Московской области
«Воскресенский колледж»**

**АДАптированная рабочая программа
профессионального модуля**

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

по специальности
среднего профессионального образования
для обучающихся

Наименование специальности

38. 02. 04 Коммерция (по отраслям)

Квалификация выпускника

Менеджер по продажам

2020 г.


Адаптированная рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (СПО) 38.02.04 Коммерция.


Организация разработчик: ГБПОУ МО «Воскресенский колледж»

Разработчики:

Петрова Е.А., преподаватель ГБПОУ МО «Воскресенский колледж»

Адаптированная рабочая программа профессионального модуля рассмотрена на заседании предметной (цикловой) комиссии

Председатель предметно(цикловой) комиссии  /И.М.Портная/
«29» 08 2020г.

Утверждена заместителем директора по учебной работе
/ Н.Л.Куприной/
 «30» 08 2020г.



ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ПАСПОРТ АДАптиРОВАННОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ	5
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	10
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ АДАптиРОВАННОЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	38
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	41

1. ПАСПОРТ АДАптиРОВАННОЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее - рабочая программа) - является частью адаптированной рабочей основной профессиональной образовательной программы по специальности СПО в соответствии с ФГОС по специальности СПО **38.02.04 Коммерция (по отраслям)** (базовой подготовки) в части соответствующих освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) и 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 и профессиональной подготовке работников в области коммерции при наличии среднего (полного) общего образования. 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 документами в области

налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;

- рассчитывать основные налоги;
- 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;

знать:

- сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;
- финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля;
- основные положения налогового законодательства;
- функции и классификацию налогов;
- организацию налоговой службы;
- методику расчета основных видов налогов;
- 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;

- 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;

конкурентоспособности;

- этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего - **666** часов, в том числе:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося

- **372** часов; самостоятельной работы

обучающегося - **186** часа;

учебной практики - **36** часов и

производственной практики - **72** часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности (ВПД) **Коммерция (по отраслям)**, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 2.1	Использовать данные бухгалтерского учета для результатного планирования коммерческой деятельности, проводить товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.
ПК 2.2	Оформлять, проверять правильность составления, обеспечить хранение организационно-распорядительных товаросопроводительных и иных необходимых документов использованием автоматизированных систем.
ПК 2.3	Применять в практических ситуациях экономические методы рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать также рынки ресурсов.

ПК 2.4	Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.
ПК 2.5	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им 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 при разработке и реализации маркетинговых решений.
ПК 2.8	Реализовывать сбытовую политику организации в пределах 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 личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

ОК 10.	Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.
ОК 12.	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

Коды Профессиональных компетений	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Учебн. часов	Практика Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена расщедоточенная практика)
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа			
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсов работы (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсов работы проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 2.1, 2.2, 2.4, 2.9	МДК. 02.01. Финансы, налоги и налогообложение	202	136	40		66			
ПК 2.1, 2.3, 2.4, 2.9	МДК. 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности	150	102	32		48			

ПК 2.5, 2.6, 2.7, 2. 8,	МДК. 02.03. Маркетинг	2 0 2	1 3 4	4 4	2 0	68			
	Учебная практика	3 6						3 6	
	Производственная практика, (по профилю специальности),	7 2							72
	Всего:	6 6 6	372	1 1 6	2 0	18 6		3 6	72

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
МДК. 02.01. Финансы, налоги и налогообложение		136	
Тема 1.1. Деньги и денежное обращение	Содержание учебного материала	8	
	1. Деньги: их необходимость и происхождение. Виды денег. Роль денег в современной рыночной экономике. Функции денег. Понятие денежного обращения. Наличное и безналичное обращение, их единство и взаимосвязь. Закон денежного обращения. Денежная масса и скорость обращения денег. Денежная система и её элементы.	2	2
	Практическое занятие	2	

	1.	Расчёт и анализ показателей связанных с денежным обращением	2	
	Самостоятельная работа обучающихся		4	
	1.	Составить схему, определяющую совокупность отношений, составляющих денежное хозяйство страны	4	
	Содержание учебного материала		18	
Тема 1.2. Финансы, финансовая политика и финансовая система в рыночной экономике	1	Социально-экономическая сущность финансов. Виды финансовых отношений. Функции финансов. Финансовые ресурсы и источники их формирования. Роль финансов в расширенном производстве. Финансовая политика, её задачи и содержание. Основные направления финансовой политики государства в условиях рынка. Финансовый механизм, его структура и роль в реализации финансовой политики. Финансовая система,	2	2

		её элементы и их взаимосвязь. Общее понятие об управлении финансами. Органы управления финансами. Финансовый контроль		
	2.	Основные звенья (составляющие) государственных финансов: государственный бюджет, внебюджетные фонды, государственный кредит. Государственный бюджет как средство реализации финансовых функций государства. Бюджетная система, её сущность и составляющие. Федеральный бюджет, его функции. Состав и структура доходов федерального бюджета. Сущность налогов, их роль в формировании доходов отдельных звеньев бюджетной системы.	2	2
	Практические занятия		6	
	1.	Расчёт отчисления во внебюджетные фонды	4	
	2.	Оформление платёжных документов предприятия	2	

Самостоятельная работа обучающихся		8	
1.	Составить глоссарий основных терминов и определений по всем звеньям финансовой системы.	2	
2.	Составить сравнительную таблицу задач и функций работы органов управления финансами.	2	
3.	Изучить особенности организационно-правовых форм хозяйствования по ГК РФ, составить сравнительные таблицы по различным видам хозяйственных обществ.	2	
4.	Подготовить доклад по теме «Характеристика современного рынка страховых услуг в РФ»	2	

Тема 1.3. Ссудный капитал и кредит	Содержание учебного материала	3	3
	1	Формирование рынка капиталов в РФ. Кредит: необходимость, сущность, функции. Кредит как форма движения ссудного капитала. Функции кредита. Основные формы кредита. Формы ссудных счетов и методы кредитования. Роль и границы кредита. Кредитное обеспечение и его виды (зalog, поручительство, гарантия). Оценка платёжеспособности заёмщика. Лизинг, кредитные карточки, ипотека. Ссудный процент: сущность, функции, формы. Кредитная система. Особенности и отличительные черты развития кредитного дела в России.	

2	Банковская система РФ, принципы её организации. Классификация банков. Центральный банк РФ, его роль, задачи и функции. Система коммерческих банков, их функции и услуги. Новые функции банков: лизинг, факторинг. Взаимоотношения предприятий с банками. Специализированные кредитнофинансовые компании и их функции. Ценные бумаги как элемент новых отношений собственности, новых способов вложения капитала	2	3
4	Валютная система как совокупность экономических отношений, связанных с функционированием валюты. Котировка валют. Валютный курс, инструменты его регулирования. Валютные ценности. Конвертируемость валюты. Валютные операции. Валютный рынок. Валютное регулирование и валютный контроль.	2	3
Практические занятия		10	

1.	Оценка кредитоспособности заёмщика	2	
2.	Определение процентов по вкладам	2	
3.	Расчёт курса акций	2	
4.	Расчёт показателей эффективности капитальных вложений и оформление кредитного договора	2	
5.	Определение курса валют, курсовой разницы	2	
Самостоятельная работа обучающихся		16	
1.	Составить кроссворд по основным банковско-кредитным терминам.	2	
2.	Составить конспекты основных положений федеральных законов: «О центральном банке Российской Федерации (Банке России)», «О банках и банковской деятельности».	2	
3.	Самостоятельное решение заданий с использованием методических рекомендаций преподавателя	2	

	4.	Составить сводную таблицу по долевым, долговым, производным ценным бумагам	2	
	5.	Подготовить сообщение по теме: «Тенденции развития мирового валютного рынка».	4	
	6.	Подготовить сообщение на тему: "Возникновение и развитие векселя"	4	
Тема 1.4. Финансовое планирование и контроль	Содержание учебного материала		4	
	1.	Финансовое планирование и контроль: понятие, назначение, задачи. Содержание финансового плана организации. Органы финансового контроля и их функции. Виды финансового контроля, объекты финансового контроля, порядок его проведения.	2	2
	Практические занятия		2	
	1.	Составление финансового плана организации (предприятия)	2	
Тема 1.5. Налоговая система РФ	Содержание		20	
	1.	Задачи и функции налоговых органов. Ответственность за нарушение налогового законодательства: виды налоговых правонарушений; финансовая ответственность юридических лиц. Налоговый контроль, проведение налоговых проверок. Порядок направления налоговой декларации и внесение	2	3

		в неё изменений. Обжалование актов налоговых органов и действий или бездействия их должностных лиц.		
	2.	Общие положения Налогового кодекса. Понятийный аппарат Налогового кодекса. Определение перечня налогов. Права и обязанности участников налоговых отношений. Определение цены товаров для целей налогообложения. Уплата налога. Взыскание налога. Отсрочка платежа. Налоговая отчетность.	2	3
	Практические занятия		4	
	1.	Классификация и систематизация налогов и сборов по видам	2	
	2.	Расчёт налоговых санкций за различные налоговые правонарушения	2	
	Самостоятельная работа обучающихся		1	
			2	

	1.	Изучение законодательного материала по налогообложению организаций	4	
	2.	Выполнение схемы взаимодействия бюджетов трёх уровней: федерального, регионального и местного	4	
	3.	Исследовательская работа. Проанализировать предложенную тематику за последние два года. Результаты анализа представить в форме отчета. «Соблюдение законов контролирующими органами при проведении проверок». «Налоговая культура россиян». «Налоговые правонарушения и виды ответственности за их совершение».	4	
Тема 1.6. Федеральные налоги	Содержание учебного материала		2 6	
	1.	Налог на добавленную стоимость Налогоплательщики. Постановка на учет в качестве налогоплательщика. Освобождение от исполнения обязанностей налогоплательщика. Объект	2	2

		налогообложения. Операции, не подлежащие налогообложению. Налоговая база. Налоговый период. Налоговые ставки. Порядок исчисления налога. Счетфактура. Налоговые вычеты. Порядок применения налоговых вычетов. Сумма налога, подлежащая уплате в бюджет. Порядок возмещения налога. Сроки и порядок уплаты налога при ввозе товаров на таможенную территорию Российской Федерации.		
--	--	---	--	--

	<p>2 Налог на доходы физических лиц · Налогоплательщики. Доходы от источников в Российской Федерации и доходы от источников за пределами Российской Федерации. Объект налогообложения. Налоговая база. Налоговый период. Доходы, на подлежащие налогообложению (освобождаемые от налогообложения). Стандартные налоговые вычеты. Социальные налоговые вычеты. Имущественные налоговые вычеты. Профессиональные налоговые вычеты. Налоговые ставки. Порядок исчисления налога. Особенности исчисления налога налоговыми агентами. Налоговая декларация. Порядок взыскания и возврата налога. Устранение двойного налогообложения.</p>	2	3
	<p>3. Налог на прибыль организаций Налогоплательщики. Объект налогообложения. Порядок определения доходов. Классификация доходов. Доходы от реализации. Внереализационные доходы. Доходы, не учитываемые при определении налоговой базы. Расходы. Группировка расходов. Расходы, связанные с производством и реализацией. Налоговая база. Налоговые ставки. Налоговый период. Отчетный период. Порядок исчисления налога и авансовых платежей. Налоговая декларация. Налоговый учет.</p>	2	3
	Практические занятия	1	
	1. Расчёт налоговой базы и суммы налоговых вычетов по НДС	4	
	2. Расчёт налоговой базы по НДФЛ.	4	
	3. Расчёт НДФЛ, заполнение налоговой декларации	4	
	4. Расчёт налоговой базы по налогу на прибыль. Заполнение регистров налогового учёта.	4	
	Самостоятельная работа обучающихся	4	
	1. Изучение законодательного материала по налогообложению организаций	2	
	2. Решение задач с использованием методических указаний преподавателя	2	

	Содержание учебного материала		12	
Тема 1.7. Налогообложение субъектов малого бизнеса	1.	Упрощенная система налогообложения. Единый налог на вменённый доход для отдельных видов деятельности Общие положения. Налогоплательщики. Порядок и условия начала и прекращения применения упрощенной системы налогообложения. Объекты налогообложения. Порядок определения доходов. Порядок определения расходов. Порядок признания доходов и расходов. Налоговая база. Налоговый период. Отчетный период. Налоговые ставки. Порядок исчисления и уплаты налога. Зачисление сумм налога. Налоговая декларация. Налоговый учет. Особенности исчисления налоговой базы при переходе с общего режима на упрощенную систему налогообложения и с упрощенной системы налогообложения на общий режим налогообложения.	2	2
	Практические занятия		2	
	1.	Расчёт единого налога на вмененный доход	2	
	Самостоятельная работа обучающихся		8	
	1.	Изучение законодательного материала по налогообложению организаций	4	
	2.	Решение задач с использованием методических указаний преподавателя	4	
Тема 1.8. Региональные налоги	Содержание учебного материала		10	
	1.	Транспортный налог Общие положения. Налогоплательщики. Объект налогообложения. Налоговая база. Налоговый период. Отчетный период. Налоговые ставки. Порядок исчисления суммы налога и сумм авансовых платежей по налогу. Порядок и сроки уплаты налога и авансовых платежей по налогу. Налоговая декларация.	1	2
	2.	Налог на имущество организаций Общие положения. Налогоплательщики. Объект налогообложения. Налоговая база. Порядок определения налоговой базы. Особенности определения	1	3

		налоговой базы в рамках договора простого товарищества (договора о совместной деятельности). Особенности налогообложения имущества, переданного в доверительное управление. Налоговый период. Отчетный период. Налоговая ставка. Налоговые льготы. Порядок исчисления суммы налога и сумм авансовых платежей по налогу. Порядок и сроки уплаты налога и авансовых платежей по налогу. Налоговая декларация.		
	Практические занятия		4	
	1.	Расчёт транспортного налога	2	
	2.	Расчёт налога на имущества организаций	2	
	Самостоятельная работа обучающихся		3	
	1.	Изучение законодательного материала по налогообложению	2	
	2.	Решение задач с использованием методических указаний преподавателя	2	
Тема 1.9. Местные налоги	Содержание учебного материала		6	
	1.	Земельный налог Общие положения. Налогоплательщики. Объект налогообложения. Налоговая база. Порядок определения налоговой базы. Особенности определения налоговой базы в отношении земельных участков, находящихся в общей собственности. Налоговый период. Отчетный период. Налоговая ставка. Налоговые льготы. Порядок исчисления налога и авансовых платежей по налогу. Порядок и сроки уплаты налога и авансовых платежей по налогу. Налоговая декларация.	1	2
	2.	Налог на имущество физических лиц Общие положения. Налогоплательщики. Объект налогообложения. Налоговая база. Порядок определения налоговой базы. Налоговый период. Отчетный период. Налоговая ставка. Налоговые льготы. Налоговая декларация.	1	3
	Практические занятия		2	
	1.	Расчёт местных налогов	2	
	Самостоятельная работа обучающихся		2	
	1	Изучение законодательного материала по налогообложению	2	

	Экзамен		6	
МДК. 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности			150	
Тема 2.1. Предмет, содержание и задачи экономического анализа	Содержание учебного материала		26	
	1. Понятие экономического анализа. Предмет, содержание и задачи экономического анализа. Принципы экономического анализа. Принципы экономического анализа. Виды экономического анализа.		4	2
	2. Особенности общего метода экономического анализа. Факторы, определяющие результаты хозяйственной деятельности, и их классификация. Система показателей, используемых в экономическом анализе. Методика экономического анализа		6	2
	3. Система информации и её источники. Планирование и организация аналитической работы. Подготовка исходных аналитических данных. План аналитической работы. Основные этапы аналитической работы. Обобщение и оформление результатов анализа. Составление пояснительных записок, принятие решений, контроль за их выполнением.		6	2
	Практические занятия		2	
	1. Использование приёмов и методов анализа в решении производственных задач		2	
	Самостоятельная работа обучающихся		8	
	1. Подготовка сообщения на тему: "История развития экономического анализа в России"		2	
	2. Ознакомление с источниками экономической информации действующих предприятий, кратко законспектировать содержание основных источников.		2	
	3. Выполнить краткий конспект способов детерминированного факторного анализа. По учебнику изучить примеры применения данных способов в анализе.		2	

	4.	Решение заданий с использованием различных методов анализа с использованием методических рекомендаций преподавателя	2	
Тема 2.2. Анализ хозяйственной деятельности предприятия	Содержание учебного материала		72	
	1.	Понятие, состав товарооборота и его роль в формировании финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятия. Анализ объёма и структуры товарооборота. Анализ факторов, влияющих на объём товарооборота.	4	3
	2.	Понятие товарных ресурсов. Анализ суммы товарных запасов и товарооборачиваемости. Анализ поступления товаров и эффективности использования товарных ресурсов	4	3
	3.	Значение, задачи и информационное обеспечение анализа трудовых ресурсов. Анализ обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами, профессионального и квалификационного уровня, использования рабочего времени. Анализ производительности труда. Анализ фонда оплаты труда. Установление соотношения темпов роста производительности труда и средней заработной платы.	6	3
	4.	Значение, задачи и информационное обеспечение анализа издержек обращения. Изучение динамики издержек в целом по статьям в соответствии с динамикой товарооборота. Выявление суммы относительной экономии или перерасхода издержек. Оценка влияния факторов на сумму и уровень издержек.	4	3
	5.	Значение и задачи анализа основных фондов. Система показателей состояния и эффективности использования основных фондов. Анализ состояния основных фондов. Анализ начисления амортизации и её использования.	6	3
	6.	Значение, задачи и информационное обеспечение анализа доходов и прибыли. Анализ валового дохода, расчёт влияния факторов на валовой доход. Анализ прибыли от реализации. Факторный анализ прибыли. Анализ использования балансовой прибыли. Выявление резервов увеличения прибыли и повышения эффективности её использования.	4	3

Практические занятия		1 6
1.	Анализ динамики товарооборота, изменений структуры ассортимента	2
2.	Расчёт минимального объёма товарооборота, необходимого для безубыточной работы предприятия	2
3.	Анализ товарных запасов и их оборачиваемости	2
4.	Анализ численности работников, производительности и оплаты их труда	2
5.	Анализ динамики издержек обращения в целом и по статьям	2
6.	Анализ состава, структуры, технического состояния и движения основных средств	2
7.	Анализ показателей эффективности использования основных средств	2
8.	Анализ валового дохода и прибыли организации	2
Самостоятельная работа обучающихся		2 8
1.	Самостоятельное решение вариативных задач и упражнений по расчёту показателей для анализа товарооборота с использованием методических указаний преподавателя	4
2.	Изучение источников и подготовка аналитических данных для выполнения практических заданий	4
3.	Самостоятельное решение вариативных задач и упражнений по анализу трудовых ресурсов торговых предприятий с использованием методических указаний преподавателя	4
4.	Самостоятельное решение задач по расчёту и анализу рентабельности, определению влияния факторов на её изменение	4
5.	Самостоятельное решение задач по анализу эффективности использования основных средств	4
6.	Произвести исследовательскую работу на примере конкретного торгового предприятия и результаты анализа представить в форме отчета на тему: "Анализ товарных запасов их товарооборачиваемости".	4

	7.	Изучение обучающего текста "Методика определения издержек обращения по отдельным группам товаров", ответить на контрольные вопросы	4	
Тема 2. 3. Анализ финансовой	Содержание учебного материала		3	
			2	

деятельности предприятия	1.	Понятие, цель, задачи и содержание анализа финансового состояния. Система показателей, используемая для анализа финансового состояния. Информационная база анализа финансового состояния. Методы анализа финансового состояния.	4	3
	2.	Анализ структуры активов предприятия. Анализ состава, структуры и динамики внеоборотных активов. Анализ состава, структуры и динамики оборотных активов. Анализ производственных запасов. Анализ дебиторской задолженности. Анализ динамики и структуры источников формирования капитала предприятия. Анализ наличия и движения собственных оборотных средств.	4	3
	3.	Понятие финансовой устойчивости и факторы, влияющие на неё. Основные показатели финансовой устойчивости. Оценка финансовой устойчивости предприятия на основе анализа соотношения собственного и заёмного капитала.	6	3
	4.	Понятие ликвидности и платёжеспособности предприятия. Оценка платёжеспособности предприятия на основе показателей ликвидности. Оценка платёжеспособности предприятия на основе изучения потоков денежных средств. Диагностика вероятности банкротства.	6	3
	5.	Значение и цели анализа деловой активности предприятия. Расчёт показателей оборачиваемости. Расчёт показателей рентабельности	6	3
	Практические занятия		14	
	1.	Анализ структуры актива баланса	2	
	2.	Анализ структуры пассива баланса	2	

	3.	Анализ оборачиваемости оборотных активов и коэффициентов рентабельности капитала	2	
	4.	Расчёт и анализ показателей финансовой устойчивости предприятия	4	
	5.	Расчёт и анализ коэффициентов ликвидности	2	
	6.	Расчёт и анализ показателей деловой активности предприятия	2	
	Самостоятельная работа обучающихся		1	
			2	
	1.	Проведение мини-исследования и оформление отчёта по определению деловой активности предприятия	4	
	2.	Самостоятельное решение задач на расчёт показателей финансовой устойчивости предприятия	4	
	3.	Подготовка сообщения на тему: " Положение предприятия на рынке ценных бумаг"	4	
	Дифференцированный зачёт		6	
МДК. 02.03. Маркетинг			202	
Тема 3.1. Предмет, цели и задачи дисциплины.	Содержание учебного материала		4	
	1.	Понятия: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка. Предмет дисциплины, его цели и задачи. Структурно-логическая схема дисциплины. Межпредметные связи с другими дисциплинами. Значение дисциплины в подготовке специалистов. Состояние и прогнозы развития потребительского рынка России. Состояние и поддержание конкурентной среды, состояние источников наполнения рынка товарами. Насыщенность рынка потребительскими товарами и услугами. Необходимость систематического анализа конъюнктуры рынка.	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся		2	
	1	Подготовить сообщение на тему: «Возникновение маркетинга и его эволюция».	2	
Тема 3.2. Рынок как	Содержание учебного материала		6	

объект маркетинга.	1	Концепция развития рыночных отношений. Экономика рынка: понятия, основные категории и показатели, условия функционирования. Понятие «рынок» и «ёмкость рынка». Классификация рынков. Экономические субъекты рынка. Спрос и предложение как важнейшие элементы рынка. Рыночная конъюнктура, причины ее колебаний. Рыночная цена товара. Необходимость возникновения и совершенствования маркетинга в современных условиях. Основные концепции развития рыночных отношений, их отличительные особенности. Маркетинг как одна из концепций, его сущность. Социальноэтический маркетинг: понятие, отличие от маркетинга.	2	3
	Практические занятия		2	
	1	Построение кривой и анализ факторов, влияющих на спрос и предложение товаров.	2	

	Самостоятельная работа обучающихся		2	
	1	Составить глоссарий основных терминов и определений по теме: «Рынок как условие и экономическая основа маркетинга».	2	
Тема 3.3. Концепция рыночной деятельности. Концепция маркетинга	Содержание учебного материала		8	
	1.	Сущность маркетинга и его роль в экономике. Исторические аспекты возникновения маркетинговой деятельности, ее сущность, принципы, основные функции. Маркетинг как действительный механизм регулирования рыночных отношений. Экономический смысл использования маркетинга. Место и роль маркетинга и его подразделений в управлении предприятиями. Структура маркетинговой деятельности: цели и задачи, функции, принципы, классификация, объекты, субъекты, окружающая среда, средства, методы.	2	2

	2.	Маркетинговая концепция управления рынком. Место маркетинга в системе менеджмента. Маркетолог, его место в сфере бизнеса. Отличие маркетинга от обычной производственно-сбытовой ориентации. Концепция социальноэтического маркетинга. Формула современного маркетинга. Модели и субмодели маркетинга.	2	3
	Самостоятельная работа обучающихся		4	
	1	Подготовить доклад на тему: «Маркетинг как действительный механизм регулирования рыночных отношений»	2	
	2	Выполнить в рабочей тетради схему: «Модели и субмодели маркетинга»; подготовить сообщение на тему: «Должностные обязанности маркетолога».	2	
Тема 3.4. Основные принципы и методы маркетинговой системы управления	Содержание учебного материала		10	
	1	Понятие о маркетинговой среде как сфере управления. Понятие маркетинговой среде как сфере управления. Контролируемые факторы маркетинговой среды. Не контролируемые факторы маркетинговой среды.	2	3
	2	Организация службы маркетинга на предприятии. Задачи, обязанности, структура службы маркетинга. Место службы в структуре предприятий. Схема последовательной реализации функций службы. Факторы, определяющие структуру службы.	2	3
	Практические занятия		2	

	1.	Анализ внешней окружающей среды предприятия.	2	
		Разработка схемы организации службы маркетинга, определение её достоинств и недостатков.		
	Самостоятельная работа обучающихся		4	
	1	Выполнить в рабочей тетради схемы: «Внутренняя и внешняя окружающая среда маркетингового предприятия».	2	

	2	Используя инструкционную карту подготовиться к практической работе «Разработка схемы организации службы маркетинга, определение её достоинств и недостатков».	2	
Тема 3.5. Процесс управления маркетингом	Содержание учебного материала		12	
	1.	Управление маркетингом. Сущность и задачи маркетингового управления, объекты маркетингового управления: нужда, потребность, спрос. Определение понятий, их общность и различия. Классификация потребностей: физиологические, социальные, психические, интеллектуальные и духовные; приоритетность потребностей. Краткая характеристика отдельных видов и разновидностей потребностей. 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. Этапы развития маркетингового управления. Концепции управления.	2	3
	2.	Процесс управления маркетингом. Основные составляющие процесса управления маркетингом: анализ рыночных возможностей, отбор целевых рынков, сегментирование рынка (признаки сегментирования, критерии выбора сегмента), разработка комплекса маркетинга, претворение в жизнь маркетинговых мероприятий.	2	3
	Практические занятия		6	
	1.	Определение концепции маркетинга предприятия.	2	
	2.	Определение вида спроса и разработка задач маркетингового управления.	2	
	3.	Анализ рыночных возможностей предприятия.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся		4	

	1	В рабочей тетради ответить на вопросы теста по теме: «Процесс управления маркетингом (карточка «Одно из двух»).	2	
	2	Используя инструкционную карту, методические рекомендации преподавателя, подготовиться к практической работе «Разработка комплекса маркетинга как элемента процесса управления маркетингом».	2	
Тема 3.6. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования	Содержание учебного материала		16	
	1.	Маркетинговая информация. Сущность и необходимость маркетинговой информации. Требования к маркетинговой информации. Назначение, источники маркетинговой информации (внутренние и внешние), принципы их отбора. Классификация маркетинговой информации. Маркетинговая информационная система (МИС).	2	3
	2.	Система маркетинговых исследований. 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.	2	2
	3.	Цели, объекты и методы маркетинговых исследований. Цели маркетинговых исследований. Важнейшие направления маркетинговых исследований: исследования рынка, товаров, цен, продвижения товаров, доведения их до потребителя. Маркетинговые исследования товарных рынков: определение ёмкости, конъюнктурные и прогностические исследования, исследования конкурентной среды, выявление потребностей и средств для их удовлетворения, определение каналов товародвижения и сбыта. Методы маркетинговых исследований. Значение маркетинговых исследований для определения специфики отдельных сегментов товарного рынка, для оптимизации ассортимента товаров, повышения их качества, разработки сбалансированного перечня информационных и сервисных услуг.	2	3
	Практические занятия		4	

	1.	Овладение методикой проведения опросов потребителей. Анализ результатов опроса.	2	
	2.	Ситуационный анализ окружающей среды предприятия.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся		6	
	1.	Подготовить реферат на тему: «Маркетинговая информационная система (МИС)» с использованием Интернет-ресурсов.	2	
	2.	Законспектировать в рабочей тетради тему: «Маркетинговая информация».	2	
	3.	Используя инструкционную карту, методические рекомендации преподавателя, подготовиться к практической работе «Овладение методикой проведения опросов потребителей. Анализ результатов опроса».	2	
Тема 3.7. Товарная политика предприятия	Содержание учебного материала		14	3
	1.	Товар и товарная политика предприятия. Маркетинговое понимание товара. Формула товара. Проблемы качества товара. Стандартизация и дифференциация товара. Классификация товара. Характеристика товаров производственного назначения и индивидуального пользования. Концепция жизненного цикла товара (ЖЦТ).	2	

	2.	Разработка новых товаров в товарной политике предприятий. Основные этапы разработки товары-новинки: формирование идей, отбор идей, разработка замысла и его проверка, разработка стратегии маркетинга. Рыночная атрибутика товаров.	2	3
	Практические занятия		2	
	1.	Определение этапа жизненного цикла продукции и разработка маркетинговых мероприятий.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся		8	
	1.	Изобразить схематически разновидности ЖЦТ.	2	
	2.	Используя методические рекомендации преподавателя выполнить учебноисследовательскую работу на тему: «Товарная политика	4	

		РТП»		
	3.	Составить резюме к теме «Товарная политика предприятия» и перечень основных понятий.	2	
Тема 3.8. Ценовая политика предприятия	Содержание учебного материала		22	
	1.	Цена товара и методы её формирования. Основные понятия. Структура розничной цены. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Ценовая и неценовая конкуренция. Виды цен. Понятие о скидках на цену товара, зачеты. Изменение цены в зависимости от этапа ЖЦТ.	2	3
	2.	Ценовая политика государства. Ценообразование на разных типах рынков. Политика государства в области ценообразования. Задачи ценообразования. Понятие о дискриминационных ценах.	2	3
	3.	Стратегия ценообразования. Факторы, влияющие на ценообразование. Постановка задач ценообразования. Выбор метода ценообразования. Особенности стратегии ценообразования на новые и известные товары. Виды цен, характерные для разных стратегий.	2	3
	4.	Разработка цены за товар. Методика расчета исходной цены: выбор целевого рынка и позиционирование товара, постановка задач ценообразования, определение спроса на товар, оценка издержек, анализ цен конкурентов, выбор метода ценообразования, установление окончательной цены. Рыночное страхование цен. Эластичность спроса по ценам. Психология восприятия цены товара.	2	3
	Практические занятия:		4	
	1	Выбор метода ценообразования для РТП.	2	
	2	Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики организации.	2	

	Самостоятельная работа обучающихся	10	
	1. В рабочей тетради составить кроссворд по теме: «Ценовая политика предприятия».	4	
	2. Используя методические рекомендации преподавателя выполнить учебноисследовательскую работу на тему: «Сравнительный анализ ценовой политики базовых РТП».	4	
	3. Используя инструкционную карту, методические рекомендации преподавателя, подготовиться к практической работе: «Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики организации».	2	
Тема 3.9. Распространение товаров и товародвижение	Содержание учебного материала	34	
	1. Сбытовая политика предприятия. Распространение товаров как составная часть комплекса маркетинга. Методы сбыта: прямой и косвенный. Понятие о каналах сбыта, их функциях. Решение о структуре канала и его участниках.	2	3
	2. Природа каналов сбыта. Структура канала сбыта и его участники. Торговые посредники, типы и число посредников. Преимущество и недостатки в использовании посредников при сбыте продукции.	2	3
	3. Товародвижение и его проблемы. Политика предприятия по проблемам товародвижения. Структура управления товародвижением предприятия. Система товародвижения. Издержки товародвижения.	2	3

	4. Оптовая торговля как основной метод распространения товаров. Маркетинговые решения оптовика: о товарном ассортименте, ценах, методах стимулирования сбыта, месте размещения оптового предприятия.	2	3
	5. Розничная торговля как метод распространения товара. Значение РТП в системе товародвижения. Виды и характеристика РТП. Дополнительные и основные услуги РТП. Маркетинговые решения РТП.	2	3
	Практические занятия	8	
	1. Сравнительный анализ каналов сбыта продукции АПК в странах Европы и РФ.	2	
	2. Выбор оптимального канала сбыта.	2	

3.	Разрешение конфликтных ситуаций в канале сбыта.	2
4.	Выбор поставщика товаров для РТП.	2
	Анализ и оценка системы товародвижения в базовых РТП.	
Самостоятельная работа обучающихся		1 6
1.	Подготовка и презентация исследовательской работы: «Сбыт продукции фермера (др. предприятия)» на электронном носителе.	4
2.	Составить презентацию на тему « Как создать Интернет - магазин? Особенности его работы» с использованием Интернет-ресурсов на электронном носителе.	2
3.	Используя инструкционную карту, методические рекомендации преподавателя, подготовиться к практической работе: «Анализ и оценка системы товародвижения в базовых РТП».	2
4.	Составить тест по теме «Распространение товаров и товародвижение» (1-2 уровень сложности).	2
5.	В рабочей тетради ответить на контрольные вопросы по теме «Природа каналов сбыта».	2
6.	Законспектировать в рабочей тетради тему: «Оптовая торговля как основной метод распространения товаров».	2
7.	Подготовить реферат на тему: «Оптовая и розничная торговля - методы распространения товаров».	2

Тема 3.10. Маркетинговые коммуникации	Содержание учебного материала	28	
	1. Маркетинговые коммуникации. Место маркетинговых коммуникаций в конкурентной борьбе. Виды продвижения. Факторы, влияющие на выбор способа продвижения. Положительные и отрицательные стороны различных видов продвижения.	2	2

2.	Стимулирование сбыта как форма продвижения товаров на рынке. Понятие стимулирования. Цели стимулирования, направленного на потребителя, торговых посредников, собственный персонал. Средства стимулирования. Недостатки и преимущества стимулирования.	2	3
3.	Личная продажа товаров как метод продвижения товаров. Особенности личной продажи товаров. Формы личной продажи. Обучение торговых агентов, основные подходы к обучению. Основные этапы процесса планирования личной продажи.	2	3
4.	Взаимоотношения с общественностью как элемент системы продвижения товаров. Понятие пропаганды. Мероприятия по связям с общественностью (презентации, пресс-конференции, симпозиумы, публичные выступления, спонсорство) и их основные направления. Положительные и отрицательные стороны публичных отношений (PR). Участие предприятий в выставках и ярмарках.	2	3
5.	Реклама как элемент системы продвижения товаров. Реклама: понятие, назначение. Цели, задачи и функции рекламы. История возникновения и совершенствования рекламы. Требования к рекламе. Правила рекламы.	2	3
6.	Средства распространения рекламы. Критерии выбора средств рекламы: охват, стоимость рекламного контакта, доля аудитории, технический уровень исполнения рекламы. Группа средств распространения рекламы.	2	3
7.	Рекламное обращение. Содержание и принцип рекламы. Связь содержания рекламного обращения с целями маркетинга и этапами ЖЦТ. «Образ товара» и «Образ фирмы» как основные тематические направления в содержании рекламы.	2	3

Практические занятия		8
1	Разработка мероприятий по стимулированию сбыта в РТП, направленных на покупателя.	2
2	Составление пропагандистской статьи о торговом предприятии.	2

	.		
	3	Работа над композицией текста рекламного обращения.	2
	4	Выбор наиболее эффективного способа продвижения для товаров различных товаропроизводителей.	2
	Самостоятельная работа обучающихся		6
	1	Используя инструкционную карту, методические рекомендации преподавателя, подготовиться к практической работе: «Составление пропагандистской статьи о работе торгового предприятия».	2
	2	Составить презентацию сообщения на тему «История рекламы» с использованием Интернет-ресурсов на электронном носителе.	2
	3	Законспектировать в рабочей тетради тему: «Организация работы рекламноинформационных агентств».	2
Тема 3.11. Стратегическое планирование, ревизия и контроль	Содержание учебного материала		12
	1	Стратегическое планирование. Определение понятий: стратегия и тактика. Сущность стратегического планирования и его цели. Основные составляющие стратегического планирования: определение краткосрочных и долгосрочных целей фирмы; разработка плана развития хозяйственного портфеля; определение стратегии роста фирмы, её возможностей в перспективе. Понятие стратегии маркетинга и её цели. Виды маркетинговых стратегий, характерные черты. Основные требования к формированию стратегии маркетинга. Структура стратегической маркетинговой программы.	2
			2

	2.	Маркетинговый контроль. Понятие маркетингового контроля и его цели. Система и типы маркетингового контроля: контроль за выполнением годовых планов, контроль прибыльности, стратегический контроль.	2	3
	Практические занятия		2	
	1.	Составление плана маркетинга как составляющей стратегического планирования.	2	
	Самостоятельная работа обучающихся		2	

	1.	Используя инструкционную карту, методические рекомендации преподавателя, подготовиться к практической работе «Составление плана маркетинга как составляющей стратегического планирования».	2	
Тема 3.12. Конкурентная среда	Содержание учебного материала		1 2	
	1.	Конкуренция и конкурентоспособность. Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность. Характерные черты конкурентной среды, способы поддержания. Конкурентоспособность организации и товаров: показатели конкурентоспособности, конкурентное преимущество.	4	3
	Практические занятия		4	
	1	Оценка конкурентоспособности товара.	2	
	2	Оценка конкурентоспособности фирмы и установление её конкурентных преимуществ.	2	
	Самостоятельная работа		4	
	1	Проведение и презентация учебно-исследовательской работы: «Оценка конкурентоспособности базовых РТП» на электронном носителе.	4	
Тема 3.13. Международный маркетинг	Содержание учебного материала		3	
	1.	Международный маркетинг. Состояние и перспективы развития внешней торговли. Тенденции международного товарообмена. Международный маркетинг: понятие, назначение, особенности его структурных элементов окружающей среды, структуры комплекса маркетинга. Методы выхода на внешний рынок: экспорт товара, совместная деятельность, инвестирование. Структура служб маркетинга.	2	2
	Самостоятельная работа		2	

	В рабочей тетради ответить на контрольные вопросы по теме: «Международный маркетинг».	2	
--	---	---	--

	Курсовая работа	20	
	Экзамен	6	
Учебная практика Виды работ:		36	
7. Анализ хозяйственной деятельности предприятия		6	
8. Анализ финансовой деятельности предприятия		6	
9. Выявление, формирование и удовлетворение потребности		6	
10. Обеспечение распределения через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций		6	
11. Проведение маркетинговых исследований рынка		6	
12. Оценка конкурентоспособности товаров		6	
Производственная практика Виды работ:		72	
1. Оформление приходных и расходных финансовых документов		6	
2. Оформление финансовых отчётов		6	
3. Оформление кредитного обеспечения предприятия, кредитного договора.		6	
4. Осуществление денежных расчётов		6	
5. Расчёт основных налогов с использованием нормативных документов в области налогообложения, регулирующих		6	
6. Расчёт основных налогов, уплачиваемых торговыми организациями		6	
2. Участие в проведении денежных расчётов		4	
3. Участие в расчёте основных налогов		4	
4. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации		6	
5. Выявление потребности (спроса) на товары		4	
6. Участие в реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка		6	
7. Участие в проведении рекламных акций и компаний, других маркетинговых коммуникаций;		6	

8. Анализ маркетинговой среды организации.	6	
Всего	554	+ практика

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ АДАптиРОВАННОЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебного кабинета маркетинга, АФХД, финансов и налогообложения.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- стол-парта регулируемая для инвалидов
- специализированное мобильное рабочее место для инвалидов
- беспроводной комплекс для привлечения персонала и вызова помощи
- комплект учебно-наглядных пособий.

Технические средства обучения:

компьютер с лицензионным программным обеспечением, мультимедиа-проектор.

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику (по профилю специальности).

4.2. Информационное обеспечение обучения Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

Федеральные законы и кодексы:

1. Гражданский кодекс РФ.
2. Налоговый кодекс РФ. Части первая и вторая (последняя редакция).
3. Бюджетный кодекс РФ.
4. Положение по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» ПБУ 6/01: Приказ Минфина России от 30.03.2001 №26н **Учебники и учебные пособия:**
5. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия:
Учебное пособие. М. В. Мельник, Е. Б. Герасимова. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2017.
6. Маркетинг. Е. Н. Кнышова. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2013.
7. Маркетинг менеджмент. Ф. Котлер. – СПб.: Питер, 2016.

8. Практикум по дисциплине «Маркетинг» для студентов СПО, обучающихся по специальностям 080000 «Экономика и управление». – Тамбов: Некоммерческое партнерство

«Техникум экономики и предпринимательства», 2016.

9. Налоги и налогообложение: Учебник / Под ред. Д. Г. Черника. – 3-е изд. М.: МЦФЕР, 2016.

10. Финансы и кредит: Учебно-методический комплекс. Т. П. Николаева. – М.: Изд. центр ЕАОИ, 2018.

34

Дополнительные источники:

1. Федеральный закон «О государственном бюджете» (последнее издание).

2. Закон РФ «О налогах на имущество физических лиц» от

09.12.1991 № 2003-1

3. Закон РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товара» от 23.09.92.
4. Законы субъектов РФ «О налоге на имущество организации // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».
5. Законы субъектов РФ «О транспортном налоге // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс».
6. Федеральный закон «О защите прав потребителей», ФЗ-2 от 09.01.96 с изменениями и дополнениями.
7. Федеральный закон «Об информации, информатизации и защите информации», ФЗ-24 от 20.02.95.
8. Федеральный закон «О рекламе», ФЗ-108 от 18.07.95.
9. Маркетинг: Учебное пособие. А. В. Лукина. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2006.
10. Экономический анализ: Учебное пособие, практикум, тесты. Г.В. Шадрина. Московский государственный университет экономики статистики и информатики. – М., 2017.

Интернет-ресурсы:

1. <http://be5.biz/service/map> (Институт экономики и права Ивана Кушнера: электронные учебники по экономике).
2. <http://rutracker.org/forum/viewtopic.php?t=2003070> (Коллекция учебников по всем экономическим дисциплинам).
3. <http://www.consultant.ru/>

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Занятия при изучении данного модуля проводятся в учебных кабинетах. Производственная практика проводится концентрированно, в соответствии с программой модуля на торговых предприятиях. В процессе проведения практики преподавателем оказывается консультационная помощь студентам.

Освоению данного модуля должно предшествовать изучение следующих дисциплин: математика, статистика, экономическая теория, экономика организации, менеджмент (по отраслям), профессиональный модуль ПМ 01 «Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью».

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (инженернопедагогических) кадров, обеспечивающих обучение по

междисциплинарному курсу (курсам): среднее профессиональное или высшее профессиональное образование, соответствующее профилю преподаваемого модуля.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой: преподаватель I категории; работник предприятия, имеющий на 1-2 разряда по профессии рабочего выше, чем предусмотрено образовательным стандартом для выпускников, прошедший стажировку в профильных организациях не реже одного раза в три года.

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

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
<p>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</p>	<p>- использование бухгалтерской отчетности для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности; - анализ расчетов, их обоснование; - участие в инвентаризации на предприятии; - осуществление учета товаров</p>	<p>1. Тестирование. 2. Экспертная оценка выполнения практических заданий на занятиях и/или экзамене. 3. Экспертная оценка отчета по производственной практике.</p>
<p>ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем</p>	<p>- демонстрация умений соблюдения требований к оформлению и составлению необходимых документов; - демонстрация умений пользования автоматизированных систем с применением их в профессиональной деятельности</p>	<p>1. Экспертная оценка выполнения практических заданий на занятиях и/или экзамене. 2. Экспертная оценка отчета по производственной практике.</p>
<p>ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов</p>	<p>- демонстрация знаний и умений применять экономические методы в расчетах; - расчет и анализ микроэкономических показателей; - анализ рынков ресурсов</p>	<p>1. Экспертная оценка выполнения практических работ. 2. экспертная оценка отчета по производственной практике.</p>

<p>ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату</p>	<p>- идентификация основных экономических показателей предприятия; - демонстрация навыков расчета и анализа цены товара, заработной платы работников</p>	<p>1. Экспертная оценка выполнения практических работ. 2. Экспертная оценка отчета по производственной практике</p>
<p>ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров</p>	<p>- проведение маркетинговых исследований по выявлению потребностей и определению видов спроса и типов маркетинга; - участие в рекламной кампании предприятия с целью формирования спроса и стимулирования сбыта</p>	<p>1. Тестирование. 2. Экспертная оценка выполнения практических работ. 3. Экспертная оценка отчета по производственной практике.</p>

<p>ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации</p>	<p>- анализ маркетинговых коммуникаций и демонстрация навыков их использования</p>	<p>1. Экспертная оценка выполнения практических работ. 2. Экспертная оценка отчета по производственной</p>
		<p>практике.</p>
<p>ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений</p>	<p>- проведение маркетинговых исследований рынка; - анализ результатов и разработка маркетинговых решений</p>	<p>1. Экспертная оценка отчета по производственной практике.</p>
<p>ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации</p>	<p>- проведение маркетинговых исследований на предмет конкурентоспособности фирмы, товаров; - участие в сбытовой деятельности организации</p>	<p>1. Экспертная оценка выполнения практических работ. 2. Экспертная оценка отчета по производственной</p>

		енной практике.
<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>	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация навыков применения методов и приемов АФХД; - демонстрация умений соблюдения требований к оформлению и составлению финансовых документов; - осуществление денежных расчетов с покупателями 	<p>1. Экспертная оценка выполнения практических работ.</p> <p>2. Экспертная оценка отчета по производственной 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
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	<p>демонстрация интереса к будущей профессии:</p> <ul style="list-style-type: none"> - создание портфолио студента 	Анализ портфолио студента
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация способности выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач; 	Экспертная оценка выполнения практических работ

	<ul style="list-style-type: none"> - оценка эффективности и качества выполнения задания руководителя 	
--	---	--

<p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность</p>	<p>- демонстрация способности выбора и применения методов и способов решения ситуационных задач</p>	<p>Наблюдение и оценка способности к принятию решений в образовательном процессе</p>
<p>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и</p>	<p>- эффективный поиск информации, необходимой для успешного прохождения производственной практики на предприятии; - использование различных</p>	<p>Анализ отчета студента по производственной практике</p>
<p>личностного развития</p>	<p>источников по теме модуля, включая электронные и СМИ</p>	<p>Анализ портфолио студента</p>
<p>ОК 5. Использовать информационнокоммуникационные технологии в профессиональной деятельности</p>	<p>- демонстрация способности использовать современные информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности</p>	<p>Наблюдение и оценка способности в образовательном процессе, анализ отчета студента по производственной практике</p>
<p>ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями</p>	<p>- взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения и прохождения производственной практики; - проявление взаимной поддержки, делового партнерства</p>	<p>Наблюдение и оценка способности работать в команде; отчет по производственной практике</p>
<p>ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься</p>	<p>- формулирование целей и задач профессионального и личностного развития</p>	<p>Наблюдение и оценка способности к самообразованию в образовательном процессе</p>

самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации		
ОК 10. Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация способности логически верно и аргументировано изъясняться; - демонстрация умения ясно излагать устную и письменную речь 	<p>Экспертная оценка выполнения практических работ, промежуточная</p> <p style="text-align: center;">и</p> <p>итоговая государственная аттестация</p>
ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требований стандартов, технических условий	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация умения применять законодательные акты, нормативные и методические материалы, а также требования стандартов, технических условий 	<p>Экспертное наблюдение оценок практических</p> <p style="text-align: right;">и</p> <p>занятиях, процесс производственно на практике; экспертная оценка и портфолио студента</p>