

**Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение  
«Областной многопрофильный техникум»**

**Рабочая программа  
профессионального модуля**

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

**по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям)**

**Вознесенское  
2020г.**

РАССМОТРЕНО  
на заседании методической комиссии  
по программам подготовки специалистов  
среднего звена

Председатель Номф. Кошечкина Е.Г.  
Протокол № 1 от 31 августа 2020г.

Разработчик:

Парусова Галина Николаевна – преподаватель ГБПОУ Областной многопрофильный техникум, высшая квалификационная категория

Организация – разработчик: Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Областной многопрофильный техникум»

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

## СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
<b>1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	4
<b>2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	7
<b>3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	9
<b>4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	31
<b>5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)</b>	33

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

### 1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД):

**Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

- 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 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 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;

### 1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения 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 организации 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;
- этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом.

**1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:**  
максимальной учебной нагрузки обучающегося по ПМ - 450 часов, включая:  
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 324 часа;  
самостоятельной работы обучающегося – 126 часов;  
учебной практики – 36 часов  
производственная практика – 36 часов.

**Виды итоговой аттестации (согласно учебного плана по специальности):**

МДК 02.01, МДК.02.02 – комплексный дифференцированный зачет

МДК.01.03 - дифференцированный зачет

УП.01 - ДЗ (дифференцированный зачет)

ПП.01 - ДЗ (дифференцированный зачет)

ПМ.01 - Э(К) (экзамен квалификационный)

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности **Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности**, в том числе профессиональными (ПК):

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 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 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

и общими (ОК) компетенциями

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, аргументированно 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 компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов <i>(макс. учебная нагрузка и практики)</i>	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов <i>(если предусмотрена рассредоточенная практика)</i>
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 2.1 – 2.4	МДК 02.01 Финансы, налоги и налогообложение	126	84	40	-	42	-		
ПК 2.1 – 2.4, 2.9,	МДК 02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности	126	84	40	-	42	-		
ПК 2.5- 2.8	МДК. 02.03 Маркетинг	126	84	40	20	42	-		
ПК 2.1 – 2.9	Учебная практика, часов	36						36	
ПК 2.1 – 2.9	Производственная практика (по профилю специальности), часов	36							36
	Всего:	450	252	120	20	126	-	36	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 работ (проект) (если предусмотрены)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
<b>ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности</b>		<b>450</b>	
<b>МДК.02.01. Финансы, налоги и налогообложение</b>		<b>126</b>	
<b>Тема 1. Деньги, денежное обращение, денежная система</b>		<b>Т/П/С 10/4/8</b>	
Тема 1.1. Сущность, функции и виды денег	<b>Содержание</b>		
	1. Происхождение денег, основные этапы эволюции денег. Функции и роль денег в условиях рыночных отношений. Деньги как средство обращения, накопления, платежа, мера стоимости, мировые деньги. Виды денег. Наличные деньги, безналичные деньги.	2	1
Тема 1. 2. Денежное обращение. Закон денежного обращения	<b>Содержание</b>		
	1. Понятие денежного обращения. Формы денежного обращения. Системы наличного и безналичного денежного обращения. Закон денежного обращения. Организация безналичных расчётов в РФ.	2	1
	2. <b>Практическая работа № 1</b> Оформление платежных документов	2	2
Тема 1.3. Денежная система и её типы	<b>Содержание</b>		
	1. Денежная система: понятие. Типы денежных систем. Биметаллизм. Монометаллизм. Денежная единица. Масштаб цен. Денежная система РФ.	2	1
Тема 1.4. Инфляция и формы её проявления.	<b>Содержание</b>		
	1. Понятие инфляции, причины её возникновения. Формы проявления. Последствия инфляции.	2	1
Тема 1.5. Виды и типы инфляции	<b>Содержание</b>		
	1. Типы инфляции: инфляция спроса, инфляция издержек. Виды инфляции. Оценка инфляции, индекс инфляции и покупательной способности денег.	2	1
	2. <b>Практическая работа № 2</b> Инфляция. Методы государственного регулирования, денежного обращения.	2	2
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа:</b> Выполнение домашних заданий по теме 1 (проработка конспектов занятий,	8	3

	учебной литературы, составление таблицы: «Меры борьбы с инфляцией», подготовка к практическому занятию). Подготовка докладов: «Из истории денег на Руси». «Из истории пластиковой карты», «Формы безналичных расчётов в РФ», «Современные технологии и инструменты безналичных расчётов»		
<b>Тема 2. Финансы и финансовая система РФ</b>		<b>Т/П/С 10/14/10</b>	
Тема 2.1. Сущность и функции финансов. Финансовая система РФ.	<b>Содержание</b>		
	1. Сущность, назначение и роль финансов в современных экономических отношениях. Функции финансов. Накопительная функция финансов. Распределительная функция финансов. Контрольная функция финансов. Понятие и назначение финансовой системы. Устройство финансовой системы РФ. Элементы финансовой системы. Централизованные и децентрализованные финансы. Взаимосвязь элементов финансовой системы.	2	1
	2. <b>Практическая работа № 3</b> Финансы и финансовая система РФ	2	2
Тема 2.2. Управление финансами и финансовая политика.	<b>Содержание</b>		
	1. Управление финансами: понятие. Субъекты и объекты управления финансами. Органы, осуществляющие управление финансами в РФ, их функции. Понятие и назначение финансовой политики. Виды финансовой политики. Методы осуществления финансовой политики. Содержание, виды, формы и методы финансового контроля.	2	1
Тема 2.3. Государственный бюджет. Бюджетное устройство РФ.	<b>Содержание</b>		
	1. Понятие и функции государственного бюджета. Доходы и расходы государственного бюджета. Состояние государственного бюджета. Способы покрытия бюджетного дефицита. Бюджетное устройство РФ. Межбюджетные отношения. Формы межбюджетных отношений.	2	1
	2. <b>Практическая работа № 4</b> Анализ структуры государственного бюджета	2	2
Тема 2.4 Внебюджетные фонды.	<b>Содержание</b>		
	1. Понятие, назначение и состав внебюджетных фондов. Состав внебюджетных фондов РФ. Источники формирования средств внебюджетных фондов. Направления расходования внебюджетных фондов. Методика расчёта отчислений во внебюджетные фонды.	2	1

	2.	<b>Практическая работа №5</b> Расчет и уплата взносов в небюджетные фонды	2	2
Тема 2.5 Финансы организаций. Личные финансы	<b>Содержание</b>			
	1.	Содержание финансов коммерческих предприятий. Финансовые ресурсы коммерческих предприятий. Источники формирования ресурсов предприятия. Капитал и прибыль коммерческой организации. Финансовый анализ, планирование и прогнозирование. Финансовая политика компании. Понятие личные финансы. Особенности доходов и расходов отдельных групп населения.	2	1
	2.	<b>Практическая работа № 6</b> Баланс денежных доходов и расходов отдельных групп населения.	2	2
	3.	<b>Практическая работа № 7</b> Принципы и факторы, влияющие на организацию финансов	2	2
	4.	<b>Практическая работа № 8</b> «Расчет чистой прибыли по организациям различных форм собственности»	2	2
	5.	<b>Практическая работа № 9</b> Распределение прибыли по организациям различных форм собственности	2	2
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа:</b> Выполнение домашних заданий по теме 2 (проработка конспектов занятий, учебной литературы, составление таблицы: ««Органы управления финансами в РФ и их задачи», подготовка к практическому занятию). Решение задач на определение состояния государственного бюджета, размера бюджетных дотаций, субсидий, субвенций. Составить конспект по теме: «Государственный кредит»,		10	3
<b>Тема 3.</b> <b>Основы налогообложения в Российской Федерации</b>			<b>Т/П/С</b> <b>2/-/6</b>	
Тема 3.1.Налоговая система Российской Федерации. Законодательство о налогах сборах. Налоговый контроль и ответственность за налоговое правонарушение.	<b>Содержание</b>			
	1.	Роль налогов и сборов в формировании бюджетов всех уровней. Функции налогов, принципы налогообложения, классификация налогов, элементы налогообложения. Порядок применения законов и нормативных правовых актов.	2	1

	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа:</b> Схематичное представление содержания Налогового Кодекса Российской Федерации. Изучение статей Налогового кодекса РФ. Доклады: Задачи и функции налоговых органов Организация государственной налоговой службы.	6	3
<b>Тема 4. Федеральные налоги и сборы</b>		<b>Т/П/С 14/22/12</b>	
Тема 4.1 Налог на добавленную стоимость	<b>Содержание</b>		
	1. Экономическое содержание налога. Налогоплательщики. Объект налогообложения и налоговая база. Налоговые ставки. Налоговый и отчетный периоды. Порядок исчисления налога. Порядок оформления счета – фактуры, книги покупок, книги продаж. Налоговые вычеты по НДС. Расчет суммы налога, подлежащего уплате в бюджет. Сроки уплаты НДС.	2	1
	2. <b>Практическое занятие №10</b> «Решение практических заданий по расчету суммы НДС». «Расчеты налоговой базы и сумма налоговых вычетов по НДС».	2	2
	3. <b>Практическое занятие №11</b> «Расчет суммы НДС к уплате в бюджет».	2	2
	4. <b>Практическое занятие №12</b> «Формирование налоговой декларации по НДС».	2	2
	5. <b>Практическое занятие №13</b> «Расчет суммы акциза, подлежащей уплате в бюджет»	2	2
Тема 4.2 Налог на прибыль предприятий	<b>Содержание:</b>		
	1. Экономическое содержание налога. Налогоплательщики. Объект налогообложения и налоговая база. Налоговые ставки. Налоговый и отчетный периоды. Классификация доходов организации. Доходы, не учитываемые при определении налоговой базы. Группировка расходов организации, учитываемых при формировании налоговой базы по налогу на прибыль организации. Расходы организации, не учитываемые в целях налогообложения прибыли.	2	1
	2. <b>Практическое занятие №14</b> «Решение практических заданий по определению доходов организации в целях налогообложения прибыли».	2	2
	3. <b>Практическое занятие №15</b> «Решение практических заданий по расчету расходов организации при формировании налоговой базы по налогу на прибыль». Решение практических заданий по расчету налоговой базы и суммы налога на прибыль».	2	2

	4.	<b>Практическое занятие №16</b> «Формирование налоговой декларации по налогу на прибыль».	2	2
	5.	<b>Практическое занятие №17</b> «Изучить ПБУ о доходах и расходах организации. Сделать классификацию доходов соответствии со статьями 248-250 НК РФ».	2	2
Тема 4.3 Налог на доходы физических лиц (НДФЛ)		<b>Содержание:</b>		
	1.	Экономическое содержание налога. Налогоплательщики. Объект налогообложения и налоговая база. Доходы, не подлежащие налогообложению. Налоговые ставки. Налоговый и отчетный периоды. Классификация налоговых вычетов по НДФЛ. Стандартные налоговые вычеты. Социальные налоговые вычеты. Имущественные вычеты. Профессиональные налоговые вычеты. Порядок определения суммы налога, подлежащего уплате в бюджет. Сроки уплаты НДФЛ.	2	2
	2.	<b>Практическое занятие №18</b> «Решение практических заданий по расчету суммы налога на доходы физических лиц».	2	2
	3.	<b>Практическое занятие №19</b> «Решение задач на определение налоговой базы с учетом системы вычетов. Ознакомление с реквизитами декларации и её содержанием».	2	2
	4.	<b>Практическое занятие №20</b> «Расчет НДФЛ. Заполнение декларации НДФЛ в программе xls».	2	2
		<b>Внеаудиторная самостоятельная работа:</b> Изучить порядок применения стандартных, социальных, имущественных и профессиональных вычетов. Работа с опорным конспектом, специальной литературой. Работа в сети Интернет.	4	3
Тема 4.4. Страховые взносы		<b>Содержание:</b>		
	1.	Экономическая сущность страховых взносов. Реформирование системы социальных взносов в РФ, ЕСН. Страховые взносы в ПФР, ФСС, ФОМС.	2	2
		<b>Внеаудиторная самостоятельная работа:</b> Изучить состав доходов физических лиц в целях налогообложения. Выполнение практического задания по теме «Страховые взносы».	4	3
Тема 4.5. Налог на добычу полезных ископаемых		<b>Содержание:</b>		
	1.	Законодательная база. Налогоплательщики. Объект налогообложения. Налоговая база, ставки, период. Расчет налога.	2	1
Тема 4.6. Сборы за пользование объектами животного мира и водных биологических ресурсов		<b>Содержание:</b>		
	1.	Основные элементы сборов за пользование объектами животного мира и объектами водных биологических ресурсов.	2	1
Тема 4.7. Государственные и		<b>Содержание:</b>		

таможенные пошлины	1.	Сущность государственной пошлины. Плательщики. Размеры государственной пошлины по делам, рассматриваемым в судах общей юрисдикции, мировыми судьями, в арбитражных судах. Сущность и методику расчета таможенной пошлины и сборов	2	1
	<b>Внеаудиторная самостоятельная работа:</b> Выписать из НК РФ размеры государственной пошлины за совершение юридических действий. Ознакомиться с содержанием таможенного кодекса. Законспектировать статью 333 НК РФ.		4	3
<b>Тема 5. Налоги субъектов федерации (региональные налоги)</b>			<b>Т/П/С</b> <b>4/-/2</b>	
Тема 5.1. Транспортный налог		<b>Содержание</b>		
	1.	Структура банковской системы РФ. ЦБ РФ и его функции. Коммерческие банки, их виды, функции. Операции коммерческого банка.	2	1
Тема 5.2. Налог на имущество организаций		<b>Содержание</b>		
	1.	Понятие кредитов и их экономическая сущность, формы и виды кредитов. Банковские кредиты, как одна из основных форм заемных средств для предприятия и их классификация. Объекты и принципы банковского кредитования. Этапы кредитного процесса. Коммерческий кредит, его экономическая суть и значение в деятельности предприятия.	2	1
		<b>Внеаудиторная самостоятельная работа:</b> Доклад: Налоговая реформа России.	2	3
<b>Тема 6. Местные налоги</b>			<b>Т/П/С</b> <b>4/-/4</b>	
Тема 6.1. Земельный налог		<b>Содержание</b>		
	1.	Состав и структура налоговой системы РФ. Нормативно-правовая база налоговой системы РФ. Понятие налогов, их функции и классификация. Субъекты налоговых отношений РФ, их права и обязанности.	2	1
Тема 6.2. Налог на имущество физических лиц.		<b>Содержание</b>		
	1.	Категории налогоплательщиков. Объект налогообложения. Ставки. Стандартные, социальные, имущественные и профессиональные налоговые вычеты.	2	1
		<b>Внеаудиторная самостоятельная работа:</b> Доклады: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Налог на имущество, переходящий в порядке наследования</li> <li>• Федеральная служба налоговой полиции</li> <li>•</li> </ul>	4	3

<b>МДК. 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности</b>		<b>126</b>	
<b>Введение</b>	Содержание дисциплины, её задачи, связь с другими дисциплинами, с теорией и практикой рыночной экономики. Значение дисциплины для подготовки специалистов в условиях многообразия и равноправия различных форм собственности.	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Раздел 1 Теория экономического анализа</b>		<b>Т/П/С 2/2/2</b>	
<b>Тема 1.1 Содержание и задачи анализа финансово-хозяйственной деятельности</b>	Цели и задачи курса АФХД. Краткая характеристика развития анализа финансово-хозяйственной деятельности в России. Взаимосвязь финансово-хозяйственного анализа и смежных наук. Общая схема экономического анализа деятельности организации. Классификация видов экономического анализа, содержание, задачи и методика проведения текущего анализа. Краткая характеристика видов экономического анализа.	<b>2</b>	<b>1</b>
	<b>Практическая работа №1</b> «Методы факторного детерминированного анализа: цепные подстановки, абсолютные и относительные различия»	<b>2</b>	<b>2</b>
	<b>Самостоятельная работа студента:</b> изучение конспектов, изучение материалов по учебнику Пястолов С.М. «Анализ финансово-хозяйственной деятельности» стр:16-22	<b>2</b>	<b>3</b>
<b>Раздел 2 Организация и информационное обеспечение анализа хозяйственной деятельности</b>		<b>Т/П/С 2/-/2</b>	
<b>Тема 2.1 Планирование аналитической работы. Информационное и методологическое обеспечение анализа</b>	Понятие экономической информации; основные требования к экономической информации: достоверность, актуальность, оперативность, точность. Виды источников информации. Приемы экономического анализа, их классификация и краткая характеристика. Методы экономического анализа, их особенности, краткая характеристика и область применения традиционных методов экономического анализа.	<b>2</b>	<b>1</b>
	<b>Самостоятельная работа студента:</b> изучение конспектов, изучение материалов по учебнику Пястолов С.М. «Анализ финансово-хозяйственной деятельности» стр:29-35	<b>2</b>	<b>3</b>
<b>Раздел 3 Анализ хозяйственной деятельности предприятия</b>		<b>Т/П/С 30/24/8</b>	
<b>Тема 3.1 Анализ производства и реализации продукции. Анализ ассортимента и структуры продукции. Анализ качества продукции</b>	Анализ объема производства продукции по стоимостным показателям. Зависимость между производственным снабжением, процессом производства и реализацией готовой продукции. Показатели объема реализации продукции; оценка динамики реализации продукции организации; факторы, влияющие на объем реализации. Резервы увеличения объема реализации, повышения конкурентоспособности продукции организации.	<b>2</b>	<b>1</b>
	Анализ производства продукции в натуральном выражении (ассортимент, структура). Анализ ритмичности производства, качества продукции.	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Тема 3.2 Анализ состояния и эффективного использования</b>	Цели, задачи, источники анализа. Анализ движения основных средств. Анализ состава и структуры основных средств, их состояния. Оценка технического состояния основных средств.	<b>2</b>	<b>1</b>
	Показатели эффективности использования основных средств. Анализ эффективности использования основных средств.	<b>2</b>	<b>1</b>



<b>производственных фондов</b>	Оценка влияния экстенсивного и интенсивного использования средств труда на приращение объема производства и реализации продукции. Резервы повышения эффективности использования основных средств.	2	1
<b>Тема 3.3 Задачи анализа использования материальных ресурсов, источники информации. Эффективность использования.</b>	Анализ объема, ритмичности, комплексности поставок. Изучение причин невыполнения договорных обязательств поставщиками. Анализ использования сырья и материалов в производстве, соблюдения норм расхода.	2	1
	Показатели эффективности использования предметов труда: материалоотдача, материалоемкость, их расчет.	2	1
<b>3.4 Анализ обеспеченности предприятия материальными ресурсами: трудовыми</b>	Основные направления экономии материальных ресурсов. Оценка влияния экстенсивности и интенсивности использования материальных ресурсов на приращение объема выпуска продукции. Цели, задачи, источники анализа. Анализ численности, состава, структуры кадров и уровня их квалификации. Анализ движения рабочей силы. Изучение форм, динамики и причин движения рабочей силы.	2	1
	Анализ производительности труда. Выявление резервов повышения производительности труда и их влияние на увеличение объема производства и реализации продукции. Анализ использования рабочего времени. Оценка влияния производительности труда на прирост объема производства.	2	1
<b>3.5 Анализ фонда заработной платы</b>	Значение и задачи анализа. Определение абсолютного и относительного отклонения по фонду заработной платы. Причины изменения переменной и постоянной заработной платы. Анализ уровня оплаты труда персонала предприятия .	2	1
<b>3.6 Анализ общей суммы затрат на производство продукции. Анализ затрат на рубль произведенной продукции.</b>	Внешние и внутренние факторы, влияющие на себестоимость продукции. Факторный анализ себестоимости продукции. Взаимосвязь затрат на производство, объема реализации и прибыли. Методы расчета порога рентабельности (критической точки реализации). Определение и оценка показателей себестоимости продукции.	2	1
	Расчет структуры затрат. Анализ себестоимости по отдельным статьям и элементам затрат. Резервы снижения себестоимости продукции.	2	1
<b>3.7 Анализ финансовых результатов от реализации продукции, работ, услуг. Анализ рентабельности предприятия</b>	Формирование и расчет показателей прибыли от продаж, прибыли до налогообложения, чистой прибыли. Анализ и оценка динамики, уровня и структуры прибыли. Экономические факторы, влияющие на величину прибыли. Факторный анализ прибыли от продаж, прибыли до налогообложения.	2	1
	Система показателей рентабельности, их характеристика и факторный анализ рентабельности. Резервы увеличения прибыли, повышения рентабельности	2	1
<b>3.8 Анализ состава и динамики прибыли</b>	Задачи и источники анализа финансовых результатов деятельности предприятия. Анализ состава и динамики прибыли предприятия.	2	1
	<b>Практическая работа №2 «Анализ производства и реализации продукции»</b>	2	2

	<b>Практическая работа №3</b> «Анализ качества продукции и ритмичности выпуска»	2	2
	<b>Практическая работа № 4</b> «Анализ эффективности использования основных производственных фондов»	2	2
	<b>Практическая работа №5</b> «Анализ наличия и движения основных производственных фондов, расчет коэффициентов»	2	2
	<b>Практическая работа № 6</b> «Анализ эффективности использования материальных ресурсов»	2	2
	<b>Практическая работа № 7</b> «Анализ производительности труда и трудоемкости»	2	2
	<b>Практическая работа №8</b> «Анализ фонда заработной платы»	2	2
	<b>Практическая работа № 9</b> «Анализ общей суммы затрат на производство продукции»	2	2
	<b>Практическая работа № 10</b> «Анализ затрат на рубль произведенной продукции»		2
	<b>Практическая работа № 11</b> «Анализ финансовых результатов от реализации продукции»	2	2
	<b>Практическая работа № 12</b> «Анализ рентабельности предприятия»	2	2
	<b>Практическая работа № 13</b> Анализ влияния уровня рентабельности отдельных видов продукции на изменение рентабельности объема продаж.	2	2
	<b>Самостоятельная работа студентов:</b> изучение конспектов, изучение материалов по учебнику Пястолов С.М. «Анализ финансово-хозяйственной деятельности» стр:36-140	8	3
<b>Раздел 4 Финансовый анализ организации</b>		<b>Т/П/С 6/14/8</b>	
<b>Тема 4.1 Анализ структуры бухгалтерского анализа</b>	Выявление «больных» статей отчетности. Анализ имущественного положения. Оценка структуры, состава и динамики собственных оборотных средств. Система показателей, характеризующих финансовое состояние. Экспресс-анализ финансового состояния. Этапы экспресс-анализа. Детализированный анализ финансового состояния, его цель, основные этапы.	2	1
	Расчет, анализ и оценка показателей финансовой устойчивости организации. Характеристика типов финансовой устойчивости.	2	1
<b>Тема 4.2 Анализ платежеспособности предприятия на основе показателей ликвидности бухгалтерского баланса</b>	Понятие ликвидности организации, ликвидности активов, платежеспособности организации. Анализ финансовых коэффициентов и их группировка по экономическому смыслу.	2	1
	<b>Практическая работа №14</b> «Анализ и оценка бухгалтерского баланса»	2	2
	<b>Практическая работа №15</b> «Расчет показателей финансовой устойчивости»	2	2
	<b>Практическая работа №16</b> «Анализ ликвидности бухгалтерского баланса»	2	2
	<b>Практическая работа №17</b> «Расчет и оценка финансовых коэффициентов платежеспособности»	2	2
	<b>Практическая работа №18</b> «Оценка типа финансовой устойчивости на основе трехкомпонентного показателя»	2	2
	<b>Практическая работа №19</b> «Обобщающая оценка финансового состояния организации»	2	2
	<b>Практическая работа № 20</b> «Анализ движения денежных средств по данным отчетности»	2	2
<b>Самостоятельная работа студентов:</b> изучение конспектов, изучение материалов по учебнику	8	3	

Пястолов С.М. «Анализ финансово-хозяйственной деятельности» стр:141-204		
<p><b>Индивидуальная самостоятельная работа (в виде рефератов):</b></p> <p>Понятие экономического анализа: цель, сущность, задачи, функции.  Место экономического анализа в системе экономической науки в целом.  Роль экономического анализа в управлении производством.  Развитие экономического анализа деятельности предприятий в условиях укрепления рыночных отношений.  Анализ в системе маркетинга.  Анализ технико-организационного уровня и других условий производства.  Значение факторного анализа.  Оценка эффективности инвестиций.  Пути финансового оздоровления субъектов хозяйствования.  Методы диагностики вероятности банкротства.  Основные источники капитала, порядок его формирования и размещения.  Комплексная оценка резервов производства.  Система комплексного экономического анализа и повышение эффективности хозяйственной деятельности.  Анализ уровня использования производственного потенциала хозяйствующего субъекта.  Методы анализа финансового состояния коммерческих организаций.  Информационное обеспечение экономического анализа.  Роль экономического анализа в информационном обеспечении управления.  Анализ и управление затратами.  Анализ международных экономических отношений.  Анализ участия России во внешнеторговом обороте.  Роль анализа и диагностики в обеспечении эффективности национальной экономики.  Анализ факторов влияния на повышение эффективности производственной и хозяйственной деятельности предприятий.  Влияние внешнеэкономических связей на состояние национальной экономики.  Влияние равномерности и ритмичности производства на выполнение договорных обязательств предприятия.  Анализ обновления продукции (работ, услуг).  Критический объем продаж и запас финансовой прочности. Эффект производственного рычага для прогнозирования прибыли от продаж.  Особенности внутрипроизводственного анализа.  Анализ использования машин и оборудования.  Анализ интенсивности использования материальных ресурсов.  Статистические приемы используемые в анализе.  Экспертные приемы в анализе.  Организация аналитической работы на предприятии.  Экономико-математические приемы анализа показателей при стохастических связях.  Анализ выполнения договорных обязательств (плана продаж) по объему и ассортименту.</p>	<b>22</b>	3
<b>Комплексный дифференцированный зачет</b>	<b>2</b>	3

<b>МДК 02.03. Маркетинг</b>		<b>126</b>	
<b>Тема 1.1. Структура маркетинговой деятельности и классификация маркетинга</b>	<p><b>Содержание:</b></p> <p><u>Классический комплекс маркетинга</u> Классический комплекс маркетинга. Ключевые элементы: товар, цена, сбыт, стимулирование; понятие, назначение.</p> <p><u>Составляющие элементы структуры маркетинговой деятельности</u> Составляющие элементы структуры 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> <p><u>Основные виды маркетинга</u> Основные виды маркетинга по сфере применения: микро-, макро-, мета-, микс-, социальный маркетинг; по приоритетности задач: дифференцированный, недифференцированный, функциональный, товарно-ориентированный, потребительно-ориентированный, интегрированный и концентрированный. Классификационные признаки</p> <p><u>Группы маркетинга</u> Группы маркетинга в зависимости от широты охвата рынка: массовый, сегментированный и множественный. Краткая характеристика отдельных видов маркетинга</p>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Тема 1.2. Сегментирование рынка</b>	<p><b>Содержание:</b></p> <p><u>Сегмент и ниша рынка</u> Основные понятия: сегментирование, сегмент и ниша рынка. Назначение сегментирования</p> <p><u>Признаки сегментирования рынка</u> Признаки сегментирования потребительского рынка: географические, демографические, социально-экономические, психографические, поведенческие</p> <p><u>Критерии выбора сегмента рынка</u> Критерии выбора сегмента рынка: количественные параметры, доступность сегмента для предприятия, существенность сегмента, прибыльность, совместимость с рынком основных конкурентов, эффективность работы на выбранный сегмент рынка, защищенность выбранного сегмента от конкуренции</p> <p><u>Позиционирование товара</u> Позиционирование товара: понятие, назначение, условия правильного позиционирования товара на рынке, альтернативные способы позиционирования товаров</p>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Тема 1.3. Объекты и</b>	<b>Содержание:</b>		

<p><b>субъекты маркетинговой деятельности</b></p>	<p><u>Объекты маркетинговой деятельности.</u>  Объекты маркетинговой деятельности: нужда, потребность, спрос. Определение понятий, их общность и различия  <u>Классификация потребностей</u>  Классификация потребностей: физиологические, социальные, психические, интеллектуальные и духовные; приоритетность потребностей. Краткая характеристика отдельных видов и разновидностей потребностей  <u>Виды спроса</u>  Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия при разных видах спроса  <u>Типы маркетинга в зависимости от вида спроса</u>  Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий  <u>Субъекты маркетинговой деятельности</u>  Субъекты маркетинговой деятельности: юридические и физические лица, осуществляющие маркетинговую деятельность  <u>Службы и отделы маркетинга в организациях</u>  Службы и отделы маркетинга в организациях, специализированные маркетинговые организации (фирмы). Положение об отделе маркетинга. Требования к специалисту по маркетингу .  Нормативные документы, регламентирующие указанные требования  <u>Организационная структура управления маркетингом</u>  Организационная структура управления маркетингом: функциональная, товарно-функциональная, рыночно-функциональная и др. Взаимосвязь отдела маркетинга с руководством, другими структурными подразделениями организации (бухгалтерией, финансово-экономическими службами и др.)  <u>Международные и национальные организации по маркетингу</u>  Международные и национальные организации по маркетингу. Потребители: понятие, различие понятий в российских и международных нормативных документах</p>	<p>2</p>	<p>1</p>
<p><b>Тема 1.4. Окружающая</b></p>	<p><b>Содержание:</b></p>		

<p><b>среда маркетинга</b></p>	<p><u>Окружающая среда маркетинга</u>  Окружающая среда маркетинга: понятие, виды; факторы, формирующие ОС  <u>Микросреда маркетинга</u>  Микросреда маркетинга: понятие. Субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду организации  <u>Макросреда маркетинга</u>  Макросреда маркетинга: понятие. Субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие макросреду организации  <u>Разновидности макросреды</u>  Разновидности макросреды: демографическая, социальная, экономическая, природная, конкурентная, правовая, научно-техническая (технологическая) культурная.  <u>Макросреда и конъюнктура рынка</u></p>	<p>2</p>	<p>1</p>
<p><b>Тема 1.5. Конкурентная среда</b></p>	<p><b>Содержание:</b>  <u>Конкурентная среда. Основные понятия</u>  Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров, конкурентные преимущества  <u>Конкуренция</u>  Конкуренция: обоснование необходимости в рыночных условиях, виды, их характерные признаки.  <u>Конкурентная среда</u>  Конкурентная среда: характерные черты, условия возникновения, способы создания и поддержания  <u>Антимонопольное законодательство</u>  Антимонопольное законодательство. Государственная поддержка малого предпринимательства  <u>Конкурентоспособность организаций и товаров</u>  Конкурентоспособность организаций и товаров: критерии оценки, их конкурентные преимущества</p>	<p>2</p>	<p>1</p>
<p><b>Тема 1.6. Ценовая политика фирмы</b></p>	<p><b>Содержание:</b>  <u>Ценовая политика</u>  Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Цели, задачи и направления формирования цен  <u>Назначение и классификация цен</u>  Назначение цен в маркетинге. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Факторы, влияющие на формирование цен  <u>Стратегия ценообразования</u>  Стратегия ценообразования: формулирование целей, определение последовательности реализации целей. Особенности стратегии ценообразования на новые и известные товары  <u>Виды цен, характерные для разных стратегий</u>  Виды цен, характерные для разных стратегий, основания для выбора стратегий ценообразования</p>	<p>2</p>	<p>1</p>
<p><b>Тема 1.7. Сбытовая</b></p>	<p><b>Содержание:</b></p>		

<p><b>политика фирмы</b></p>	<p><u>Сбытовая политика</u>  Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товаров, сбытовая политика. Цели, задачи и основные направления сбытовой политики  <u>Виды и средства сбыта.</u>  Средства сбыта: каналы распространения, распределения, их виды (прямые, косвенные, смешанные), ширина, функции, уровни, их возможности  <u>Системы и каналы сбыта</u>  Критерии выбора каналов сбыта. Системы сбыта  <u>Торговые посредники</u>  Торговые посредники: виды и типы. Краткая характеристика посредников разных типов. Факторы, влияющие на выбор посредников  <u>Анализ и оценка эффективности сбытовой политики</u></p>	<p>2</p>	<p>1</p>
<p><b>Тема 1.8. Жизненный цикл товара</b></p>	<p><b>Содержание:</b>  <u>Понятие товара</u>  Маркетинговое понятие товара  <u>Товар – средство удовлетворения потребностей</u>  Товар как важнейшее средство удовлетворения потребностей  <u>Жизненный цикл товара</u>  ЖЦТ, его основные этапы  <u>ЖЦТ разных групп</u>  Специфика ЖЦТ разных групп  <u>Разработка новых товаров</u>  Разработка новых товаров в организациях производителей: обоснование необходимости, этапы  <u>Уровни товара</u>  Уровни товара и его подкрепление</p>	<p>2</p>	<p>1</p>
<p><b>Тема 1.9. Методы и</b></p>	<p><b>Содержание:</b></p>		

<p><b>средства маркетинга</b></p>	<p><u>Методы маркетинга</u>  Классификация методов маркетинга. Методы изучения рынка. Назначение, разновидности методов, их возможности, достоинства и недостатки  <u>Методика проведения наблюдений и опросов</u>  Методика проведения наблюдений и опросов, виды и разновидности опросов  <u>Методы формирования спроса и стимулирования сбыта</u>  Методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОСТИСС): виды, назначение  <u>Информационные методы</u>  Информационные методы: реклама, пропаганда, консультации  <u>Личная продажа, моральное и материальное стимулирование</u>  Личная продажа, моральное и материальное стимулирование, публич рилейшенз (PR); возможности, достоинства и недостатки  <u>Аналитические методы и методы прогнозирования</u>  Аналитические методы: анализ и оценка окружающей среды, анализ поведения потребителей. Методы прогнозирования потребностей на рынке: назначение, разновидности, возможности  <u>Классификация средств маркетинга</u>  Классификация средств маркетинга: средства удовлетворения потребностей; средства стимулирования сбыта</p>	<p>2</p>	<p>1</p>
<p><b>Тема 1.10. Реклама</b></p>	<p><b>Содержание:</b>  <u>Реклама</u>  Реклама: понятие, назначение. Цели, задачи и функции рекламы. Требования к рекламе. Правовые основы рекламной деятельности  <u>Классификация рекламы</u>  Классификация рекламы по характеру, форме информации, назначению и носителям рекламной информации.  <u>Рекламная кампания фирмы</u> .  Рекламная кампания фирмы Выбор видов и носителей рекламы. Организация рекламной кампании.  <u>Структура и правила рекламы</u>  Структура рекламы . Правила рекламы. Модель потребительского восприятия рекламы  <u>Эффективность рекламы</u>  Эффективность рекламы разных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Методы оценки эффективности рекламы</p>	<p>2</p>	<p>1</p>
<p><b>Тема 1.11.</b></p>	<p><b>Содержание:</b></p>		



<p><b>Маркетинговые исследования рынка</b> <b>Стратегия и планирование маркетинга</b></p>	<p><u>Маркетинговые исследования</u> Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты. Особенности маркетинговых исследований. Виды исследований <u>Схема маркетинговых исследований</u> Схема маркетинговых исследований: установление проблемы и формулирование целей исследования, сбор, анализ информации, оценка результатов, применение полученных результатов для принятия решений <u>Маркетинговая информация</u> Маркетинговая информационная система (МИС). Использование бухгалтерской отчетности, отчетов менеджеров, других структурных подразделений при сборе маркетинговой информации <u>Маркетинговые исследования товарных рынков</u> Маркетинговые исследования товарных рынков: определение емкости, конъюнктурные и прогностические исследования, исследования конкурентной среды, выявление потребностей и средств для их удовлетворения, определение каналов товародвижения и сбыта <u>Значение маркетинговых исследований</u> Значение маркетинговых исследований для определения специфики отдельных сегментов товарного рынка, для оптимизации ассортимента товаров, повышения их качества, разработки сбалансированного перечня информационных и сервисных услуг. <u>Стратегия и планирование маркетинга</u> Стратегическое планирование. Определение корпоративной миссии. Стратегические бизнес-единицы (СБЕ). Бизнес-миссия. SWOT-анализ. Сущность и содержание маркетингового плана</p>	<p>2</p>	<p>1</p>
<p><b>Практические работы</b></p>	<p>№1. Разработка маркетинговых мероприятий для различных видов спроса №2. Анализ рыночной конъюнктуры №3. Исследование влияния факторов макросреды на развитие рынка №4. Разработка анкет для сбора данных №5. Сегментация рынка по продукту №6. Оценка конкуренции и конкурентоспособности фирмы на рынке №7. Оценка конкурентоспособности товара на базе исследуемых параметров продукции №8. Создание товарной марки №9. Анализ ассортиментной политики фирмы №10. Разработка стратегии позиционирования №11. Определение исходной цены товара №12. Детальная оценка посредника на товарном рынке №13. Разработка рекламной кампании №14. Разработка кампании прямой почтовой рассылки №15. Совершенствование организационной структуры управления службы маркетинга на предприятии №16. Распределение задач, прав и ответственности среди сотрудников службы маркетинга</p>	<p>2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2 2</p>	<p>2</p>

	№17. Продуктовые границы рынка товаров (услуг)	2	
	№18. Составление рекламных заголовков	2	
	№19 Составление должностной инструкции начальника отдела маркетинга	2	
	№20 Составление должностной инструкции менеджера по продажам и предпочтения	2	

<p><b>Курсовые работы</b>  <b>Примерная тематика курсовых работ</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие маркетинга, его цели принципы и функции.</li> <li>2. Исторический аспект развития маркетинговых концепций.</li> <li>3. Основные маркетинговые концепции: сравнительный анализ.</li> <li>4. Маркетинговые исследования: цели проведения и использование результатов.</li> <li>5. Маркетинговые исследования и выявление целевого рынка товара Икс.</li> <li>6. Сегментация рынка и ее проведение.</li> <li>7. Информация для маркетингового исследования: источники и способы ее организации. 8. Конъюнктура рынка товара Икс и ее маркетинговое исследование.</li> <li>8. Маркетинговые исследования поведения индивидуальных потребителей.</li> <li>9. Маркетинговый анализ поведения промышленных потребителей.</li> <li>10. Стратегия разработки нового товара и ее этапы.</li> <li>11. Жизненный цикл товара и маркетинговая политика.</li> <li>12. Каналы сбыта и их организация.</li> <li>13. Сбытовая политика товаров производственного (потребительского) назначения.</li> <li>14. Продвижение продукции потребительского (производственного) назначения.</li> <li>15. Коммуникационная политика в отношении производственных (потребительских) товаров.</li> <li>16. Рекламная кампания: ее организация и проведение.</li> <li>17. Паблик рилейшнз в системе маркетинга.</li> <li>18. Транзитная реклама: ее особенности и эффективность.</li> <li>19. Стимулирование сбыта и его основные задачи.</li> <li>20. Задачи и политика ценообразования в реальных условиях рынка.</li> <li>21. Методы ценообразования в маркетинге: сравнительный анализ.</li> <li>22. Организация службы маркетинга на предприятии.</li> <li>23. Выбор и обоснование стратегии создания и выведения на рынок продукции производственного (потребительского) назначения.</li> <li>24. Маркетинг в сфере услуг и его особенности.</li> <li>25. Разработка маркетингового плана фирмы Икс по производству и реализации товара Игрек.</li> <li>26. Разработка проекта рекламной кампании фирмы Икс.</li> <li>27. Разработка плана мероприятий по участию фирмы Икс в выставке.</li> <li>28. Разработка плана мероприятий по участию фирмы Икс в презентации.</li> <li>29. Особенности становления и развития маркетинга в России.</li> <li>30. Особенности становления и развития рекламного рынка в России.</li> <li>31. Маркетинг во внешнеэкономической деятельности предприятия</li> </ol>	<p><b>20</b></p>	<p>3</p>
<p><b>Самостоятельная работа при изучении МДК</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Подготовка реферата «Возникновение маркетинга».</li> <li>2. Подготовка сообщения «Маркетинговые стратегии».</li> </ol>	<p><b>42</b></p>	<p>3</p>

<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Составление схемы «Рекламная деятельность».</li> <li>4. Подготовка презентации «Конкуренция».</li> <li>5. Составление анкеты для выявления предварительных требований потребителя.</li> <li>6. Доклад «Понятие товара, классификация ассортимента товаров в маркетинге».</li> <li>7. Подготовка реферата «Рекламная деятельность».</li> <li>8. Подготовка реферата «Сегментирование рынков».</li> <li>9. Подготовка сообщения «Позиционирование товаров».</li> <li>10. Составление схемы «Анализ методов продвижения».</li> <li>11. Составить анкету для проведения маркетингового исследования на любой выбранный товар</li> <li>12. Подготовка реферата «Классификация средств маркетинга».</li> <li>13. Конспект «Содержание и основные направления товарной политики в организации».</li> <li>14. Реферат «Понятия «торговая марка», «марочное название», «марочный знак», (эмблема)».</li> <li>15. Презентация «Упаковка: понятие, назначение. Роль упаковки, как инструмента маркетинга».</li> <li>16. Доклад «Формирование товарного ассортимента и управление им, факторы, влияющие на формирование ассортимента»</li> <li>17. Основные характеристики товарной номенклатуры: широта, глубина, насыщенность</li> <li>18. Презентация «Разработка нового товара, основные этапы создания».</li> <li>19. Реферат «Понятие жизненного цикла товара, этапы пребывания товара на рынке, характеристика каждого из них, маркетинговые решения на каждом этапе».</li> </ol> <p><b>Общие самостоятельные задания для всей группы</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Составление опорных схем, конспектов, графиков по темам.</li> <li>2) Изучение различных ценовых стратегий.</li> <li>3) Предварительная подготовка к практической работе по теме</li> <li>4) Изучение ФЗ-108 «О рекламе» от 18.07.95.</li> <li>5) Проведение SWOT-анализа.</li> <li>6) Изучение ФЗ «О защите прав потребителей»</li> </ol>		
<p><b>Примерная тематика домашних заданий</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Составить опорные конспекты, схемы и графики по темам: <ul style="list-style-type: none"> <li>- «Маркетинг и смежные дисциплины. Межпредметные связи»;</li> <li>- «Домаркетинговые и маркетинговые концепции»;</li> <li>- «Характеристика видов маркетинга»;</li> <li>- «Критерии сегментирования рынка»;</li> <li>- «Контролируемые и неконтролируемые факторы окружающей среды маркетинга»;</li> <li>- «Конкурентные стратегии»;</li> <li>- «Факторы, влияющие на выбор посредника»;</li> <li>- «Виды ЖЦТ»;</li> <li>- «Информационные методы маркетинга»;</li> </ul> </li> <li>2) Самостоятельное изучение темы «Различные стратегии ценообразования».</li> </ol>		3

<p>3) Организация рекламной кампании. Выбор медиа-средств для рекламы. Подготовка к практической работе.  4) Изучить Ф3-108 «О рекламе», подготовка к диф.зачету.  5) Провести SWOT-анализ предприятия (к диф.зачету)</p>		
<p><b>Дифференцированный зачет</b></p>	<p><b>2</b></p>	
<p><b>Учебная практика</b>  Виды работ:  Ознакомление с сущностью, функциями и ролью финансов в экономике.  Оформление финансовых документов и отчетов  Закрепление знаний финансирования и денежно-кредитной политики  Проведение и оформление денежных расчетов с покупателями  Закрепление знаний налогового законодательства.  Расчет основных налогов. НДС; Акцизы; Налог на прибыль организаций; Налог на доходы физических лиц;  Налог на добычу полезных ископаемых; Водный налог; Государственная пошлина; Экологические сборы и платежи; Налог на имущество предприятий; Транспортный налог; Земельный налог; Упрощенная система налогообложения; ЕНВД.  Выполнение анализа финансово-хозяйственной деятельности торговой организации.  Составление перечня финансово-хозяйственных документов, для выполнения анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности. Анализ динамики показателей финансово-хозяйственной деятельности. Оформление результатов анализа.  Закрепление знаний по организации маркетинговой деятельности на торговом предприятии.  Выявление потребностей (спроса) на товары и соответствующих типов маркетинга.  Реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка.  Составление проекта рекламных акций, компаний, других маркетинговых коммуникаций торговой организации. Овладение навыками проведения консультаций покупателей для продвижения товаров и услуг организации. Обоснование целесообразности выбора и применения маркетинговых коммуникаций..  Выполнение анализа работы отдела маркетинга организации: -анализ внутренней среды организации (взаимодействия с другими отделами).-анализ социально-экономической среды организации (выявление по уровню доходов потребителей и анализа суммы покупок).-анализ демографической среды (по полу и возрасту).-анализ конкурентной среды организации (выявление организаций конкурентов).  Оценка конкурентоспособности товаров по объемам продаж, а также потребительским и экономическим показателям.</p>	<p><b>36</b></p>	
<p><b>Производственная практика</b>  Виды работ:  1. Дать характеристику собственных источников.  2. Изучить и составить финансовый план предприятия: доходы и расходы.  3. Рассчитать сумму собственных источников.  4. Дать характеристику налогообложения предприятия: общий режим налогообложения («спецрежим: УСН, НВД»)  5. Изучить порядок заполнения и заполнить счет-фактуры, Книги покупок, Книги продаж.  6. Составить налоговую отчетность по НДС: карточку учета доходов физического лица и 2-НДФЛ.  7. Рассчитать и проанализировать начисления и оплаты обязательных страховых взносов во внебюджетные фонды.</p>	<p><b>36</b></p>	

<p>8. Изучить и провести анализ розничного товарооборота с учетом влияния факторов.</p> <p>9. Изучить и провести анализ состояния товарных запасов, товарооборачиваемости и поступления товаров.</p> <p>10. Изучить и провести анализ показателей по труду.</p> <p>11. Изучить и провести анализ издержек обращения в целом и по статьям.</p> <p>12. Изучить и провести анализ валового дохода с учетом влияния факторов.</p> <p>13 Изучить и провести анализ прибыли и рентабельности.</p> <p>Виды работ:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ознакомление и характеристика с видами и методами изучения покупательского спроса в магазине.</li> <li>2. Порядок и подготовка анкет для проведения опроса потребителей.</li> <li>3. Характеристика и определение товарных групп, занимающих наибольший и наименьший удельный все и товарообороте.</li> <li>4. Выявление и анализ состояния спроса на товары определенных торговых марок, поставляемые различными предприятиями-поставщиками (изготовителями) или оптовой торговлей на примере 1-2 групп однородных товаров.</li> <li>5. Изучение, характеристика и анализ причин, влияющих на соотношение спроса и предложения товаров.</li> <li>6. Использование полученной информации по изучению спроса в работе магазина, в том числе при формировании ассортимента.</li> </ol>		
---	--	--

## 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебного кабинета маркетинга, бухгалтерского учета; финансов, налогов и налогообложения.

#### Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методических пособий;
- комплект учебно-наглядных пособий.

#### Технические средства обучения:

компьютер с лицензионным программным обеспечением, мультимедиа- проектор.

### 4.2. Информационное обеспечение обучения

#### Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

##### Основные источники:

##### *Учебники и учебные пособия:*

1. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие. М. В. Мельник, Е. Б. Герасимова. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2017.
2. Маркетинг. Е. Н. Кнышова. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2018.
3. Практикум по дисциплине «Маркетинг» для студентов СПО И.В.Скопина, Ю.О Бакланова (Учебное пособие) – Киров: Изд.ВятГУ, 2017.
4. Налоги и налогообложение: Учебник / Под ред. Д. Г. Черника. – 3-е изд. М.: МЦФЕР, 2018.
5. Финансы и кредит: Учебно-методический комплекс. Т. П. Николаева. – М.: Изд. центр ЕАОИ, 2017.
- 6.

##### Дополнительные источники:

1. Маркетинг: Учебное пособие. А. В. Лукина. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2019.
2. Налоги за 14 дней : экспресс-курс / С. С. Молчанов. – 9-е изд., перераб. и доп. – М.: Эксмо, 2017.
3. Экономический анализ: Учебное пособие, практикум, тесты. Г.В. Шадрина. Московский государственный университет экономики статистики и информатики. – М., 2017.

### 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), документационное обеспечение

управления, логистика, бухгалтерский учет, профессиональный модуль ПМ 01 «Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью».

#### **4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса**

**Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам):** высшее профессиональное образование, соответствующее профилю преподаваемого модуля.

**Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой:** требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих обучение по программе учебной практики и руководство практикой профессионального модуля ПМ 02. Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью.

Преподаватели:

- наличие высшего образования социально-экономического и гуманитарного профиля;
- опыт работы в торговых или производственно-коммерческих организациях не менее 3 лет;
- прохождение стажировки в торговых или производственно-коммерческих организациях не реже 1 раза в 3 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
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>- использование бухгалтерской отчетности для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности;</li> <li>- анализ расчетов, их обоснование;</li> <li>- участие в инвентаризации на предприятии;</li> <li>- осуществление учета товаров</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Тестирование.</li> <li>2. Экспертная оценка выполнения практических заданий на занятиях и/или экзамене.</li> <li>3. Экспертная оценка отчета по производственной практике.</li> </ol>
ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация умений соблюдения требований к оформлению и составлению необходимых документов;</li> <li>- демонстрация умений пользования автоматизированных систем с применением их в профессиональной деятельности</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Экспертная оценка выполнения практических заданий на занятиях и/или экзамене.</li> <li>2. Экспертная оценка отчета по производственной практике.</li> </ol>
ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов	<ul style="list-style-type: none"> <li>- демонстрация знаний и умений применять экономические методы в расчетах;</li> <li>- расчет и анализ микроэкономических показателей;</li> <li>- анализ рынков ресурсов</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Экспертная оценка выполнения практических работ.</li> <li>2. экспертная оценка отчета по производственной практике.</li> </ol>
ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату	<ul style="list-style-type: none"> <li>- идентификация основных экономических показателей предприятия;</li> <li>- демонстрация навыков расчета и анализа цены товара, заработной платы работников</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Экспертная оценка выполнения практических работ.</li> <li>2. Экспертная оценка отчета по производственной практике</li> </ol>
ПК 2.5. 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"> <li>- проведение маркетинговых исследований по выявлению потребностей и определению видов спроса и типов маркетинга;</li> <li>- участие в рекламной кампании предприятия с целью формирования спроса и</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Тестирование.</li> <li>2. Экспертная оценка выполнения практических работ.</li> <li>3. Экспертная оценка отчета по производственной</li> </ol>

	стимулирования сбыта	практике.
ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	- анализ маркетинговых коммуникаций и демонстрация навыков их использования	1. Экспертная оценка выполнения практических работ. 2. Экспертная оценка отчета по производственной практике.
ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	- проведение маркетинговых исследований рынка; - анализ результатов и разработка маркетинговых решений	1. Экспертная оценка отчета по производственной практике.
ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации	- проведение маркетинговых исследований на предмет конкурентоспособности фирмы, товаров; - участие в сбытовой деятельности организации	1. Экспертная оценка выполнения практических работ. 2. Экспертная оценка отчета по производственной практике.
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	- демонстрация навыков применения методов и приемов АФХД; - демонстрация умений соблюдения требований к оформлению и составлению финансовых документов; - осуществление денежных расчетов с покупателями	1. Экспертная оценка выполнения практических работ. 2. Экспертная оценка отчета по производственной практике.

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.

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	демонстрация интереса к будущей профессии: - создание портфолио студента	Анализ портфолио студента
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	- демонстрация способности выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач; - оценка эффективности и качества выполнения задания руководителя	Экспертная оценка выполнения практических работ

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	- демонстрация способности выбора и применения методов и способов решения ситуационных задач	Наблюдение и оценка способности к принятию решений в образовательном процессе
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	- эффективный поиск информации, необходимой для успешного прохождения производственной практики на предприятии; - использование различных источников по теме модуля, включая электронные и СМИ	Анализ отчета студента по производственной практике  Анализ портфолио студента
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	- взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения и прохождения производственной практики; - проявление взаимной поддержки, делового партнерства	Наблюдение и оценка способности работать в команде; отчет по производственной практике
ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	- формулирование целей и задач профессионального и личностного развития	Наблюдение и оценка способности к самообразованию в образовательном процессе
ОК 10. Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь	- демонстрация способности логически верно и аргументировано изъясняться; - демонстрация умения ясно излагать устную и письменную речь	Экспертная оценка выполнения практических работ, промежуточная и итоговая государственная аттестация
ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требований стандартов, технических условий	- демонстрация умения применять законодательные акты, нормативные и методические материалы, а также требования стандартов, технических условий	Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, в процессе производственной практики; экспертная оценка портфолио студента