

ЧАСТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
"ЧЕРЕПОВЕЦКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ"
(ЧПОУ «ЧТЭК»)

СОГЛАСОВАНО

Директор магазина «Теннан»
ОАО «Тандер» Вологодский Филиал

А.В. Лапин

2023г.

МП



УВЕРЖДЕНО
Приказ № 29-1
от 03.07.2023г.

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

38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Базовая подготовка

очная форма обучения

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРИМЕРНОЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	29
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	33

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее рабочая программа) – является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 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):

ПК2.1. 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.

ПК2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.

ПК2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.

ПК2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.

ПК2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.

ПК2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

ПК2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.

ПК2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.

ПК2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области торговли при наличии среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

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

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;
- этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 411 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 375 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 262 часа;

самостоятельной работы обучающегося – 113 час;

производственной практики – 36 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Код	Наименование результата обучения
ПК 2.1.	Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.
ПК 2.2.	Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.
ПК 2.3.	Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а 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.
ОК 1.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;
ОК 2.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;
ОК 3.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;
ОК 4.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 5.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 6.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;
ОК 7.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;
ОК 8.	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;

ОК 9	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках
------	---

Личностные результаты

ЛР 1 Осознающий себя гражданином и защитником великой страны.

ЛР 2 Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций.

ЛР 3 Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих.

ЛР 4 Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа».

ЛР 5 Демонстрирующий приверженность к родной культуре, исторической памяти на основе любви к Родине, родному народу, малой родине, принятию традиционных ценностей многонационального народа России.

ЛР 6 Проявляющий уважение к людям старшего поколения и готовность к участию в социальной поддержке и волонтерских движениях.

ЛР 7 Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех формах и видах деятельности.

ЛР 8 Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ

ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля *	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика		
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности),** часов	
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
	ПМ 02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности									
ПК 2.1, 2.2 ОК 1-8 ЛР 1-8	МДК 02.01 Финансы, налоги, налогообложение	110	80	34		30		-	12	
ПК 3-4,9 ОК 1-8 ЛР 1-8	МДК 02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности	112	78	48		34			12	
ПК 5 – 8 ОК 1-8 ЛР 1-8	МДК 02.03 Маркетинг	153	104	50		49			12	
	Производственная практика, (по профилю специальности), часов	36							36	
Всего:		375	262	132		113		-	36	

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК.02.01.Финансы, налоги и налогообложение		80/34	
Раздел 1.	Финансы, денежное обращение	30	
Тема 1.1 Сущность и функции денег. Денежное обращение. Денежная система.	Содержание учебного материала: Введение. Содержание дисциплины и ее задачи. Связь с другими дисциплинами. Деньги: их необходимость и происхождение. Функции денег. Роль денег в современной рыночной экономике. Виды денег. Понятие денежной системы и ее элементы. Денежное обращение. Типы денежных систем: металлическая и бумажно-денежная. Основные виды денежных реформ. Денежная система России и её элементы. Инфляция и её виды. Ревальвация, деноминация, девальвация. Денежно-кредитная политика. Осуществление денежно-кредитной политики. Основные инструменты денежно-кредитной политики	4	1,2
Тема 1.2 Финансы и финансовая система.	Содержание учебного материала: Финансы как экономическая категория. Роль финансов в экономической системе. Понятия децентрализованных и централизованных фондов денежных средств. Признаки финансов. Функции финансов: распределительная, контрольная функция. Понятие финансовых ресурсов. Финансовая система. Структура финансовой системы по основным формам организации: общегосударственные финансы и финансы хозяйствующих субъектов. Звенья финансовой системы Российской Федерации: государственная бюджетная система; внебюджетные фонды; финансы предприятий различных форм собственности	4	2
Тема 1.3 Финансы государства.	Содержание учебного материала: Бюджетная система Российской Федерации: понятие, назначение, принципы ее построения и функционирования. Федеральный бюджет Российской Федерации, его значение, состав и структура. Состав и структура доходов и расходов государственного федерального бюджета. Бюджетный дефицит, его сущность и экономические последствия.	6	2,3

	.Внебюджетные фонды (Пенсионный фонд, Фонд государственного социального страхования, Фонды обязательного медицинского страхования), их сущность и назначение. Источники формирования и направления расходования внебюджетных фондов в Российской Федерации Государственный кредит и его сущность. Особенности финансовых отношений, формирующих государственный кредит. Объективная необходимость и возможности его использования. Виды ценных бумаг государства. Их значение и характеристика. Понятие государственного долга. Его виды. Источники погашения		
Тема 1.4 Финансы предприятий	Содержание учебного материала: Содержание финансов предприятий, особенности формирования в предприятиях разных организационно-правовых форм	4	1, 2
	Формирование финансовых ресурсов предприятия и направление их использования. Доходы и расходы хозяйствующих субъектов, виды, характеристика. Формирование и распределение прибыли. Основной и оборотный капитал. Источники формирования, показатели эффективности использования основного и оборотного капитала предприятия. Методика расчета потребности предприятия в оборотных средствах.		
	Практическая работа 1 Расчет денежной массы Расчет показателей эффективности использования основных и оборотных средств предприятия. Определение финансового результата деятельности предприятия	6	2
Тема 1.5 Финансовое планирование и контроль	Содержание учебного материала: Финансовое планирование и контроль: понятие, назначение и задачи. Содержание финансового плана организации (предприятия) и характеристика его статей. Порядок составления, рассмотрения и утверждения финансового плана. Оперативные финансовые планы. Содержание, значение, задачи и методы финансового планирования. Балансовый метод. Методы расчетов финансовых показателей. Финансовые планы. Финансовое планирование на предприятии. Расчет потребности в оборотных средствах. Содержание и значение финансового контроля. Объекты финансового контроля. Его роль в эффективном использовании материальных, трудовых и денежных ресурсов. Организация финансового контроля: формы, виды, методы. Организации, осуществляющие финансовый контроль. Специфика контроля финансовых органов и налоговых инспекций. Понятие аудиторского финансового контроля. Его значение	4	1
	Практическая работа 2 Расчет потребности в оборотных средствах. Составление финансового плана организации (предприятия).		
Раздел 2	Налоги и налогообложение	50	
Тема 2.1	Содержание Законодательство о налогах и сборах. Принципы налогообложения. Участники отношений, регулируемых законодательством о налогах и сборах.	6	2

Основы налогообложения. Экономическая сущность налогов. Налоговая система Российской Федерации. Классификация налогов.	Понятие налоговой системы. Субъекты налоговой системы, их права и обязанности: налогоплательщики, налоговые агенты, налоговые органы.		
	Налоги и их сущность. Элементы налога. Функции налогов. Сбор, его отличие от налога. Классификация налогов по различным признакам. Деление по уровню управления на федеральные, региональные и местные. Деление налогов по механизму формирования на косвенные и прямые. Источники уплаты налогов и сборов. Другие признаки классификации.		
	Налоговый контроль. Формы и методы налогового контроля. Камеральные и выездные налоговые проверки. Налоговые нарушения и ответственность за их совершение.		
Тема 2.2 Косвенные налоги: Налог на добавленную стоимость (НДС). Акцизы	Содержание Налог на добавленную стоимость, экономическая сущность налога. Налогоплательщики НДС. Объект налогообложения. Налоговая база и порядок ее определения. Момент определения налоговой базы. Налоговый период и налоговые ставки. Порядок исчисления налога. Налоговые вычеты, условия и порядок их применения. Счета-фактуры и требования по их оформлению. Определение сумм налога, подлежащих уплате. Порядок и сроки уплаты. Налоговая декларация.	4	2
	Акцизы. Плательщики акцизов. Состав подакцизных товаров. Объект налогообложения. Налоговая база, порядок ее определения. Налоговый период. Налоговые ставки, их виды, порядок применения. Порядок исчисления налога. Налоговые вычеты, порядок их применения. Сумма акциза, подлежащие уплате. Порядок и сроки уплаты акцизов.		
	Практическая работа 3 Расчет суммы НДС и заполнение налоговой декларации по НДС. Расчет акцизов на отдельные виды товаров.	6	
Тема 2.3 Налог на прибыль организаций	Содержание учебного материала: Налог на прибыль организаций: плательщики, объект налогообложения. Порядок определения доходов, классификация доходов. Расходы. Группировка расходов по элементам, внереализационные расходы. Порядок признания доходов и расходов для целей налогообложения. Налоговая база, налоговые ставки. Налоговый и отчетные периоды. Порядок исчисления авансовых платежей и налога на прибыль	2	2,3
	Практическое занятие 4 Определение налоговой базы по налогу на прибыль. Расчет налога на прибыль.	4	
Тема 2.4 Страховые взносы	Содержание учебного материала: Экономическая сущность страховых взносов. Плательщики страховых взносов. Объект обложения страховыми взносами. База для начисления страховых взносов. Суммы, не подлежащие обложению страховыми взносами. Расчетный и отчетный периоды. Тарифы страховых взносов. Порядок исчисления, порядок и сроки уплаты страховых взносов. Отчетность по страховым взносам. Органы, осуществляющие контроль за уплатой страховых взносов.	2	2
	Практическое задание 5 Исчисление страховых взносов, заполнение расчетов по начисленным и уплаченным страховым взносам	2	
	Содержание учебного материала:	2	2,3

Тема 2.5 Налог на доходы физических лиц	Сущность налога. Плательщики. Объект налогообложения. Состав доходов. Доходы, не подлежащие налогообложению. Налоговая база, порядок ее определения. Налоговый период. Ставки налога. Система налоговых вычетов, их размер и порядок предоставления. Порядок исчисления налога, порядок и сроки уплаты налога.		
	Практическое задание б Расчет налоговой базы по налогу на доходы физических лиц. Расчет налога и заполнение налоговой декларации	4	
Тема 2.6. Региональные налоги: Налог на имущество организаций. Транспортный налог	Содержание учебного материала: Налог на имущество организаций, его значение и место в налоговой системе: плательщики, объект налогообложения, налоговая база. Порядок исчисления и сроки уплаты налога. Транспортный налог и его место в налоговой системе РФ: налогоплательщики, объект налогообложения, налоговая база, налоговый период, ставки налога. Порядок расчета налога. Порядок и сроки предоставления налоговой декларации. Сроки уплаты налога.	2	
	Практическая работа 7 Расчет среднегодовой стоимости имущества, расчет налога на имущество организаций. Расчет транспортного налога	2	
Тема 2.7. Специальные налоговые режимы. Упрощенная система налогообложения. Единый налог на вмененный доход	Содержание учебного материала Упрощенная система налогообложения. Сущность системы и налогоплательщики. Условия и порядок перехода на УСН. Условия прекращения УСН. Налоги, не уплачиваемые при применении УСН. Объекты налогообложения. Налоговая база, налоговый и отчетные периоды. Налоговые ставки. Порядок исчисления авансовых платежей и суммы единого налога при различных объектах налогообложения Система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности. Сущность системы и налогоплательщики единого налога. Виды предпринимательской деятельности, переводимые на уплату ЕНВД. Объект налогообложения и налоговая база. Налоговый период. Ставка налога. Порядок исчисления и уплаты налога. Налоговая декларация	2	
	Практическая работа 8 Расчет налога при упрощенной системе налогообложения. Расчет единого налога на вмененный доход	4	
Тема 2.8. Местные налоги	Экономическая сущность налогов. Налогоплательщики. Объект, ставки, налоговая база, порядок расчета и сроки уплаты	2	
	Практическая работа 9 Расчет налогов Повторение	2 2	
	Дифференцированный зачет	2	
Самостоятельная работа 1. Систематическая проработка конспектов 2. Решение ситуационных задач 3. Составление деклараций Решение тестов		30	

МДК. 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности		78/48	
<p>Тема 1. Предмет, содержание и задачи экономического анализа</p>	<p>Содержание: Введение. Цели, задачи и предмет дисциплины, связь с другими дисциплинами, с теорией и практикой рыночной экономики. Предмет и содержание экономического анализа. Анализ как способ развития экономического мышления. Задачи экономического анализа. Роль экономического анализа в оценке, диагностике и прогнозировании стратегии развития предприятия. Повышение роли анализа в условиях рыночной экономики. Классификация видов экономического анализа в зависимости от следующих признаков: функций управления (внутренний и внешний), содержания процесса управления (перспективный, ретроспективный, оперативный), характера объектов управления, субъектов, периодичности, содержания и полноты изучаемых процессов, методов изучения объектов, степени механизации и автоматизации вычислительных работ.</p>	4	2
<p>Тема 2. Организация аналитической работы на предприятии</p>	<p>Содержание: Метод экономического анализа, его теоретические основы. Информационное обеспечение анализа.. Приемы и способы экономического анализа на различных этапах исследования при: первичной обработке информации, изучении состояния и закономерностей развития исследуемых объектов, проведении факторного анализа и выявлении резервов роста эффективности деятельности. Общеэкономические приемы: сравнение, графический, балансовой увязки, цепных подстановок, арифметических разниц, графического представления анализируемой информации, балансовой взаимосвязи. Статистические приемы: метод группировок, средние величины, абсолютные и относительные величины, индексный метод, анализ рядов динамики.</p>	2	2

	<p>Практическая работа Решение производственных задач с использованием приема элиминирования, сравнения, абсолютных и относительных величин, балансового приема.</p> <p>Решение производственных задач с использованием приема элиминирования, сравнения, абсолютных и относительных величин, балансового приема</p>	4	2,3
<p>Тема 3. Анализ производства и реализации продукции.</p>	<p>Содержание: Задачи, источники анализа. Система показателей, характеризующих объем производства. Методика проведения анализа выпуска продукции. Анализ ассортимента, структуры выпускаемой продукции. Влияние основных факторов на выпуск и реализацию продукции (используя прием способа разниц).</p>	2	2
	<p>Практические работы: Анализ производства и реализации продукции. Оценка динамики показателей объема производства и реализации продукции. Анализ производства и реализации продукции. Анализ ассортимента, структуры выпускаемой продукции Анализ производства и реализации продукции. Расчет влияния факторов на объем производства и реализации продукции.</p>	6	2,3
<p>Тема 4. Анализ состояния и использования основных средств</p>	<p>Содержание: Цель, задачи, источники информации. Анализ наличия и движения основных средств. Анализ состава, структуры основных средств. Показатели технического состояния основных средств: коэффициенты динамики, обновления, выбытия, износа, годности. Показатели эффективности использования основных средств: фондоотдача, фондовооруженности, фондоемкость.</p>	2	2
	<p>Практические работы: Анализ состава, структуры основных средств. Показатели технического состояния основных средств: коэффициенты динамики, обновления, выбытия, износа, годности. Расчет влияния факторов на эффективность использования основных средств.</p>	6	2,3

Тема 5. Анализ использования и эффективности материальных ресурсов.	Содержание: Цели и задачи анализа использования материальных ресурсов Анализ состояния запасов. Анализ использования материалов. Эффективность использования материальных ресурсов.	2	2
	Практические работы: Расчет показателей эффективности использования материальных ресурсов и влияние на объем производства. Расчет показателей эффективности использования оборотных средств. Расчет показателей эффективности использования материальных ресурсов и влияние на объем производства. Расчет показателей эффективности использования оборотных средств. Расчет показателей эффективности использования материальных ресурсов и влияние на объем производства. Расчет показателей эффективности использования оборотных средств.	6	2,3
Тема 6. Анализ использования трудовых ресурсов.	Содержание: Цель, задачи и источники анализа. Анализ численности, состава, квалификации рабочей силы. Изучение динамики, причин движения рабочей силы, обновления и выбытия кадров. Анализ использования рабочего времени. Анализ производительности труда.Факторный анализ производительности труда, его значение. Анализ расходов на оплату труда.	2	2
	Практические работы: Анализ численности, состава, структуры кадров и уровня их квалификации. Анализ движения рабочей силы. Анализ производительности труда и использование рабочего времени. Анализ расходов на оплату труда. Анализ расходов на оплату труда.	6	2,3
Тема 7. Анализ затрат на производство.	Содержание: Цель, задачи, источники анализа. Факторный анализ себестоимости продукции. Взаимосвязь затрат на производство, объема реализации и прибыли. Расчет и оценка показателей себестоимости продукции. Анализ показателей затрат и влияние факторов.	2	2
	Практическиеработы: Расчет и оценка показателей себестоимости продукции. Анализ затрат на 1 рубль продукции. Расчет влияния факторов на себестоимость продукции	4	2,3

Тема 8. Анализ финансовых результатов деятельности предприятия	Содержание: Анализ и оценка динамики, уровня и структуры прибыли. Анализ образования, формирования и распределения прибыли. Система показателей рентабельности, их анализ. Факторный анализ прибыли, рентабельности. Особенности анализа финансовых результатов в условиях инфляции. Резервы роста прибыли, рентабельности предприятия.	2	2
	Практически работы: Расчет и анализ влияния факторов на прибыль от реализации. Расчет влияния факторов на основные показатели рентабельности. Расчет и анализ влияния факторов на прибыль от реализации. Расчет влияния факторов на основные показатели рентабельности.	4	2,3
Тема 9. Оценка финансового состояния и деловой активности предприятия.	Содержание: Цель, задачи, источники информации. Система показателей, характеризующих финансовое состояние предприятия. Расчет и анализ основных показателей: ликвидности, автономии, финансовой устойчивости, финансирования и др. Общая оценка финансового состояния предприятия и меры по его улучшению.	2	2
	Практические работы: Оценка ликвидности активов. Расчет и оценка имущества предприятия. Расчеты по финансовым коэффициентам, оценка кредитоспособности предприятия Общая оценка финансового положения и меры по его улучшению Расчеты по финансовым коэффициентам, оценка кредитоспособности предприятия	4	2,3
Тема 10 Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия торговли	Содержание: Значение, задачи и информационное обеспечение анализа розничного товарооборота. Методика анализа динамики и состава структуры ассортимента товарооборота. Особенности анализа оптового товарооборота. Анализ состояния товарных запасов и их оборачиваемости, товарного обеспечения. Управление товарными запасами на основании данных анализа. 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.	6	2
	Практические работы: Анализ динамики товарооборота, изменений структуры ассортимента. Анализ оптового товарооборота. Анализ показателей товарных запасов и товарооборачиваемости. Анализ издержек обращения в целом и по статьям.	10	2,3

	Дифференцированный зачет	2	
Самостоятельная работа:			
1. Систематическая проработка конспектов			
2. Решение производственных задач с использованием приема элиминирования, сравнения, абсолютных и относительных величин, балансового приема.		34	2,3
3. Подготовка презентации на темы «Производительность труда», «Трудовые ресурсы», «Мотивация к труду»			
4. Расчет и оценка финансовых результатов предприятия.			
ИТОГО:		112	
		104/50	
	Содержание:	4	
1	Понятия: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка. Предмет дисциплины, его цели и задачи. Структурно – логическая схема дисциплины. Межпредметные связи с другими дисциплинами. Значение предмета в подготовке специалистов: товароведов, коммерсантов, менеджеров.		2
2.	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.		1
Практические работы		2	
Сущность и значение маркетинга в деятельности предприятия			
	Содержание	6	
1	История возникновения и основные этапы развития маркетинга. Необходимость возникновения и совершенствования маркетинга в современных условиях.		2
2	Основные концепции развития рыночных отношений, их отличительные особенности.		2
3	Маркетинг как одна из концепций Социально – этический маркетинг: понятие, отличие от маркетинга.		2

	Практические работы		2	
	Изучение основных отличий разных концепций маркетинга		2	
	Содержание		6	
1	Классический комплекс маркетинга. Ключевые элементы: товар, цена, сбыт, стимулирование: понятие, назначение.			2
2	Составляющие элементы структуры маркетинговой деятельности: цели и задачи, функции и принципы, классификация, объекты, субъекты, окружающая среда, методы, стратегия и тактика, исследования, организация и управление (краткий перечень структурных элементов)			2
3	Цели и задачи маркетинга. Функции и принципы маркетинга, их краткая характеристика.			2
	Практические работы		2	
	Изучение функций и требований к специалисту по маркетингу		2	
	Содержание:		4	
1	Классификационные признаки Основные виды маркетинга по приоритетности задач: дифференцированный, функциональный, товарно - ориентированный, недифференцированный, интегрированный, концентрированный, потребительно-ориентированный,			2
2	группы маркетинга по сфере применения: микро-, макро-, мета-, микс-, социальный маркетинг.			
3	Группы маркетинга в зависимости от широты охвата рынка: массовый, сегментированный, множественный. Отличительные особенности			2
4	Краткая характеристика отдельных видов маркетинга			2
	Практические работы		2	
	Разработка процесса управления маркетингом и формирование его организационной структуры на предприятии		2	
	Содержание		4	
1	Основные понятия: сегментирование, сегмент и ниша рынка. Назначение сегментирования. Признаки сегментирования потребительского рынка:			2

		географические, демографические, социально-экономические, психологические, поведенческие.		
2		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. Анализ возможностей освоения сегмента рынка и последовательность маркетинговых мероприятий при его освоении.		2
3		Позиционирование товара: понятие, назначение, условия позиционирования, альтернативные способы позиционирования товаров.		2
Практические работы			2	
Разработка методов позиционирования товара на рынке			2	
определение способов сегментирования рынка				
Содержание			8	
1		Объекты маркетинговой деятельности Объекты: нужда, потребность, спрос. Определение понятий, их общность и различия.		2
2		Классификация потребностей: физиологические, социальные, психические, интеллектуальные и духовные; приоритетность потребностей. Краткая характеристика отдельных видов и разновидностей.		2
3		Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия при разных видах спроса.		2
4		Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий.		2
Практическая работа			2	
Установление основных видов потребностей и средств их удовлетворения			2	
Содержание			8	
1		Субъекты маркетинга Классификация участников деятельности на две группы: 1. выполняющих маркетинговую деятельность и 2. контактирующих с маркетологами при выполнении маркетинговой деятельности.		2

	2	Первая группа субъектов: юридические и физические лица, осуществляющие маркетинговую деятельность. Службы и отделы маркетинга в организациях, специализированные маркетинговые фирмы. Положение об отделе маркетинга. Требования к специалисту по маркетингу. Нормативные документы, регламентирующие указанные требования. Организационная структура управления маркетингом: функциональная, товарно-функциональная, рыночно-функциональная и др. Взаимосвязь отдела маркетинга с руководством, другими структурными подразделениями организации (бухгалтерией, финансово-экономическими службами) Международные и национальные организации по маркетингу.		2
	3	Вторая группа субъектов: потребители, поставщики, конкуренты, СМИ, органы государственного, регионального управления и местного самоуправления. Необходимость контактов маркетологов с указанными субъектами.		2
	4	Потребители: определение понятия в соответствии с российскими и международными нормативными актами. Классификация потребителей по различным признакам (демографическим, социальным, экономическим, мотивационным).		2
	5	Основы теории поведения потребителей: психологические и экономические аспекты. Модели поведения потребителей. Мотивационный процесс: понятие, стадии. Представление о теориях содержания мотиваций.		2
	Практическая работа		2	
	Анализ поведения потребителя при совершении покупки		2	
	Изучение влияния характеристик покупателя на приобретаемые товары		2	
Содержание		10		
1	Окружающая среда маркетинга Окружающая среда маркетинга: понятие, виды, факторы, формирующие окружающую среду.		2	
2	Микросреда маркетинга. Субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду предприятия.		2	
3	Макросреда маркетинга. Субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие макросреду. Разновидности макросреды: социальная, экономическая, конкурентная, правовая, научно-техническая, культурная,		2	

		духовная. Краткая характеристика разных сред. Макросреда и конъюнктура рынка.		
		Практическая работа	4	
		Анализ внешней маркетинговой среды предприятий торговли	4	
		Анализ внутренней среды предприятия торговли		
		Содержание	6	
	1	Конкурентная среда Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров, конкурентные преимущества.		2
	2	Конкуренция: обоснование необходимости в рыночных условиях, виды, их характерные признаки. Конкурентная среда: характерные черты, условия возникновения, способы создания и поддержания. Антимонопольное законодательство. Государственная поддержка малого предпринимательства		2
	3	Конкурентоспособность организаций и товаров: критерии оценки, их конкурентные преимущества		2
		Практическая работа	4	
		Характеристика и оценка конкурентоспособности предприятия торговли.	4	
		Разработка методов конкурентной борьбы		
		Содержание	6	
	1	Средства маркетинга Классификация средств маркетинга: средства удовлетворения потребностей и средства стимулирования сбыта. Средства удовлетворения потребностей: виды, их характеристика. Маркетинговое понятие товара. Товар как важнейшее средство удовлетворения потребностей.		2
	2	« Жизненный цикл» товара, его основные этапы. Особенности маркетинговых решений на каждом этапе. Специфика жизненных циклов товаров разных групп.		2
	3	Разработка концепции новых товаров в организациях продавцов: уровни, этапы.		2

	Практическая работа		4	
	Анализ товарной политики предприятия и разработка мероприятий по ее совершенствованию			
	Разработка нового товара. Характеристика этапов восприятия товаров-новинок рынком			
	Самостоятельная работа			
	<ul style="list-style-type: none"> - Изучение материала по учебнику Барышева А.Ф. Маркетинг стр. 98-109; - Проведение анализа и оценка товарных марок двух товаров на предмет запоминаемости, выразительности, простоты и т. д.; - Подготовка раздела «Товарная политика»; - Ответы на вопросы из УМР; - Выполнение теста из УМР 		4	
Тема 11. Ценовая политика	Содержание		4	
	1	Основные понятия: цена, политика и стратегия ценообразования. Цели, задачи и направления формирования цен. Назначение цены в маркетинге. Классификация цен по месту установления, степени развития конкурентной среды.		2
	2	Стратегии ценообразования: определение целей, последовательности их реализации. Особенности стратегий ценообразования на известные товары и новые. Виды цен, характерные для разных стратегий, основания для выбора стратегий ценообразования.		2
	Практическая работа		4	
	Разработка ценовой стратегии предприятия .Расчет цены товара различными методами			
Тема 12. Средства распространения товаров	Содержание		4	
	1	Средства распространения товаров Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товаров, сбытовая политика. Цели, задачи и основные направления сбытовой политики.		2
	2	Виды сбыта. Средства сбыта: каналы сбыта, их уровни, функции, возможности. Критерии выбора канала сбыта. Системы сбыта.		2

	3	Торговые посредники: типы, виды. Краткая характеристика посредников разных типов. Факторы, влияющие на выбор посредника. Анализ и оценка эффективности сбытовой политики.		2
	Практическая работа		4	
	Анализ эффективности системы товародвижения		4	
	Решение ситуаций на выбор посредника и определение сбытового канала			
Тема 13. Методы маркетинга	Содержание		6	
	1	Классификация методов маркетинга		2
	2	Методы изучения спроса: назначение, разновидности методов, их возможности, достоинства и недостатки. Методика проведения наблюдений и опросов.		2
	3	Методы ФОСТИСС: виды, назначение. Личная продажа, моральное и материальное стимулирование, паблик рилейшенз: возможности, достоинства и недостатки. Аналитические методы: анализ и оценка окружающей среды, анализ поведения потребителей.		2
	4	Методы прогнозирования потребностей на рынке		2
	Практическая работа		4	
	Характеристика и анализ коммуникативной политики и имиджа предприятия торговли		4	
	Определение целесообразности и расчет эффективности подбора средств стимулирования			
Участие в подготовке и проведении стимулирующих акций				
Изучение методов прогнозирования потребностей				
Тема 14. Реклама	Содержание		10	
	1	Цели, задачи и функции рекламы. История возникновения и совершенствования рекламы. Требования к рекламе. Правовые основы рекламной деятельности.		2
	2	Классификация рекламы по характеру, форме информации, назначению и носителям рекламной информации.		2
	3	Модель потребительского восприятия рекламы.		2

	4	Рекламная кампания фирмы. Выбор видов и носителей рекламы. Структура рекламы. Правила рекламы. Организация рекламной кампании.	4	2
	5	Эффективность рекламы разных видов. Методы оценки эффективности рекламы.		2
	Практическая работа		6	
	1	Изучение требований к рекламе		
	2	Подготовка рекламных листов		
	2	Разработка плана проведения рекламной кампании		
	4	Расчет эффективности рекламы		
	5	Экскурсия в предприятие торговли		
Тема 15. Маркетинговые исследования рынка	Содержание		10	
	1	Цели, объекты и задачи исследований. Особенности, виды исследований. Схема маркетинговых исследований: установление проблемы и формулирование целей, сбор и анализ информации, коррекция и оптимизация результатов.		2
	2	Маркетинговая информация: назначение, источники, принципы отбора. Классификация маркетинговой информации. Маркетинговая информационная система. Использование бухгалтерской отчетности, отчетов менеджеров, других структурных подразделений при сборе маркетинговой информации.		2
	3	Методы маркетинговых исследований, возможности их применения. Организация маркетинговых исследований.		2
	4	Важнейшие направления маркетинговых исследований: исследования рынка, товаров, цен, продвижения товаров, доведения их до потребителей.		2
	5	Маркетинговые исследования товарных рынков: определение емкости, конъюнктурные и прогностические исследования, исследования конкурентной среды, выявление потребностей и средств их удовлетворения, определение каналов товародвижения и сбыта.		2
	6	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
	Практическая работа		6	
	1	Разработка анкеты для проведения опросов потребителей.		
	2-3	Участие в разработке и проведении маркетинговых исследований рынка.	4	
4-5	Анализ проведенного исследование. Составление отчета			
	Содержание:		8	

Тема 16. Стратегия и планирование в маркетинге	1	Определение понятий: стратегия, тактика. Направления и виды стратегий маркетинга, критерии их выбора.	4	2
	2	Стратегическое планирование. Основные этапы. Краткая характеристика основных этапов.		2
	3	Маркетинговая часть бизнес-плана, ее взаимосвязь с экономической частью. Стратегический анализ. Схемы стратегического анализа		2
	Самостоятельная работа			
	- Изучение материала по учебнику Барышева А.Ф. Маркетинг стр. 162-185; - Проведение анализа и оценки эффективности стратегии роста предприятия; - Подготовка раздела «Деловое расписание»; - Ответы на вопросы из УМР; - Выполнение теста из УМР.			
Производственная практика (по профилю специальности) <u>Виды работ</u>			36	
<ol style="list-style-type: none"> Участие в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций; Выявление потребностей (спроса) на товары, подбор соответствующего типа маркетинга, разработка приемов формирования спроса и стимулирования сбыта; Участие в реализации сбытовой политики организации в пределах своих должностных обязанностей, оценка конкурентной способности организации и товаров Участие в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений Использование данных бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, участие в проведении учета товаров и в их инвентаризации Определение основных экономических показателей работы организации, цены, заработной платы Применение экономических методов, расчет микроэкономических показателей, их анализ, а также рынков ресурсов. Применение методов и приемов анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществление денежных расчетов с покупателями, составление финансовых документов и отчетов. 				
Самостоятельная работа обучающегося			49	
1. Подготовка реферата «История маркетинга»				

<ul style="list-style-type: none"> 2. Решение задачи из УМР 3. Выполнение теста из УМР 4. Подготовка эссе «Проблемы развития маркетинга в России» 5. Решение ситуационных задач из УМР 6. Знакомство с порталом закупок для государственных и муниципальных нужд 7. Подготовка рефератов «Брендинг в России», «Архитектура бренда» 8. Реферат «MLM-маркетинг» 9. Разработка индивидуального творческого проекта 		
---	--	--

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

1 - ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);

2 - репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинетов «Анализ финансово-хозяйственной деятельности», «Финансы и налогообложение», «Маркетинг», баз практики в современных торговых предприятиях.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета «Анализ финансово-хозяйственной деятельности»:

- комплект учебно-методической документации;
- технические средства обучения: мультимедийный проектор, компьютер, экран, микрокалькуляторы;
- дидактический материал по всем темам курса: тесты, таблицы, т.д.;
- мультимедийные презентации.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета «Финансов и налогообложения»:

- комплект нормативно-законодательной литературы;
- комплект учебно-методической документации;
- технические средства обучения: мультимедийный проектор, компьютер, экран;
- мультимедийные презентации;
- дидактический материал по всем темам курса: тесты, схемы, таблицы, т.д.

Оборудование учебного кабинета «Информационные технологии в профессиональной деятельности»:

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета «Маркетинга»:

- Комплект нормативно-законодательной литературы;
- комплект учебно-методической документации;
- технические средства обучения: телевизор, видеомагнитофон, мультимедийный плеер, компьютер, экран;
- дидактический материал по всем темам курса: тесты, схемы, таблицы, иллюстрации и т.д.;
- мультимедийные учебники;
- видеопрезентации по всем тема маркетинга.

В условиях чрезвычайных ситуаций, при переводе обучающихся всех форм обучения на электронное дистанционное обучение, занятия проводятся в свободной форме - офф-лайн с использованием платформы дистанционного

обучения SMART-платформ (размещены лекции, видео, тесты, задачи с самопроверкой, ситуации) в сочетании с занятиями он-лайн с применением сервиса вебинаров Мираполис.

В преподавании используются лекционные, практические формы проведения занятий, информационно-коммуникационные технологии, включая дистанционные позволяющие обеспечивать взаимодействие обучающихся и педагогических работников опосредовано (на расстоянии), в том числе с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Консультационная помощь студентам осуществляется в индивидуальной и групповой формах, в т.ч. и с использованием дистанционных технологий.

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику, которая может проводиться рассредоточено или концентрированно.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

Учебники:

1. Кулагина, Н. А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Практикум: учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. А. Кулагина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 135 с. — (Профессиональное образование). // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453840>
2. Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 370 с. — (Профессиональное образование). // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455587>
- Налоги и налогообложение: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. И. Гончаренко [и др.]; ответственный редактор Л. И. Гончаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 524 с. — (Профессиональное образование). // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/455868>
3. Финансы, денежное обращение и кредит: учебник для среднего профессионального образования / Л. А. Чалдаева [и др.]; под редакцией Л. А. Чалдаевой. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 434 с. — (Профессиональное образование). // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/467398>.

Законы и постановления

1. Налоговый кодекс РФ. Часть I и II. — М.: Издательство «Налоги и отчетность», 2017.
2. Закон Вологодской области «О транспортном налоге» от 15 ноября 2002 № 842-ОЗ
3. Закон Вологодской области «О налоге на имущество организаций» № 968-ОЗ от 21 ноября 2003 года (с изм.)

4. Закон Вологодской области «О системе налогообложения в виде ЕНВД для отдельных видов деятельности» от 26.11.2002 г.)
5. Постановление от 25.10.2005 № 114О системе налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности по г.Череповец. (В ред.решений Череповецкой городской Думы от 30.10.2007 N 112, от 30.09.2008 N 94, от 02.12.2008 N 129, от 03.03.2009 N 16, от 25.05.2010 N 92, от 22.11.2011 N 197, от 25.09.2012 N 153, от 29.10.2013 N 182)
6. Постановление Череповецкой городской Думы «О налоге на имущество физических лиц» от 06.11.2014 года № 198.
7. Решение Череповецкой городской Думы «О положении о земельном налоге» от 26 октября 2010 года № 177.(в ред. от 30.10.2012 г).
8. ПБУ 10/99 «Расходы организаций» утв. Приказом Минфина РФ от 06.05.1999г. (с учетом изменений и дополнений)
9. ПБУ 9/99 «Доходы организаций» утв. Приказом Минфина РФ от 06.05.1999г. №32Н (с учетом изменений и дополнений)

Дополнительные источники:

1. Учебники и учебные пособия:
2. Антипов К.В. Паблик рилейшенз: учебное пособие – М: « Дашков и К», 2021.- 148с.
3. АбрютинА.С.Экономический анализ торговой деятельности. - М.: Дело и сервис, 2012. - 512 с.
4. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа. – М.: Финансы и статистика, 2021 - 400с.
5. Басовский Л.Е. Маркетинг: курс лекций. - М: Инфра-М, 2023
6. Бочаров В.В. Финансовый анализ. – СПб: Питер, 2013. – 240 с.
7. Ващекин Н.П. и др. Маркетинг: Учебник для вузов. – М: ФБК - Пресс, 2020
8. Голодова Ж.Г. Финансы и кредит: Учеб.пособие. – М.: ИНФРА-М, 2021. – 448с. – (Учебники РУДН)
9. Герасимов Б.И. и др. Маркетинг. Учебное пособие. – М: Форум,2021.-320с.
- 10.Годин А.М. Маркетинг, - М: «Дашков и К», 2021
- 11.Дорошев В.И. Введение в теорию маркетинга: Учебное пособие. – М: Инфра-М, 2020
- 12.Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах. – ИНФРА-М,2021, 496с
- 13.Кравченко Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: Учебник/Л.И.Кравченко. – 6-е изд., перераб - М: Новое знание, 2022. - 526 с.
- 14.КренделлР 1001 способ успешного маркетинга. - М: 2021
- 15.Кнышова Е.Н. Маркетинг: учебное пособие для СПО. – М: Форум-Инфра – М, 2021
- 16.Коньшева Н.В. Рабочая тетрадь «маркетинг товаров и услуг». – М ФиС,2021, 128с.
- 17.Лебедева О.А. маркетинговые исследования рынка: Учебник. М: Форум,2021.-192с
- 18.Любушин Н.П. Анализ финансово-экономической деятельности

- предприятия: Учеб. пособие для вузов/ Под ред. проф. Н.П.Любушина. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 471 с.
19. Николаева М.А. Маркетинг товаров и услуг, -М: Деловая литература, 2021
 20. Основы маркетинга. Практикум. Поредакцией Д.М. Дайитбегова, - М: Вузовский учебник, 2021
 21. Панкратов Ф.Г. Рекламная деятельность: Учебник. – М: Маркетинг, 2021-364 с.
 22. Пястолов С.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. - М.: Академия, 2016. - 384 с.
 23. Романенко С.Н. Маркетинг. Учебное пособие.- М: ИТК «Дашков и К», 2019, 272 с.
 24. Самсонов Н.Ф. Финансы, денежное обращение и кредит. Учебник. – М.: Инфра-М, 2005
 25. Скамай Л.Г., Трубочкина М.И. Экономический анализ деятельности предприятия: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 296 с.
 26. Темпорал П Роман с покупателем. – СПб, 2022
 27. Худолеев В.В., Налоги и налогообложение: учебник.- 4-е изд., испр. и доп. – М.: ФОРУМ, 2022.- 320с.- (Профессиональное образование).
 28. Уткин Э.А. Маркетинг. – М: ЭКМОС, 2021
 29. Шмитт Б. Эмпирический маркетинг. - М: 2021

Отечественные журналы:

- «Маркетинг»,
- «Маркетинг в России и за рубежом»,
- «Современная торговля»,
- «Российская торговля»

Интернет ресурс

Профессиональные информационные системы «Консультант», «Консультант +», «

www.marketologi.ru - сайт Гильдии маркетологов..

<http://marketing.rsuh.ru/> - сайт Управления маркетинговой и рекламной деятельностью РГГУ, поддерживаемый кафедрой маркетинга и рекламы.

www.sostav.ru - сайт посвящен проблемам маркетинга и рекламы.

www.marketcenter.ru - сайт системы межрегиональных маркетинговых центров.

www.cfin.ru - сайт "Корпоративный менеджмент"

www.marketing.spb.ru - сайт, не без оснований имеющий название "Энциклопедия маркетинга".

www.4p.ru - сайт электронного журнала по маркетингу.

www.dis.ru - сайт издательской группы "Дело и сервис". Интернет-библиотека по маркетингу".

www.admarket.ru - сайт Клуба журналистов, пишущих в центральной прессе о маркетинге и рекламе.).

www.salespromotion.ru - сайт "BelowTheLine" Российской Ассоциации Стимулирования Сбыта.

www.vniki.ru - сайт Всероссийского научно-исследовательского конъюнктурного института

www.market-agency.ru - бизнес-сайт, принадлежащий агентству по рыночным исследованиям и консалтингу "Маркет".

www.analytic-center.ru - сайт "Аналитического центра",

www.minfin.ru Министерство финансов

www.nalog.ru - Федеральная налоговая служба России

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля **«Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности»** является освоение учебной практики в рамках профессионального модуля **«Выполнение работ по профессии «Продавец непродовольственных товаров»**.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля **«Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности»** и специальности **«Коммерция (по отраслям)»**.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой

Инженерно-педагогический состав: дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов, а также общепрофессиональных дисциплин: **«Экономика организации»**; **«Анализ финансово-хозяйственной деятельности»**; **«Маркетинг»**; **«Бухгалтерский учет»**; **«Финансы, налоги и налогообложение»**, **«Информационные технологии в профессиональной деятельности»**.

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
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.	Студент правильно планирует коммерческую деятельность с учетом изменений в условиях деятельности и факторов, влияющих на результаты работы - Студент использует данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности в соответствии с целями организации, - студент проводит учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) в соответствии положениями учетной политики предприятия - студент оформляет документы по инвентаризации в соответствии с «Методические указания по инвентаризации имущества и финансовых обязательств», утв. Приказом Минфина РФ от 13.06.95 №49.	<p><i>Текущий контроль в форме:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - защиты практических занятий; - решения ситуаций профессиональной направленности; решения тестов; - контрольных работ по темам МДК. <p><i>Зачеты по производственной практике профессионального модуля.</i></p> <p><i>Экзамен (квалификационный)</i></p>
Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.	-Студент правильно и точно определяет экономические показатели работы организации в соответствии с принятой методикой расчета.	
Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.	-Студент определяет потребности, выбирает тип маркетинга в соответствии с целями предприятия и текущей рыночной ситуацией; -студент подбирает приемы и способы формирования спроса и стимулирования сбыта в соответствии с целями организации	
Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.	-студент подбирает формы и метод маркетинговых коммуникаций в соответствии с целями предприятия и текущей маркетинговой ситуацией;	
Выявлять потребности, виды спроса и	-студент разрабатывает и реализует маркетинговые решения в соответствии с	

соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.	текущей рыночной ситуацией, конкурентной средой и целями предприятия; -участие студента в проведении маркетинговых исследований соответствует целям предприятия	
Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.	-студент подбирает формы и метод маркетинговых коммуникаций в соответствии с целями предприятия и текущей маркетинговой ситуацией	
Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.	-студент разрабатывает и реализует маркетинговые решения в соответствии с текущей рыночной ситуацией, конкурентной средой и целями предприятия; -участие студента в проведении маркетинговых исследований соответствует целям предприятия	
Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.	-Студент реализует сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей в соответствии с целями и внутренними правилами организации -Студент оценивает конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации в соответствии с текущей рыночной ситуацией и нормативными документами	
Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.	Студент правильно применяет методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности в соответствии с целями -Студент правильно формирует финансовую отчетность в соответствии с нормами ПБУ 4/99«Бухгалтерская отчетность организации	

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. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	–Выбирает способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	наблюдение и оценка в процессе производственной практики, в ходе проведения дифференцированного зачета
ОК 2. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.	–Использует современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.	наблюдение и оценка в процессе производственной практики, в ходе проведения дифференцированного зачета
ОК 3. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.	– самоанализ и коррекция результатов собственной деятельности – способность принимать решения в стандартных и нестандартных производственных ситуациях – демонстрация ответственности за свой труд.	наблюдение и оценка в процессе производственной практики, в ходе дифференцированного зачета
ОК 4. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	–Эффективно взаимодействует и работает в коллективе и команде.	наблюдение и оценка в процессе производственной практики; отзыв о работе студента
ОК 5. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	– Осуществляет устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	наблюдение и оценка в процессе производственной практики; в ходе дифференцированного зачета
ОК 6. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное	– Проявляет гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение	наблюдение и оценка в процессе производственной практики

поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.	на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения	
ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;	– Содействует сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применяет знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действует в чрезвычайных ситуациях;	наблюдение и оценка в процессе производственной практики
ОК.9 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	–Пользуется профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	наблюдение и оценка в процессе производственной практики

Личностные результаты	Показатели сформированности	Методы оценки
ЛР 1. Осознающий себя гражданином и защитником великой страны.	Сформированность чувства гордости за свою страну на основе сведений о достижениях отечественных производителей и предпринимателей в сфере торгового бизнеса	наблюдение за деятельностью и поведением обучающегося в

<p>ЛР 2. Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций.</p>	<p>демонстрация интереса к будущей профессии; оценка собственного продвижения, личностного развития; сформированность гражданской позиции; проявление мировоззренческих установок на готовность молодых людей к работе на благо Отечества;</p>	<p>ходе производственной практики, анализ отзыва руководителя практики от предприятия, контроль за выполнением заданий практики, самооценка</p>
<p>ЛР 3. Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих.</p>	<p>отсутствие социальных конфликтов, основанных на межнациональной, межрелигиозной почве; проявление правовой активности и навыков правомерного поведения, уважения к Закону; отсутствие фактов проявления идеологии терроризма и экстремизма</p>	
<p>ЛР 4 Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда.</p>	<p>положительная динамика в организации собственной деятельности во время практики по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов; ответственность за результат собственной деятельности; проявление профессиональной трудовой активности;</p>	
<p>ЛР 6 Осознающий приоритетную ценность личности человека; уважающий собственную и чужую уникальность в различных ситуациях, во всех</p>	<p>соблюдение этических норм общения при взаимодействии с обучающимися, преподавателями, руководителями практики;</p>	

<p>ЛР 7Проявляющий и демонстрирующий уважение к представителям различных этнокультурных, социальных, конфессиональных и иных групп. Сопричастный к сохранению, преумножению и трансляции культурных традиций и ценностей многонационального российского государства.</p>	<p>конструктивное взаимодействие в учебном и трудовом коллективе; демонстрация навыков межличностного делового общения, социального имиджа; готовность к общению и взаимодействию с людьми самого разного статуса, этнической, религиозной принадлежности и в многообразных обстоятельствах</p>	
--	---	--

В ситуациях чрезвычайных, в условиях ограничения контактов с обучающимися (по решению региональных властей), при объявлении вынужденного временного перевода обучающихся на дистанционное обучение, возможно применение электронного обучения, дистанционных технологий для проведения текущего контроля знаний и промежуточной аттестации, а именно следующих форм промежуточной аттестации:

Форма аттестации, текущего контроля	Методика проведения	примечание
Устная	Студент отвечает устно посредством сервиса вебинаров Мираполис, Скайп, ZOOM, по предложенной теме. Примеры: собеседование, экзамен, пересказ текста с элементами анализа, сообщение, доклад, реферат, презентация	
Учет текущих достижений	Студента аттестуют без его фактического участия на основании уже зафиксированных достижений. Например, по оценкам за текущие диагностические работы, результатам олимпиад или конкурсов, сертификатов освоения открытых онлайн курсов ведущих федеральных платформ ДО	
Письменная	Студент записывает в традиционном или электронном виде выполняемые им задания или ответы.	Примеры: диктант, контрольная работа, тест, задания на основе анализа текста, сочинение, эссе, решения кейсов и производственных ситуаций

ЛИСТ-ВКЛАДКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
МДК 02.01 (Очное обучение)

Дополнения и изменения в рабочей программе
Сведения о переутверждении рабочей программы на очередной учебный год и регистрация изменений

№ п/п	Учебный год	Рассмотрено и одобрено	Подпись председателя МК	ФИО преподавателя	Краткое содержание изменений

