Профессиональное образовательное учреждение
«ГУМАНИТАРНЫЙ ТЕХНИКУМ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА»

УТВЕРЖДАЮ

"ГУМАНИТАРНЫЙ ТЕХНИКУМ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА"

Подписано цифровой подписью: "ГУМАНИТАРНЫЙ ТЕХНИКУМ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА"
DN: street=УЛИЦА БОЛЬШАЯ СЕРПУХОВСКАЯ, ДОМ 30, СТРОЕНИЕ 3, st=77 ГОРОД МОСКВА, l=МОСКВА, c=RU, givenName=Елена Александровна, sn=Чаева, cn="ГУМАНИТАРНЫЙ ТЕХНИКУМ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА", title=ДИРЕКТОР, o="ГУМАНИТАРНЫЙ ТЕХНИКУМ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА", email=elena-kalinaya@yandex.ru, 1.2.643.3.131.1.1=12303037373035313733343231, 1.2.643.100.3=[illegible], 1.2.643.100.1=[illegible]
Дата: 2021.03.13 19:13:25 +03'00'

Директор

/Е.А. Чаева/

«29» сентября 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

профессионального модуля ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

Специальность: 38.02.04. «Коммерция (по отраслям)»

Форма обучения: очная

Москва 2020

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) 38.02.04. «Коммерция (по отраслям)».

Организация-разработчик: Профессиональное образовательное учреждение «ГУМАНИТАРНЫЙ ТЕХНИКУМ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА».

РАССМОТРЕНО

на заседании цикловой комиссии «Специальностей группы 38.02.00 Экономика и управление»
Протокол № 1

от «28» сентября 2020г.

Председатель ЦК

_____ _Гладких Ю.В.
Ф.И.О.

СОГЛАСОВАНО

Заместитель директора по УР

_____ ___Лысенко М.П.
Ф.И.О.

«28» сентября 2020 г.

СОГЛАСОВАНО

ООО «СИЛЬНЫЕ ЛИНИИ»
наименование организации

Генеральный директор Синегубов Д.А.
должность, ФИО представителя организации

М,П _____ *Подпись* Синегубов Д.А. *ФИО*

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля – является частью основной профессиональной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям). Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности и соответствующих профессиональных компетенций:

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в профессиональной переподготовке менеджеров по продажам.

1.2. Цели и задачи профессионального 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 торговых организаций;
- 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 расчетов основных видов налогов;
- методологические основы 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 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), 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.	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 5.	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 6.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 7.	Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь
ОК 8.	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий

1.4 Количество часов на освоение программы междисциплинарного курса МДК 02.01., МДК 02.02, МДК.02.03.:

Всего – 579 часов, в том числе:

максимальная учебная нагрузка обучающегося – 507 часов, в том числе:

обязательная аудиторная учебная нагрузка – 338 часов;

практические работы - 150 часов;

самостоятельная работа обучающегося – 169 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Тематический план профессионального модуля

Код профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Максим. учебная нагрузка	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов), час.					Практика, час.	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная	Производственная (по профилю специальности)
			Всего	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия	в т.ч., курсовая работа (проект)	Всего	в т.ч., курсовая работа (проект),		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 2.1.-ПК 2.4. **ПК 2.9.**	**Раздел 1.** Организация и проведение экономической деятельности **МДК 02.01.** «Финансы, налоги и налогообложение.	**177**	**118**	68		**59**			
ПК 2.5. ПК-2.8.	**Раздел 2.** Организация и проведение маркетинговой деятельности **МДК 02.02.**Анализ финансово-хозяйственной деятельности	**177**	**118**	50		**59**			
ПК 2.5. ПК-2.8.	**МДК 02.03.** Маркетинг	**153**	**102**	32		**51**			

ПК 2.1-ПК 2.9.	**Учебная практика,**	**36**						**36**	
	производственная практика (по профилю специальности), часов	**36**							**36**
Всего:		**579**	**338**	150		**169**		**36**	**36**

2.2. Содержание обучения по профессиональному модулю

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающегося, курсовая работа (проект)		Объем часов	Уровень освоения
1	**2**		**3**	**4**
Раздел 1. Организация и проведение экономической деятельности			**354**	
МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение			**177**	
Ведение	Цели, задачи и структура профессионального модуля. Последовательность освоения профессиональных компетенций. Требования к уровню знаний и умений. Краткая характеристика основных разделов модуля		2	
Тема 1.1. Финансы и денежное обращение	**Содержание**		**48**	
	1	Сущность, функции и роль финансов в экономике Назначение и функции финансов в процессе общественного производства.	**18**	1
	2	Деньги: происхождение, сущность виды. Функции и роль денег в условиях рыночных отношений		1
	3	Сущность денежного обращения. Денежная система Российской Федерации. Денежная масса, ее роль в денежно-кредитной политике государства. Скорость денежного обращения. Уравнение обмена И. Фишера		2
	4	Сущность и функции финансов, их роль в экономике предприятия. Управление финансами, финансовая система РФ		2
	5	Финансовая политика государства в современных условиях: бюджетная политика, налоговая политика, страховая политика, валютная политика, политика в сфере		2

		государственного долга		
	6	Бюджет и бюджетная система РФ: социально-экономическая сущность бюджета, федеральный бюджет, бюджет субъекта РФ, местный бюджет		2
	7	Доходы и расходы бюджета, бюджетный процесс, контроль за исполнением бюджетов.		
		Практические занятия	30	**3**
	1	Составление отчета о прибылях и убытках юридических лиц		
	2	Изучение и оформление платежных документов предприятий		
	3	Система страхования РФ. Основные расчёты		
	4.	Банковская система РФ. Дисконтирование		
	5.	Инвестиции и инвестиционная политика РФ.		
Тема 1.2. Налоги и налогообложение	**Содержание**		**68**	
	1	Налоговое законодательство. Налоговый кодекс РФ. Нормативные документы Министерства финансов РФ	**38**	2
	2	Налоги и их функции. Классификация налогов. Сущность налогов, роль налогов в формировании финансов государства. Основные и вспомогательные функции налогов		2
	3	Федеральные, региональные и местные налоги		2
	4	Организация налоговой службы. Федеральные, региональные и местные налоговые службы		2
	5	Налоговый контроль, права и обязанности налогоплательщиков, налоговые		2

		преступления		
	6	Налоговые санкции за нарушение законодательства о налогах и сборах		2
	7	Методика расчета налога на доходы физических лиц.		2
	8	Налоговые вычеты. Налоговая декларация		
	9	Методика расчета налога на прибыль		2
	10	Методика расчета налога на добавленную стоимость		2
	11	Методика расчета налога на имущество организаций		2
	12	Методика расчета транспортного налога		2
	13	Акцизы: подакцизные товары, налоговая база, налоговый период, налоговые ставки		2
	14	Специальные налоговые режимы, упрощенная система налогообложения, методика расчета единого налога на вмененный доход		2
	15	Отчисления во внебюджетные фонды		2
		Практические занятия	38	3
	1	Изучение нормативно-правовых документов		
	2	Расчет налога на доходы физических лиц		
	3	Расчет транспортного налога. Расчет страховых взносов		
	4	Расчет налога на добавленную стоимость		
	5	Расчет налога на имущество. Расчет налога на прибыль организаций		
МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности			**177**	

Введение в экономический анализ	Роль и место экономического анализа в хозяйственной деятельности коммерческой организации. Связь анализа с другими дисциплинами.		2	
Тема 1.3. Методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности	**Содержание**		**41**	
	1	Цели, задачи, методы, приемы и виды анализа финансово-хозяйственной деятельности. Предмет и объекты исследования в анализе	**21**	1
	2	Классификация видов экономического анализа в зависимости от следующих признаков: функций управления, содержания процесса управления, характера объектов управления, субъектов, периодичности, содержания и полноты изучаемых процессов, методов, изучения объектов и др.		2
	3	Метод экономического анализа, характеристика его основных этапов. Резервы развития организации, их классификация и поиск в рамках экономического анализа		
	4	Приемы и способы экономического анализа на различных этапах исследования при первичной обработке информации и изучении состояния и закономерностей развития исследуемых объектов		2
	5	Сущность факторного анализа. Приемы и способы экономического анализа на различных этапах исследования при проведении факторного анализа и выявлении резервов роста эффективности деятельности организации		2
		Практические занятия	**20**	3
		Выполнение анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности организации (предприятия) с использованием различных методов факторного анализа		
Тема 1.4. Информационное обеспечение, организация аналитической работы	**Содержание**		**23**	
	1	Информационное обеспечение анализа. Основные источники информации для проведения экономического анализа	23	2

		Организация аналитической работы на предприятии. Методика аналитической работы. План и этапы аналитической работы: установление цели и объема экономического анализа, составление программы анализа, подбор и подготовка данных к анализу, проверка достоверности источников информации, приведение данных в сопоставимый вид		2
	2	Группировка данных и составление графиков, диаграмм, аналитических таблиц		2
		Обобщение и оформление результатов анализа, составление пояснительных записок, принятие решений. Контроль над выполнением предложений по результатам анализа		2
Тема 1.5. Анализ деятельности организаций (предприятий), финансовых результатов деятельности	**Содержание**		**52**	
	1	Значение, задачи и информационное обеспечение анализа показателей деятельности предприятия. Анализ выполнения плана, динамики показателей реализации товаров, ритмичности и качества работы. Резервы увеличения показателей	**22**	3
	2	Методика проведения анализа трудовых показателей: использование рабочего времени, уровня производительности труда и др. Факторный анализ влияния трудовых показателей на конечный результат деятельности организации		3
	3	Методика и последовательность проведения анализа издержек. Анализ факторов, влияющих на уровень издержек, выявление резервов экономии издержек		3
	4	Методика и последовательность проведения анализа валового дохода. Факторный анализ валового дохода, резервы роста показателя		
	5	Значение и задачи анализа финансовых результатов. Методика расчета показателей прибыли. Анализ и оценка динамики, уровня и структуры прибыли организации. Факторный анализ прибыли		3
	6	Анализ динамики рентабельности деятельности организации. Система показателей рентабельности и их взаимосвязь. Факторный анализ рентабельности деятельности предприятия		

	7	Задачи, основные направления и информационное обеспечение анализа финансового состояния предприятия. Финансовая отчетность как основной источник информации для оценки финансового состояния		3
	8	Анализ бухгалтерского баланса организации: значение, задачи, расчет структуры актива и пассива баланса		
	9	Анализ имущественного состояния предприятия и источников формирования имущества организации. Резервы лучшего использования имущества организации		
	10	Анализ и оценка платежеспособности предприятия. Анализ и оценка финансовой устойчивости организации		3
	11	Система коэффициентов финансовой устойчивости организации. Методика анализа финансовых коэффициентов. Анализ деловой активности организации. Резервы улучшения финансового состояния организации		
		Практические занятия	**30**	2,3
		Выполнение анализа динамики основных показателей (изменений структуры ассортимента, качества работы и др.)		
		Выполнение анализа издержек конкретной коммерческой организации		
		Выполнение анализа валового дохода		
		Выполнение анализа результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятий		
		Выполнить расчет показателей структуры имущества и источников формирования имущества организации		
		Выполнить расчет показателей ликвидности и платежеспособности		
		Выполнение расчетов показателей финансовой устойчивости организации и		

		сравнение с оптимальным значением этих показателей		
		Выполнение расчетов показателей деловой активности организации		
		Дифференцированный зачет – 5 семестр **Экзамен – 6 семестр**		
Самостоятельная работа обучающегося при изучении раздела 1 (по МДК.02.01. – 59 часов, по МДК .02.02. – 59 часов): 1. Работа с конспектами лекций. 2. Работа с нормативными документами, учебной и специальной литературой. 3. Выполнение индивидуальных заданий по оформлению документов, расчету налогов. 4. Подготовка сообщений. 5. Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите. 6. Выполнение расчётной работы. Использование методов экономического факторного анализа на практике: метод цепных подстановок. 7. Изучение основных форм финансовой отчетности (отчета о финансовых результатах, бухгалтерского баланса предприятия и др.). 8. Самостоятельное изучение: Процедуры и экономические последствия несостоятельности хозяйствующего субъекта. Диагностика банкротства. 9. Изучение типовых форм налоговых деклараций по основным видам налогов			**118**	3
Раздел 2. Организация и проведение маркетинговой деятельности				
МДК 02.03. Маркетинг			**153**	
Тема 2.1.Теоретические основы маркетинга	**Содержание**		**40**	
	1	Предмет, цели, задачи МДК. Предмет маркетинга и связь его с другими дисциплинами. Цели и задачи маркетинга. Маркетинговая терминология	**30**	2
	2	История и основные этапы развития маркетинга. Социальные основы маркетинга –		2

		удовлетворение людских потребностей.		
	3	Маркетинг – концепция современной рыночной экономики. Необходимость возникновения и совершенствования маркетинга в современных условиях.		
	4	Маркетинг как одна из концепций, её сущность. Понятие социально-этического и мимотического маркетинга		
	5	Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия при разных видах спроса. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий		
	6	Контроль и регулирование спроса в коммерческих организациях		
	7	Объекты маркетинга: нужда, потребность, спрос. Классификация потребностей		2
	8	Модель покупательского поведения, характеристика факторов, формирующих покупательское поведение		
	9	Субъекты маркетинга: юридические и физические лица, осуществляющие маркетинговую деятельность		
	10	Конъюнктура товарного рынка. Показатели, характеризующие конъюнктуру рынка.		
	11	Службы и отделы маркетинга в организациях, специализированные маркетинговые организации. Нормативные документы, регламентирующие деятельность этих служб. Международные и национальные организации по маркетингу		
	12	Окружающая среда маркетинга: понятие, виды. Факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда и контролируемые факторы		
	13	Сущность макросреды, неконтролируемые факторы. Характеристика компонентов макросреды		

		Практические занятия – 10 часов.		
	14	Установление основных видов потребностей покупателей, товаров и услуг их удовлетворяющих. Решение проблемных ситуаций.		
	15	Методы воздействия на уровень спроса на конкретном примере		
	16	Моделирование покупательского поведения клиентов		2
	17	Решение ситуационных задач по анализу микросреды конкретного предприятия		
	18	Анализ окружающей среды предприятия сферы услуг на конкретном примере		
	19	Практическое применение принципов маркетинга		
	20	Использование методов маркетинга в практической деятельности фирмы		
Тема 2.2. Маркетинговая деятельность фирмы	**Содержание**		**62**	
	1	Маркетинговая информация и маркетинговые исследования. Маркетинговая информация: назначение, источники (внутренние и внешние), принципы их отбора. Классификация маркетинговой информации.		2
	2	Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты. Особенности маркетинговых исследований.		
	3	Виды исследований, особенности. Схема исследований. Коррекция и оптимизация результатов	**40**	
	4	Анализ маркетинговых возможностей фирмы. Использование формализованных приемов		
	5	Обзор основных приемов выбора маркетинговой возможности фирмы		2
	6	Сегментирование рынка. Оценка и выбор целевых рынков. Маркетинговые стратегии		

		для сегментов рынков.		
	7	Позиционирование товара на рынке - выбор и реализация стратегии.		
	8	Анализ конкурентной среды и создание конкурентных принципов. Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров. Анализ слабых и сильных сторон конкурентов.		2
	9	Создание собственных конкурентных преимуществ. Выбор политики конкурентных ходов		
	10	Товарная политика фирмы. Сущность понятия товар. Классификация товаров		
	11	Принятие решения относительно товарного ассортимента, использования товарных марок, упаковки, маркировки и жизненного цикла товара (ЖЦТ)		2
	12	Ценовая политика. Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Назначение цен в маркетинге		
	13	Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Факторы, влияющие на формирование цен		2
	14	Сбытовая политика. Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товаров, сбытовая политика - их цели и задачи		2
	15	Средства сбыта: каналы распространения, распределения, их виды, уровни. Критерии выбора каналов сбыта		
	16	Торговые посредники, факторы, влияющие на выбор посредников.		
	17	Методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОССТИС).		
	18	Характеристика компонентов ФОСТИС		
	19	Анализ и оценка эффективности сбытовой политики		

	20	Стратегия и планирование маркетинга. Этапы стратегического планирования		
	21	Характеристика различных стратегий роста фирмы		
	22	Основные пути развития компании в соответствие с анализом ситуации на рынке		
	23	Годовой план маркетинга, содержание его разделов		
	24	Маркетинговые коммуникации. Основные решения при создании маркетинговых коммуникаций		
	25	Рекламная стратегия. Выбор средств распространения рекламы. Оценка эффективности рекламы		
	26	Бюджет рекламы. Организация рекламной компании		
	27	Связи с общественностью: общий обзор		
	28	Разработка плана по формированию положительного общественного мнения о компании		
	29	Система контроля в маркетинге: общий обзор		
	30	Характеристика видов маркетингового контроля		
		Практические занятия – 22 час.		
	31	Анализ маркетинговой информации. Решение ситуационных задач		
	32	Составление опросного листа		2,3
	33	Проведение опроса и обработка его результатов		
	34	Анализ целевого рынка. Решение ситуационных задач		

	35	Сегментирование рынка определенного товара на основе географического и демографического принципа.		
	36	Сегментирование на основе психологического и поведенческого принципа		
	37	Осуществление оценки сильных и слабых сторон конкурентов - на примере конкретной компании. Позиционирование товара на рынке		
	38	Формирование конкурентной стратегии - на примере конкретной ситуации в коммерческой фирме		
	39	Решение ситуационных задач по ЖЦТ разных групп (категорий)		
	40	Проведение анализа ценовой политики организации		
	41	Решение ситуационных задач по формированию ценовой политики компании		
	42	Построение каналов сбыта для конкретной коммерческой компании		
	43	Выбор средства стимулирования сбыта – для конкретного товара или услуги		
	44	Организация рекламной компании: выбор средств, составление рекламных текстов, оценка эффективности		
		Дифференцированный зачет – 6 семестр		
Самостоятельная работа при изучении раздела 2 – 51 час Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной экономической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите. Подготовка к тестированию по тематике МДК				3

Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Рефераты: «Проблемы текущего столетия. Необходимость повышения уровня моральной и социальной ответственности»; «Маркетинговые стратегии рынков»; «Выбор конкурентов, которых следует атаковать и которых следует избегать»; «Установление цен по географическому признаку на примере России»; «Международное рекламное законодательство». Домашние задания: «Информация к размышлению: Nike (ответить на предложенный перечень вопросов); «Составить резюме к теме и перечень основных понятий»; «Составить резюме к статье «Иногда мнения эксперта бывают курьезными». «Составить анкету для проведения маркетингового исследования на любой выбранный студентом товар, услугу, вид деятельности»; «Анализ статьи: IBM – реструктуризация службы сбыта. Сделать вывод».		
ВСЕГО:	**507**	

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).

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля в техникуме имеется в наличие учебные кабинеты «Финансы, налоги и налогообложение», «Маркетинг», лаборатории «Информационные технологии в профессиональной деятельности».

Оборудование учебных кабинетов:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методической документации;
- наглядные пособия (комплект схем, таблиц).

Технические средства обучения:
- компьютеры;
- лицензионная компьютерная программа 1С: Предприятие 8;
- проектор;
- экран;
- многофункциональное устройство.

3.2. Информационное обеспечение обучения.

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов,

дополнительной литературы

Основные источники:

1. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2018. — 370 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06970-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/420556
2. Голубева Т. М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Учебник для СПО - М.: Академия, 2017.
3. Скворцов О.В. Налоги и налогообложение: практикум. Учебное пособие для СПО - М.: Академия, 2017.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга. Учебник для ВУЗов – М.: Прогресс, 2016.

Дополнителльные источники:

1. Басовский Л. Е. Маркетинг. Учебное пособие для СПО – М.: Инфра-М, 2017.
2. Одинцов В. А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Учебник для СПО - М.: Академия, 2017.
3. Перекрестова Л. В., Романенко Н. В., Сазонов С.П. Финансы и кредит. Учебное пособие для СПО - М.: Академия, 2017.
4. Перекрестова Л. В., Романенко Н. В., Сазонов С.П. Финансы и кредит: практикум. Учебное пособие для СПО - М.: Академия, 2017.

5. Скворцов О. В. Налоги и налогообложение. Учебное пособие для СПО - М.: Академия, 2017.

Интернет-ресурсы:

1. www.gks.ru – официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ

2. www.minfin.ru – официальный сайт Министерства финансов РФ

3. www.nalog.ru – официальный сайт Федеральной налоговой службы РФ

4. www.marketcenter.ru – Сайт Системы межрегиональных маркетинговых центров

5. www.sostav.ru – Сайт посвящен проблемам маркетинга и рекламы

6. www.4p.ru – Сайт электронного журнала по маркетингу

7. www.admarket.ru – Сайт Клуба журналистов, пишущих в центральной прессе о маркетинге и рекламе

8. www.marketer.ru – Сайт посвящен проблематике Интернет-маркетинга

Отечественные журналы:

«Бюджет»

«Вопросы экономики»

«Маркетинг»

«Маркетинг в России и за рубежом»

«Российская торговля»

«Современная торговля»

«Справочник экономиста»

«Экономика и учет труда»

«Экономико-правовой бюллетень»

«Экономический анализ: теория и практика»

«Экономическое обозрение»

3.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Профессиональный модуль входит в профессиональный цикл обязательной части ОПОП по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям). Освоению данного профессионального модуля предшествует освоение общепрофессиональных дисциплин:

ОП.01. Экономика организации;

ОП.02. Статистика;

ОП.03. Менеджмент;

ОП.04. Документационное обеспечение управления;

ОП.05. Правовое обеспечение профессиональной деятельности;

ОП.07. Бухгалтерский учет.

Практика является обязательным разделом ООП ППССЗ и представляет собой вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку обучающихся.

При освоении программы профессионального модуля Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности занятия и производственной практики (по специальности) проводятся концентрировано.

Аттестация по итогам производственной практики проводится с учетом (или на основании) результатов, подтвержденных документами соответствующих организаций. По результатам практики представляется отчет, который соответствующим образом защищается обучающимся.

При освоении ПМ предусматривается использование в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий, электронных образовательных ресурсов, деловых игр, индивидуальных и групповых проектов, анализа производственных ситуаций, психологических и иных тренингов, групповых дискуссий, в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития ОК и ПК обучающихся.

Консультации для обучающихся предусматриваются в период изучения модуля в объеме, определенном учебным планом образовательного учреждения.

Завершается освоение МДК экзаменом или зачетом, освоение ПМ – проведением экзамена (квалификационного).

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результаты (освоенные ПК)	**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), участвовать в их инвентаризации	• обоснованность выбора данных бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности; • соблюдение последовательности действий при проведении учета товаров; • соответствие оформления документации по учету товаров установленным требованиям (стандартам); • соблюдение последовательности действий при проведении инвентаризации;	Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы: - на практических занятиях (при решении ситуационных задач, подготовке докладов,

	• соответствие оформления результатов инвентаризации установленным требованиям (стандартам)	рефератов и т.д.); - при выполнении работ на различных этапах производственно й практики; - при проведении тестирования, зачета по МДК, экзамена (квалификационн ого) по модулю
ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем	• соответствие оформления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов установленным требованиям (стандартам); • правильность составления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов; • организация хранения организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов в соответствии с установленными требованиями (стандартами); • грамотность и скорость составления и оформления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов при работе с автоматизированными системами	
ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов	• обоснованность выбора экономических методов в конкретных практических ситуациях; • правильность расчета микроэкономических показателей; • полнота анализа микроэкономических показателей; • полнота анализа рынков ресурсов	
ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату	• правильность расчета основных экономических показателей коммерческой организации; • правильность расчета цены продукции; • правильность расчета заработной платы сотрудников и ФОТ предприятия	
ПК 2.5. Выявлять	• правильность определения	

потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации. Формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	потребности; • правильность выявления типа маркетинга в соответствии с потребностями потребителя; • аргументированность формирования спроса; • аргументированность выбора методов стимулирования сбыта	
ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	• логичность обоснования целесообразности использования маркетинговых коммуникаций; • правильность применения маркетинговых коммуникаций	
ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	• правильность соблюдения последовательности проведения маркетинговых исследований; • обоснованности принятия маркетинговых решений	
ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей. Оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации	• обоснованность принятия решений при реализации сбытовой политики; • правильность оценки конкурентоспособности товаров; • правильность оценки конкурентных преимуществ 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	• обоснованность выбора методов и приемов анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности; • соблюдение последовательности действий при осуществлении денежных расчетов с покупателями; • правильность составления финансовой документации и отчетности в соответствии требованиями (стандартами)	

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 ОК)	**Основные показатели оценки результата**	**Формы и методы контроля и оценки**
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	• демонстрация интереса к будущей профессии; • активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности; • наличие высоких результатов при освоении учебных дисциплин и профессиональных модулей; • наличие положительных отзывов по итогам производственной практики	Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы: - на практических занятиях (при решении ситуационных задач, подготовке докладов, рефератов и т.д.); - при выполнении работ на различных этапах производственной практики; - при проведении тестирования , зачетов по МДК, экзамена (квалификационного) по модулю
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области организации и проведения экономической и маркетинговой деятельности; • оценка эффективности и качества выполнения профессиональных задач	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области организации и проведения экономической и маркетинговой деятельности	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач,	• эффективный поиск необходимой информации; • использование различных источников, включая	

профессионального и личностного развития	электронные	
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения	
ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	• организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля; • ориентация на обучение в течение всей жизни	
ОК 10. Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь	• использование в речи специальных терминов в соответствии со спецификой получаемой профессии; • отсутствие недостатков в развитии речи	
ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий	• соблюдение норм действующего законодательства; • учет в профессиональной деятельности обязательных требований нормативных документов, стандартов, технических условий	
Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей)	• проявление интереса к военной службе; • готовность к исполнению воинской обязанности	