

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Золотухина Елена Николаевна
Должность: Ректор
Дата подписания: 27.01.2021 14:55:59
Уникальный программный ключ:
ed74cad8f1c19aa426b59e780a391b3e6ee2e1026402f1b3f388bce49d1d570e

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«Московский региональный социально-экономический институт»

Программа утверждена
Ученым советом МРСЭИ
Протокол № 10 от 27.06.2020 г.

Утверждаю
Ректор Золотухина Е. Н.
27 июня 2020 г.



Рабочая программа профессионального модуля

ПМ.02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

**Специальность среднего профессионального образования
38.02.04 Коммерция (по отраслям)**

Квалификация - менеджер по продажам
Форма обучения – очная

Рабочая программа по дисциплине «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 539 от 15 мая 2014 г.

Составитель: Абакарова Патимат Магомедовна – кандидат экономических наук, преподаватель СПО

Рецензент: Апалькова Ирина Юрьевна – кандидат экономических наук, преподаватель СПО

Рабочая программа модуля рассмотрена и одобрена на заседании предметно-цикловой комиссии «Дисциплин профессионального цикла по специальности 38.02.04 «Коммерция» Московского регионального социально-экономического института (Протокол № 10 от 27 июня 2020 г.).

©Московский региональный социально-экономический институт, 2020.
142703, г. Видное, ул. Школьная, д. 55 а
© Абакарова П.М.

Содержание

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2.РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
4.УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	18
5.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	20

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям), квалификация - менеджер по продажам, входящей в укрупненную группу специальностей 38.00.00 Экономика и управление, в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» и формирования соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 2.1. Использовать данные бухгалтерского учёта для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учёт 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 приёмы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчёты с покупателями, составлять финансовые документы и отчёты.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и

профессиональной подготовке работников в области экономики и управления при наличии среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

1.2. Цели и задачи профессионального модуля требования к освоению профессионального модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- оформления финансовых документов и отчётов;
- проведения денежных расчётов;
- расчёта 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 отчёты;
- осуществлять денежные расчёты;
- пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;
- рассчитывать основные налоги;
- анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;
- применять методы и приёмы 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 расчёта основных видов налогов;
- методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приёмы, 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. Количество часов на освоение программы профессионального модуля

Всего – **426** часа, в том числе:

- максимальная учебная нагрузка обучающегося – **354** часа, включая:
 - обязательную аудиторную учебную нагрузку обучающегося – **236** часов;
 - самостоятельную работу обучающегося – **118** часов;
- производственная практика – 2 недели 72 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения 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 учёта для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учёт 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 приёмы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчёты с покупателями, составлять финансовые документы и отчёты.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 6.	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 10.	Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.
ОК 12.	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Объем профессионального модуля и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	354
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	236
в том числе:	
лабораторные занятия	
практические занятия	104
контрольные работы	
курсовая работа (проект) <i>(если предусмотрено)</i>	14
Самостоятельная работа обучающегося (всего)	118
в том числе:	
внеаудиторная самостоятельная работа	
самостоятельная работа над курсовой работой (проектом) <i>(если предусмотрено)</i>	14
<i>Указываются другие виды самостоятельной работы при их наличии (расчетно-графическая работа, домашняя работа и т.п.).</i>	
<i>Промежуточная аттестация: контрольная работа – 4 семестр; экзамен – 5 семестр; дифференцированный зачет – 5 семестр, защита курсовой работы – 5 семестр.</i>	

3.2. Тематический план профессионального модуля «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности»

Коды компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практика)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)				
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося (часов)				Самостоятельная работа обучающегося
			Всего часов	Лекционные занятия	Практические занятия	Курсовые работы	
1	2	3	4	5	6	7	8
ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 6 ОК 7 ОК 10 ОК12 ПК 2.1 ПК 2.2 ПК 2.3 ПК 2.4ПК 2.5 ПК 2.6 ПК 2.7 ПК 2.8 ПК 2.9	Раздел 1. МДК 02.01 Финансы, налоги и налогообложение	135	90	45	45	-	45
ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 6 ОК 7 ОК 10 ОК12 ПК 2.1 ПК 2.2 ПК 2.3 ПК 2.4ПК 2.5 ПК 2.6 ПК 2.7 ПК 2.8 ПК 2.9	Раздел 2. МДК 02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности	135	90	45	31	14	45
ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 6 ОК 7 ОК 10 ОК12 ПК 2.1 ПК 2.2 ПК 2.3 ПК 2.4ПК 2.5 ПК 2.6 ПК 2.7 ПК 2.8 ПК 2.9	Раздел 3. МДК 02.03 Маркетинг	84	56	28	28	-	28
ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 6 ОК 7 ОК 10 ОК12 ПК 2.1 ПК 2.2 ПК 2.3 ПК 2.4 ПК 2.5 ПК 2.6 ПК 2.7 ПК 2.8 ПК 2.9	Производственная практика	72					
	Всего:	426	236	118	104	14	118

3.3. Содержание обучения по профессиональному модулю

Наименование разделов ПМ, МДК и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающегося, курсовая работа (проект)	Объём часов	Уровень освоения
ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности		354	
МДК.02.01. Финансы, налоги и налогообложение		135	
Введение	Цели, задачи и структура профессионального модуля. Последовательность освоения профессиональных компетенций. Требования к уровню знаний и умений. Краткая характеристика основных разделов модуля	7	1
Тема 1.1. Финансы и денежное обращение	Сущность, функции и роль финансов в экономике. Назначение и функции финансов в процессе общественного производства. Финансовая политика государства в современных условиях. Деньги: происхождение, сущность, виды. Функции и роль денег в условиях рыночных отношений. Сущность денежного обращения. Денежная система Российской Федерации. Денежная масса, её роль в денежно-кредитной политике государства. Скорость денежного обращения. Уравнение обмена И. Фишера. Финансирование и денежно-кредитная политика. Финансирование, его виды и цели. Денежно-кредитная политика государства и её инструменты	8	2
	Практические занятия	17	2
	Самостоятельная работа:	20	
	<ul style="list-style-type: none"> • Составление отчёта о прибылях и убытках юридических лиц. • Изучение и оформление платёжных документов предприятий 		
	<ul style="list-style-type: none"> • Работа с конспектами лекций. • Работа с нормативными документами. • Выполнение индивидуальных заданий по оформлению платёжных документов, расчёту налогов. 		
	Подготовка сообщений		
Контрольная работа		2	
Итого за семестр		54	

Тема 1.2. Налоги и налогообложение	Налоги и их функции. Классификация налогов. Сущность налогов, роль налогов в формировании финансов государства. Федеральные, региональные и местные налоги. Организация налоговой службы. Федеральные, региональные и местные налоговые службы. Методика расчётов основных видов налогов. Методики расчёта налога на доходы физических лиц, страховых взносов, транспортного налога, налога на добавленную стоимость, налога на имущество организаций, земельного налога, налога на прибыль организаций. Специальные налоговые режимы, упрощённая система налогообложения, методика расчёта единого налога на вменённый доход	26	3
	<p>Практические занятия</p> <ul style="list-style-type: none"> • Изучение нормативно-правовых документов. • Выполнение расчёта налога на доходы физических лиц. • Выполнение расчёта страховых взносов. • Выполнение расчёта транспортного налога. • Выполнение расчёта налога на добавленную стоимость. • Выполнение расчёта налога на имущество. • Выполнение расчёта налога на прибыль организаций 	28	2
	<p>Самостоятельная работа:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Работа с конспектами лекций. • Работа с нормативными документами. • Выполнение индивидуальных заданий по оформлению платежных документов, расчёту налогов. <p>Подготовка сообщений</p>	28	
	Дифференцированный зачёт	2	
	Итого за семестр	81	
<i>МДК.02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности</i>		135	

Тема 1.3. Методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности	Цели, задачи, методы, приёмы и виды анализа финансово-хозяйственной деятельности. Метод экономического анализа, его теоретические основы. 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, способов механизации (вычислительных работ). Приёмы и способы экономического анализа на различных этапах исследования при первичной обработке информации и изучении состояния и закономерностей развития исследуемых объектов. Приёмы и способы экономического анализа на различных этапах исследования при проведении факторного анализа и выявлении резервов роста эффективности деятельности. Виды экономического анализа	8	2
	Практические занятия 1. Выполнение анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности организации (предприятия) с использованием различных методов факторного анализа	17	2
	Самостоятельная работа <ul style="list-style-type: none"> • Работа с конспектами лекций. • Работа с нормативными документами. • Выполнение индивидуальных заданий по оформлению платежных документов, расчёту налогов. Подготовка сообщений	20	
Тема 1.4. Информационное обеспечение, организация аналитической работы	Информационное обеспечение анализа. Основные источники информации для проведения экономического анализа. Организация аналитической работы на предприятии. Методика аналитической работы. План и этапы аналитической работы: установление цели и объёма экономического анализа, составление программы анализа, подбор и подготовка данных к анализу, проверка достоверности источников информации, приведение данных в сопоставимый вид. Группировка данных и составление графиков, диаграмм, аналитических таблиц. Обобщение и оформление результатов анализа, составление пояснительных записок, принятие решений. Контроль за выполнением предложений по результатам анализа	7	
Контрольная работа		2	
Итого за семестр		54	

Тема 1.5. Анализ деятельности организаций (предприятий), финансовых результатов деятельности	Значение, задачи и информационное обеспечение анализа показателей деятельности предприятия. Анализ выполнения плана. Методика и последовательность проведения анализа издержек. Анализ факторов, влияющих на уровень издержек, выявление резервов экономии издержек. Методика и последовательность проведения анализа валового дохода. Расчёт показателей прибыли и рентабельности. Анализ и оценка динамики, уровня и структуры прибыли. Задачи, основные направления и информационное обеспечение анализа финансового состояния предприятия. Финансовая отчётность как основной источник информации для оценки финансового состояния. Анализ имущественного состояния предприятия. Факторный анализ валового дохода, прибыли и рентабельности предприятия. Оценка платёжеспособности предприятия. Оценка финансовой устойчивости. Расчёт системы коэффициентов финансовой устойчивости	28	3
	<p>Практические занятия</p> <ul style="list-style-type: none"> • Выполнение анализа динамики основных показателей. • Выполнение анализа издержек. • Выполнение анализа валового дохода, прибыли и рентабельности. • Выполнение анализа результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятий 	14	2
	<p>Самостоятельная работа</p> <ul style="list-style-type: none"> • Работа с конспектами лекций. • Работа с нормативными документами. • Выполнение индивидуальных заданий по оформлению платёжных документов, расчёту налогов. • Подготовка сообщений 	25	
Обязательная аудиторная работа по выполнению курсовой работы (проекта)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Роль анализа в разработке основных показателей бизнес-плана. 2. Сметное планирование как основа сбалансированности бизнес-плана. 3. Экономический анализ как основа сметного планирования. 4. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности как основа принятия управленческих решений. 5. Комплексная оценка экономической эффективности организации. 6. Анализ состояния и эффективности использования имущества организации. 7. Анализ взаимосвязи “затраты - объем - прибыль” в процессе принятия решения о перспективах развития организации. 	14	2

<p>8. Виды комплексного экономического анализа и их значения для оценки хозяйственной деятельности.</p> <p>9. Анализ системы экономических показателей оценки эффективности бизнеса.</p> <p>10. Маркетинговый анализ как часть комплексного анализа хозяйственной деятельности организации.</p> <p>11. Анализ и прогноз конъюнктуры рынка.</p> <p>12. Анализ стратегии организации на внешнем и внутреннем рынке и качества ее маркетинговой работы.</p> <p>13. Анализ организационной и плановой системы организации и ее информационной инфраструктуры.</p> <p>14. Роль анализа в формировании ценовой политики организации.</p> <p>15. Анализ сбытовых возможностей организации.</p> <p>16. Товарная политика организации и роль анализа в ее формировании.</p> <p>17. Анализ достигнутого уровня и проблемы научно-технического развития организации</p> <p>18. Комплексная оценка ресурсного потенциала организации.</p> <p>19. Проблемы финансового и управленческого анализа на промышленных предприятиях.</p> <p>20. Управленческий анализ и комплексная оценка экономической эффективности организации.</p> <p>21. Факторный анализ инвестиционной активности организации.</p> <p>22. Анализ зависимости эффективности хозяйствования от уровня финансовой устойчивости организации.</p> <p>23. Анализ платежеспособности организации и причин возникновения банкротства.</p> <p>24. Анализ проблем реализации промышленной продукции и пути их решения.</p> <p>25. Анализ обновления продукции и ее качества.</p> <p>26. Анализ технико-организационного уровня и других условий производства.</p> <p>27. Анализ технической оснащенности производства.</p> <p>28. Жизненный цикл изделий, техники и технологии и оценка его влияния на организационно-технический уровень производства.</p> <p>29. Методика рейтингового анализа эмитентов и направления ее совершенствования.</p> <p>30. Сравнительная характеристика методик анализа финансовых результатов.</p> <p>31. Анализ поведения затрат и оценка их влияния на финансовые результаты деятельности организации.</p> <p>32. Анализ состояния и эффективности использования трудовых ресурсов организации.</p> <p>33. Анализ состояния и использования материальных ресурсов организации.</p>		
---	--	--

<p>34. Показатели затрат и себестоимости продукции методика их расчета и анализа.</p> <p>35. Особенности анализа переменных и постоянных затрат.</p> <p>36. Методика анализа прямых и косвенных затрат и направления ее совершенствования.</p> <p>37. Проблемы определения сущности комплексного экономического анализа хозяйственной деятельности.</p> <p>38. Современные представления о роли, методах экономического анализа в разработке и мониторинге основных плановых показателей работы коммерческой организации.</p> <p>39. Проблемы организации экономического анализа в системе маркетинга предприятия.</p> <p>40. Современные проблемы анализа и управления объемом производства и продаж.</p> <p>41. Проблемы экономического анализа технико-организационного уровня и других условий производства.</p> <p>42. Включение понятия “жизненного цикла” в экономический анализ на предприятии. Новые возможности и проблемы.</p> <p>43. Современные проблемы экономического анализа состояния и использования трудовых ресурсов предприятия.</p> <p>44. Современные проблемы экономического анализа предметов труда на предприятии.</p> <p>45. Современные проблемы анализа и управления затратами коммерческой организации.</p> <p>46. Проблемы экономического анализа финансовых результатов и эффективности для российских предприятий.</p> <p>47. Проблемы экономического анализа уровня использования экономического потенциала хозяйственного субъекта и оценки бизнеса.</p> <p>48. Проблемы анализа эффективности капитальных и финансовых вложений.</p> <p>49. Проблемы анализа финансового состояния коммерческой организации.</p> <p>50. Проблемы анализа финансовой устойчивости, ликвидности, платежеспособности организации.</p> <p>51. Проблемы рейтингового анализа эмитентов финансовых рынков.</p> <p>52. Основные источники, порядок формирования и анализ капитала.</p> <p>53. Анализ состояния имущества предприятия и источников его формирования.</p> <p>54. Анализ обеспеченности организации материальными ресурсами.</p> <p>55. Ситуационный анализ в управлении: роль и методика проведения.</p> <p>56. Информационная база технико-экономического анализа.</p> <p>57. Анализ как вид практической деятельности по управлению экономическим субъектам.</p>		
Экзамен		

		Итого за семестр	81	
МДК.02.03. Маркетинг			84	
Тема 2.1. Теоретические основы маркетинга	<p>Предмет, цели и задачи маркетинга.</p> <p>Маркетинг – концепция современной рыночной экономики. История и основные этапы развития маркетинга. Необходимость совершенствования маркетинга в современных условиях. Основные концепции развития рыночных отношений, их отличия. Маркетинг как одна из концепций, его сущность. Социально-этический маркетинг.</p> <p>Объекты и субъекты маркетинговой деятельности. Службы и отделы маркетинга в организациях, специализированные маркетинговые организации. Нормативные документы, регламентирующие деятельность этих служб. Международные и национальные организации по маркетингу.</p> <p>Окружающая среда маркетинга: понятие, виды. Факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда и контролируемые факторы. Разновидности макросреды. Конъюнктура рынка.</p> <p>Контроль и регулирование спроса. 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</p>		12	3
	<p>Практические занятия</p> <ul style="list-style-type: none"> • Выявление основных видов потребностей, а также удовлетворяющих их товаров и услуг. • Решение ситуационных задач. • Проведение анализа окружающей среды предприятия сферы услуг (на конкретном примере). • Подбор методов воздействия на уровень спроса (на конкретном примере) 		14	2
	<p>Самостоятельная работа</p> <ul style="list-style-type: none"> • Работа с конспектами лекций. • Работа с нормативными документами. • Подготовка докладов, презентаций на заданные темы. • Выполнение индивидуальных заданий. <p>Решение ситуационных задач</p>		14	

<p>Тема 2.2. Маркетинговая деятельность фирмы</p>	<p>Маркетинговая информация и маркетинговые исследования. Классификация маркетинговой информации. Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты. Особенности маркетинговых исследований. Виды исследований, особенности. Схема исследований. Коррекция и оптимизация результатов.</p> <p>Основные приёмы маркетинга. Сегментирование рынка. Оценка и выбор целевых рынков. Маркетинговые стратегии для сегментов рынков. Позиционирование – выбор и реализация стратегии.</p> <p>Анализ конкурентной среды и создание конкурентных принципов. Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров. Анализ слабых и сильных сторон конкурентов. Создание собственных конкурентных преимуществ. Выбор политики конкурентных ходов. Маркетинговые коммуникации. Основные решения при создании рекламы. Рекламная стратегия. Выбор средств распространения рекламы. Оценка рекламы. Бюджет рекламы. Организация рекламной кампании. Связи с общественностью. Ценовая политика. Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Назначение цен в маркетинге. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Факторы, влияющие на формирование цен. Сбытовая политика. Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товаров, сбытовая политика – её цели и задачи. Средства сбыта: каналы распространения, распределения, их виды, уровни. Критерии выбора каналов сбыта. Торговые посредники, факторы, влияющие на выбор посредников. Анализ и оценка эффективности сбытовой политики</p>	<p>14</p>	
---	--	-----------	--

	Практические занятия <ul style="list-style-type: none"> • Выполнение анализа маркетинговой информации. Решение ситуационных задач. • Выполнение анализа целевого рынка. Решение ситуационных задач по темам: «Сегментирование рынка определённого товара на основе географического и демографического принципа», «Сегментирование на основе психологического и поведенческого принципа». • Оценка сильных и слабых сторон конкурентов (на примере конкретной ситуации). • Формирование конкурентной стратегии (на примере конкретной ситуации). • Организация рекламной кампании: выбор средств, составление рекламных текстов, оценка эффективности. • Выполнение анализа ценовой политики организации. • Выбор средств стимулирования объекта для конкретного товара, услуги 	14	2
	Самостоятельная работа <ul style="list-style-type: none"> • Работа с конспектами лекций. • Работа с нормативными документами. • Подготовка докладов, презентаций на заданные темы. • Выполнение индивидуальных заданий. Решение ситуационных задач	14	
Дифференцированный зачёт		2	
Итого за семестр		84	
Производственная практика (по профилю специальности)	Виды работ: <ul style="list-style-type: none"> • оформление финансовых документов и отчётности; • проведение денежных расчётов; • выполнение расчёта основных налогов; • выполнение анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации; • выявление потребностей (спроса) на товары; • реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка; • участие в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций; • выполнение анализа маркетинговой среды организации 	72	
Всего:		426	

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. Материально-техническое обеспечение

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинетов: финансы, налоги и налогообложение, маркетинг, бухгалтерского учета и кабинета информатики.

Оборудование учебных кабинетов:

- учебные места для обучающихся,
- рабочее место преподавателя,
- мультимедийный проектор,
- ноутбук,
- экран,
- учебная доска,
- наглядные учебные пособия по дисциплине,
- плакаты,
- дидактические средства обучения,
- персональный компьютер с выходом в интернет,
- магнитно-маркерная доска,
- принтер.

Программное обеспечение:

- Office Professional Plus 2016 Russian OLP NL AcademicEdition (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access), основание Акт предоставления прав № Tr035773 от 22 июля 2016 года, АО «СофтЛайн Трейд»
- Программа компьютерного тестирования знаний MyTestXPro – акт предоставления прав № IT168538 от 01.10.2013
- Google Chrome – Интернет-браузер. Свободное ПО // бессрочно
- Opera – Интернет-браузер. Свободное ПО // бессрочно
- AdobeAcrobatReader DC – Программа просмотра файлов в формате PDF Свободное ПО // бессрочно
- 7-ZIP – архиватор. Свободное ПО // бессрочно

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература:

1. Финансы, налоги и налогообложение : учебник / Бондарева Н.А., под ред., Андреева М.Ю., Плясова С.В., Труфанова С.А., Созаева Д.А. — Москва : КноРус, 2021. — 240 с. — ISBN 978-5-406-07868-6. — URL: <https://book.ru/book/938464>
2. Кувшинов, М.С. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учебник / Кувшинов М.С., Хазанович Э.С. — Москва : КноРус, 2021. — 271 с. — ISBN 978-5-406-08097-9. — URL: <https://book.ru/book/939065>

3. Парамонова, Т.Н. Маркетинг : учебное пособие / Парамонова Т.Н., Красюк И.Н. — Москва : КноРус, 2020. — 189 с. — ISBN 978-5-406-07433-6. — URL: <https://book.ru/book/932563>
4. Ковалева, Т.М. Финансы, денежное обращение и кредит.: учебник / Ковалева Т.М. и др. — Москва : КноРус, 2019. — 168 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-06551-8. — URL: <https://book.ru/book/930019>

Дополнительная литература:

5. Финансы и кредит. : учебное пособие / Лаврушин О.И. под ред. и др. — Москва : КноРус, 2020. — 315 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-07339-1. — URL: <https://book.ru/book/932286>
6. Борисова, Е.В. Учебно-практическое пособие «сборник задач по экономическому анализу: учебно-практическое пособие / Борисова Е.В., Агапова Т.Н. — Москва : Русайнс, 2017. — 164 с. — ISBN 978-5-4365-2002-5. — URL: <https://book.ru/book/924097>
7. Парамонова, Т.Н. Маркетинг. : учебное пособие / Парамонова Т.Н., Красюк И.Н. — Москва : КноРус, 2020. — 189 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-07433 — URL: <https://book.ru/book/932563>
8. Грибов, В.Д. Основы маркетинга сферы услуг. : учебное пособие / Грибов В.Д. — Москва : КноРус, 2019. — 168 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-06869— URL: <https://book.ru/book/930999>
9. Ильина, В.Н. Налоги и налогообложение. + eПриложение: Тесты : учебное пособие / Ильина В.Н. — Москва : КноРус, 2020. — 221 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-07448-0. — URL: <https://book.ru/book/932584>
10. Гавель, О.Ю. Экономический анализ в схемах и определениях : учебное пособие / Гавель О.Ю. — Москва : Русайнс, 2020. — 374 с. — ISBN 978-5-4365-2600-3. — URL: <https://book.ru/book/933654>
11. Никифорова, Н.А. Комплексный экономический анализ. : учебник / Никифорова Н.А. — Москва : КноРус, 2019. — 439 с. — (бакалавриат). — ISBN 978-5-406-06808-3. — URL: <https://book.ru/book/932547>
12. Пястолов, С.М. Основы экономики, менеджмента и маркетинга. Практикум : учебно-практическое пособие / Пястолов С.М. — Москва : КноРус, 2020. — 193 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-07727-6. — URL: <https://book.ru/book/933583>
13. Пястолов, С.М. Основы экономики, менеджмента и маркетинга. Учебник+e-Приложение : учебник / Пястолов С.М. — Москва : КноРус, 2019. — 246 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-06870-0. — URL: <https://book.ru/book/931838>

Интернет-ресурсы:

1. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" – <http://window.edu.ru/>
2. [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru;);
3. www.book.ru.

4. Министерство финансов Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.minfin.ru
5. Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.nalog.ru

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Реализация профессионального модуля может проходить независимо от других предметов.

Аттестация по итогам изучения профессионального модуля проводится с учётом результатов производственной практики, подтверждённых документами соответствующих организаций.

Завершается освоение междисциплинарного курса (промежуточный контроль) экзаменом или дифференцированным зачётом, освоение программы профессионального модуля – проведением экзамена (квалификационного).

Обязательным условием допуска студентов к производственной практике (по профилю специальности) является завершение теоретического обучения в рамках профессионального модуля «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» с выполнением и защитой курсовой работы

Консультации для обучающихся предусматриваются в период изучения модуля в объёме, определённом учебным планом образовательного учреждения.

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

Результаты (освоенные ПК)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 2.1. Использовать данные бухгалтерского учёта для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учёт товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации	<ul style="list-style-type: none"> • обоснованность выбора данных бухгалтерского учёта для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности; • соблюдение последовательности действий при проведении учёта товаров в соответствии с инструкцией; • соответствие оформления документации по учёту товаров установленным требованиям (стандартам); • соблюдение последовательности действий при проведении инвентаризации в соответствии с нормативными документами; 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • на практических занятиях (при решении ситуационных задач, подготовке докладов) • при выполнении работ на различных этапах производственной практики; • при проведении тестирования, зачёта по МДК, экзамена (квалификационного) по модулю

	<ul style="list-style-type: none"> • соответствие оформления результатов инвентаризации установленным требованиям (стандартам) 	
ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • обоснованность выбора экономических методов в конкретных практических ситуациях; • правильность расчёта микроэкономических показателей; • полнота анализа микроэкономических показателей; • полнота анализа рынков ресурсов 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • на практических занятиях (при решении ситуационных задач, подготовке докладов) • при выполнении работ на различных этапах производственной практики;
ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату	<ul style="list-style-type: none"> • правильность расчёта основных экономических показателей коммерческой организации; • правильность расчёта цены продукции; • правильность расчёта заработной платы сотрудников и ФОТ предприятия 	<p>при проведении тестирования, зачёта по МДК, экзамена (квалификационного) по модулю</p>
ПК 2.5. Выявлять	<ul style="list-style-type: none"> • правильность определения 	

<p>потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров</p>	<p>потребности;</p> <ul style="list-style-type: none"> • правильность выявления типа маркетинга в соответствии с потребностями потребителя; • аргументированность формирования спроса; • аргументированность выбора методов стимулирования сбыта 	
<p>ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации</p>	<ul style="list-style-type: none"> • логичность обоснования целесообразности использования маркетинговых коммуникаций; • правильность применения маркетинговых коммуникаций 	
<p>ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений</p>	<ul style="list-style-type: none"> • правильность соблюдения последовательности проведения маркетинговых исследований; • обоснованность принятия маркетинговых решений в соответствии с типовыми 	
<p>ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации</p>	<ul style="list-style-type: none"> • обоснованность принятия решений при реализации сбытовой политики; • правильность оценки конкурентоспособности товаров; • правильность оценки конкурентных преимуществ организации 	
<p>ПК 2.9. Применять методы и приёмы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчёты с покупателями, составлять финансовые документы и отчёты</p>	<ul style="list-style-type: none"> • обоснованность выбора методов и приёмов анализа финансово- хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности; • правильность действий при осуществлении денежных расчётов с покупателями в соответствии с нормативными документами; • правильность составления финансовой документации и отчётности в соответствии требованиями (стандартами) 	<p>Экспертная оценка результатов деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы:</p> <ul style="list-style-type: none"> • на практических занятиях (при решении ситуационных задач, подготовке докладов) • при выполнении работ на различных этапах производственной практики; при проведении тестирования, зачёта по МДК, экзамена (квалификационного) по модулю

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся сформированность не только профессиональных компетенций, но и общих компетенций.

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	<ul style="list-style-type: none"> • 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 	<p>Оценка устного и письменного опросов.</p> <p>Оценка результатов тестирования.</p> <p>Оценка результатов практической работы.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы (индивидуальное домашнее задание).
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • 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, профессионального и личностного развития	<ul style="list-style-type: none"> • эффективный поиск необходимой информации; • использование различных источников, включая электронные 	<p>Оценка устного и письменного опросов.</p> <p>Оценка результатов тестирования.</p> <p>Оценка результатов практической работы.</p>
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	<ul style="list-style-type: none"> • взаимодействие: • с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения; • с потребителями и коллегами в ходе производственной практики 	<p>Оценка результатов внеаудиторной самостоятельной работы (индивидуальное домашнее задание).</p>
ОК 7. Самостоятельно определять задачи	<ul style="list-style-type: none"> • организация самостоятельных занятий при 	

<p>профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации</p>	<p>изучении профессионального модуля;</p> <ul style="list-style-type: none"> • ориентация на обучение в течение всей жизни 	
<p>ОК 10. Логически верно, аргументированно и ясно излагать устную и письменную речь</p>	<ul style="list-style-type: none"> • использование в речи специальных терминов в соответствии со спецификой получаемой профессии; • отсутствие недостатков в развитии речи 	
<p>ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий</p>	<ul style="list-style-type: none"> • соблюдение норм действующего законодательства; • учёт в профессиональной деятельности обязательных требований нормативных документов, стандартов, технических условий 	