



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:** Абакаров Шамиль Магомедович – учредитель, генеральный директор ООО «УК Универсал»

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 30 июня 2021 г.).

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ.....	4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	9
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	18
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	20

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

### 1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности: «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

#### 1.1.1. Перечень общих компетенций и личностных результатов

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 02	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 03	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 04	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 06	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 07	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 10	Логически верно, аргументированно и ясно излагать устную и письменную речь.
ОК 12	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.

#### Планируемые личностные результаты

ЛР 13	Соблюдающий в своей профессиональной деятельности этические принципы: честности, независимости, профессионального скептицизма, противодействия коррупции и экстремизму, обладающий системным мышлением и умением принимать решение в условиях риска и неопределенности
ЛР 14	Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость
ЛР 15	Открытый к текущим и перспективным изменениям в мире труда и профессий
ЛР 17	Владеющий навыками принятия решений социально-бытовых вопросов
ЛР 18	Владеющий физической выносливостью в соответствии с требованиями профессиональных компетенций
ЛР 19	Осознающий значимость ведения ЗОЖ для достижения собственных и

	общественно-значимых целей
ЛР 20	Способный формировать проектные идеи и обеспечивать их ресурснопрограммной деятельностью

### 1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 2	Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности
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.

### 1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Иметь практический опыт	<ul style="list-style-type: none"> <li>– учета товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей); проведения инвентаризации; контроля результатов и планирования коммерческой деятельности на основе бухгалтерского учета.</li> <li>– оформления и проверки правильности составления организационно-распорядительных документов; заполнения документов с использованием автоматизированных систем;</li> <li>– поиска документов, использования телекоммуникационных технологий в электронном документообороте.</li> <li>– применения в практических ситуациях экономические методы; расчета микроэкономических показателей.</li> <li>– оформления финансовых документов и отчетов;</li> <li>– проведения денежных расчетов; расчета основных налогов, основных экономических показателей</li> <li>– деятельности организации, цены, заработной платы.</li> </ul>
-------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– выявления потребностей (спроса) на товары;</li> <li>– обработки и результатов социологического опроса.</li> <li>– участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;</li> <li>– расчета динамики продаж товаров и их доли в общем товарообороте для определения вида коммуникаций.</li> <li>– анализа маркетинговой среды организации; разработки и реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;</li> <li>– проведения маркетингового исследования.</li> <li>– определения факторов конкурентоспособности товаров; оценки экспертным методом конкурентных преимуществ предприятия;</li> <li>– реализации сбытовой политики организации в пределах своих должностных обязанностей.</li> <li>– анализа показателей финансово- хозяйственной деятельности торговой организации; оформления и составления финансовой отчетности; проведения денежных расчетов с покупателями.</li> </ul>
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>– определять организационно- правовые формы организаций; планировать деятельность организации;</li> <li>– определять состав материальных, трудовых и финансовых ресурсов организации; заполнять первичные документы по экономической деятельности организации;</li> <li>– рассчитывать по принятой методологии основные экономические показатели деятельности организации, цены и заработную плату;</li> <li>– находить и использовать</li> <li>– необходимую экономическую информацию; анализировать рынки ресурсов; составлять финансовые документы и отчеты;</li> <li>– осуществлять денежные расчеты; пользоваться нормативными правовыми актами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;</li> <li>– рассчитывать основные налоги; определять и анализировать основные экономические показатели (отчет о прибылях и убытках) работы организации.</li> <li>– выявлять, формировать и удовлетворять потребности;</li> <li>– проводить сегментацию потребителей;</li> <li>– определять тип маркетинга для обеспечения целей организации;</li> <li>– обеспечивать распределение через каналы сбыта товаров. продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций; выбирать средства массовой коммуникации для продвижения товара.</li> <li>– осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации; проводить маркетинговые исследования рынка;</li> <li>– принимать маркетинговые решения. Оценивать конкурентоспособность товаров; выявлять основных конкурентов торгового предприятия; обеспечивать распределение через каналы сбыта;</li> <li>– анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций; рассчитывать основные налоги, применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа.</li> </ul>
Знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>– основы планирования коммерческой деятельности;</li> <li>– основные понятия по инвентаризации, показатели учета товаров; нормативное регулирование бухгалтерского учета и отчетности;</li> </ul>

	<p>методологические основы бухгалтерского учета, его счета и двойную запись;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– план счетов, объекты бухгалтерского учета; бухгалтерскую отчетность;</li> <li>– основные показатели учета товаров.</li> <li>– основные понятия: цели, задачи и принципы обеспечения управления;</li> <li>– системы документационного обеспечения управления, их автоматизацию;</li> <li>– классификацию документов;</li> <li>– требования к составлению и оформлению документов;</li> <li>– организацию документооборота: прием, обработку, регистрацию, контроль, хранение документов, номенклатуру дел; виды организационно-распорядительных документов.</li> <li>– основные принципы построения экономической системы организации;</li> <li>– управление основными и оборотными средствами;</li> <li>– состав материальных, трудовых и финансовых ресурсов организации, показатели их эффективного использования; механизмы ценообразования, формы оплаты труда;</li> <li>– основные экономические показатели деятельности организации и методику их расчета; планирование деятельности организации.</li> <li>– сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;</li> <li>– финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля; основные положения налогового законодательства;</li> <li>– функции и классификацию налогов; организацию налоговой службы;</li> <li>– методику расчета основных видов налогов; основные экономические показатели работы организации;</li> <li>– механизмы ценообразования, формы оплаты труда.</li> <li>– составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;</li> <li>– средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров; виды спроса на товары.</li> <li>– маркетинговые коммуникации и их характеристику; виды и средства маркетинговых коммуникаций, виды рекламы.</li> <li>– методы сбора, хранения, обработки и оценки информации; методы изучения рынка, анализа окружающей среды;</li> <li>– этапы маркетинговых исследований, их результат;</li> <li>– виды маркетинговых решений; управление маркетингом.</li> <li>– конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности товара; сущность экспертного метода оценки конкурентоспособности предприятия и товара;</li> <li>– основы сбытовой политики организации;</li> <li>– методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; информационное обеспечение, организацию аналитической работы;</li> <li>– анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности; основы финансирования, налогового законодательства, методологические основы анализа финансово- хозяйственной деятельности торговой организации;</li> <li>– порядок денежных расчетов с покупателями.</li> </ul>
--	--

## **1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля**

Всего часов 426 часов:

в том числе в форме практической подготовки 72 часа (2 недели).

Из них на освоение МДК 354 часов,

в том числе самостоятельная работа 118 часов.

Промежуточная аттестация – экзамен и защита курсовой работы по МДК.02.02, дифференцированный зачет по МДК.02.01, МДК.02.03 и по производственной практике.



## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 2.1. Структура профессионального модуля

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

## 2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (ПМ)

Наименование разделов ПМ, МДК и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающегося, курсовая работа (проект)	Объём часов
<b>ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности</b>		<b>354</b>
<b>МДК.02.01. Финансы, налоги и налогообложение</b>		<b>135</b>
Введение	Цели, задачи и структура профессионального модуля. Последовательность освоения профессиональных компетенций. Требования к уровню знаний и умений. Краткая характеристика основных разделов модуля	7
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
	<b>Практические занятия</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Составление отчёта о прибылях и убытках юридических лиц.</li> <li>Изучение и оформление платёжных документов предприятий</li> </ul>	19
	<b>Самостоятельная работа:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Работа с конспектами лекций.</li> <li>Работа с нормативными документами.</li> <li>Выполнение индивидуальных заданий по оформлению платёжных документов, расчёту налогов.</li> </ul> Подготовка сообщений	20
<b>Итого за семестр</b>		<b>54</b>
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
	<b>Практические занятия</b>	28

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Изучение нормативно-правовых документов.</li> <li>Выполнение расчёта налога на доходы физических лиц.</li> <li>Выполнение расчёта страховых взносов.</li> <li>Выполнение расчёта транспортного налога.</li> <li>Выполнение расчёта налога на добавленную стоимость.</li> <li>Выполнение расчёта налога на имущество.</li> <li>Выполнение расчёта налога на прибыль организаций</li> </ul>	
	<p><b>Самостоятельная работа:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Работа с конспектами лекций.</li> <li>Работа с нормативными документами.</li> <li>Выполнение индивидуальных заданий по оформлению платежных документов, расчёту налогов.</li> </ul> <p>Подготовка сообщений</p>	28
<b>Дифференцированный зачёт</b>		<b>2</b>
<b>Итого за семестр</b>		<b>81</b>
<b>МДК.02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности</b>		<b>135</b>
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
	<p><b>Практические занятия</b></p> <p>1. Выполнение анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности организации (предприятия) с использованием различных методов факторного анализа</p>	19
	<p><b>Самостоятельная работа</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Работа с конспектами лекций.</li> <li>Работа с нормативными документами.</li> <li>Выполнение индивидуальных заданий по оформлению платежных документов, расчёту налогов.</li> </ul> <p>Подготовка сообщений</p>	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
<b>Итого за семестр</b>		<b>54</b>
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
	<b>Практические занятия</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Выполнение анализа динамики основных показателей.</li> <li>• Выполнение анализа издержек.</li> <li>• Выполнение анализа валового дохода, прибыли и рентабельности.</li> <li>• Выполнение анализа результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятий</li> </ul>	14
	<b>Самостоятельная работа</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Работа с конспектами лекций.</li> <li>• Работа с нормативными документами.</li> <li>• Выполнение индивидуальных заданий по оформлению платёжных документов, расчёту налогов.</li> <li>• Подготовка сообщений</li> </ul>	25
Обязательная аудиторная работа по выполнению курсовой работы (проекта)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Роль анализа в разработке основных показателей бизнес-плана.</li> <li>2. Сметное планирование как основа сбалансированности бизнес-плана.</li> <li>3. Экономический анализ как основа сметного планирования.</li> <li>4. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности как основа принятия управленческих решений.</li> <li>5. Комплексная оценка экономической эффективности организации.</li> </ol>	14

- |   |  |
|---|--|
| <ol style="list-style-type: none"><li>6. Анализ состояния и эффективности использования имущества организации.</li><li>7. Анализ взаимосвязи “затраты - объем - прибыль” в процессе принятия решения о перспективах развития организации.</li><li>8. Виды комплексного экономического анализа и их значения для оценки хозяйственной деятельности.</li><li>9. Анализ системы экономических показателей оценки эффективности бизнеса.</li><li>10. Маркетинговый анализ как часть комплексного анализа хозяйственной деятельности организации.</li><li>11. Анализ и прогноз конъюнктуры рынка.</li><li>12. Анализ стратегии организации на внешнем и внутреннем рынке и качества ее маркетинговой работы.</li><li>13. Анализ организационной и плановой системы организации и ее информационной инфраструктуры.</li><li>14. Роль анализа в формировании ценовой политики организации.</li><li>15. Анализ сбытовых возможностей организации.</li><li>16. Товарная политика организации и роль анализа в ее формировании.</li><li>17. Анализ достигнутого уровня и проблемы научно-технического развития организации</li><li>18. Комплексная оценка ресурсного потенциала организации.</li><li>19. Проблемы финансового и управленческого анализа на промышленных предприятиях.</li><li>20. Управленческий анализ и комплексная оценка экономической эффективности организации.</li><li>21. Факторный анализ инвестиционной активности организации.</li><li>22. Анализ зависимости эффективности хозяйствования от уровня финансовой устойчивости организации.</li><li>23. Анализ платежеспособности организации и причин возникновения банкротства.</li><li>24. Анализ проблем реализации промышленной продукции и пути их решения.</li><li>25. Анализ обновления продукции и ее качества.</li><li>26. Анализ технико-организационного уровня и других условий производства.</li><li>27. Анализ технической оснащенности производства.</li><li>28. Жизненный цикл изделий, техники и технологии и оценка его влияния на организационно-технический уровень производства.</li><li>29. Методика рейтингового анализа эмитентов и направления ее совершенствования.</li><li>30. Сравнительная характеристика методик анализа финансовых результатов.</li><li>31. Анализ поведения затрат и оценка их влияния на финансовые результаты деятельности организации.</li><li>32. Анализ состояния и эффективности использования трудовых ресурсов организации.</li><li>33. Анализ состояния и использования материальных ресурсов организации.</li><li>34. Показатели затрат и себестоимости продукции методика их расчета и анализа.</li><li>35. Особенности анализа переменных и постоянных затрат.</li><li>36. Методика анализа прямых и косвенных затрат и направления ее совершенствования.</li></ol> |  |
|---|--|

	<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>	
	<b>Экзамен</b>	
	<b>Итого за семестр</b>	<b>81</b>
<b>МДК.02.03. Маркетинг</b>		<b>84</b>
Тема 2.1. Теоретические основы маркетинга	Предмет, цели и задачи маркетинга. 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	12

	<p>маркетинг.          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.          Окружающая среда маркетинга: понятие, виды. Факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда и контролируемые факторы. Разновидности макросреды. Конъюнктура рынка.          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>	
	<p><b>Практические занятия</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Выявление основных видов потребностей, а также удовлетворяющих их товаров и услуг.</li> <li>• Решение ситуационных задач.</li> <li>• Проведение анализа окружающей среды предприятия сферы услуг (на конкретном примере).</li> <li>• Подбор методов воздействия на уровень спроса (на конкретном примере)</li> </ul>	14
	<p><b>Самостоятельная работа</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Работа с конспектами лекций.</li> <li>• Работа с нормативными документами.</li> <li>• Подготовка докладов, презентаций на заданные темы.</li> <li>• Выполнение индивидуальных заданий.</li> </ul> <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>
---	--	-----------



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

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:**

Кабинет финансов, налогов и налогообложения оснащён:

54 учебных места, рабочее место преподавателя, мультимедийный проектор, ноутбук, интерактивная доска, учебная доска, экран, наглядные учебные пособия по дисциплине, плакаты, дидактические средства обучения

**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»

Программой 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

**3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы, рекомендованные ФУМО, для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список, может быть дополнен новыми изданиями.

**3.2.1. 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>

### **3.2.2. 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>

### **3.2.3. Интернет - ресурсы**

1. <https://book.ru>.

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
<p>ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</p> <p>ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p> <p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p> <p>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p> <p>ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p> <p>ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p> <p>ОК 10. Логически верно, аргументированно и ясно излагать устную и письменную речь.</p> <p>ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.</p> <p>ПК 2.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.</p> <p>ПК 2.2. Оформлять, проверять</p>	<p><u>Отлично:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– даны исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы, правильно и рационально (с использованием рациональных методик) решены соответствующие задачи;</li> <li>– в ответах выделялось главное, все теоретические положения умело увязывались с требованиями руководящих документов;</li> <li>– ответы были четкими и краткими, а мысли излагались в логической последовательности;</li> <li>– показано умение самостоятельно анализировать факты, события, явления, процессы в их взаимосвязи и диалектическом развитии.</li> </ul> <p><u>Хорошо:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– даны полные, достаточно обоснованные ответы на поставленные вопросы, правильно решены практические задания;</li> <li>– в ответах не всегда выделялось главное, отдельные положения недостаточно увязывались с требованиями руководящих документов, при решении практических задач не всегда использовались рациональные методики расчётов;</li> <li>– ответы в основном были краткими, но не всегда четкими.</li> </ul> <p><u>Удовлетворительно:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– даны в основном</li> </ul>	<p><u>Текущий контроль</u> в форме: устного и письменного опросов; тестирования; оценки результатов практической работы и результатов внеаудиторной самостоятельной работы.</p> <p><u>Промежуточная аттестация</u> в форме: экзамена – 5 семестр, дифференцированного зачета – 5 семестр, защиты курсовой работы – 5 семестр.</p>

<p>правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.</p> <p>ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.</p> <p>ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.</p> <p>ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.</p> <p>ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.</p> <p>ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.</p> <p>ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.</p> <p>ПК 2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.</p>	<p>правильные ответы на все поставленные вопросы, но без должной глубины и обоснования, при решении практических задач студент использовал прежний опыт и не применял новые методики выполнения расчётов, однако на уточняющие вопросы даны в целом правильные ответы;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– при ответах не выделялось главное;</li> <li>– ответы были многословными, нечеткими и без должной логической последовательности;</li> <li>– на отдельные дополнительные вопросы не даны положительные ответы.</li> </ul> <p><u>Неудовлетворительно:</u> Выставляется обучающемуся, если не выполнены требования, соответствующие оценке «удовлетворительно».</p>	
---	---	--