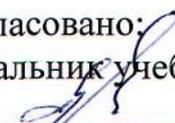


Рабочая программа профессионального модуля «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 38.02.04 Коммерция (по отраслям) базовой подготовки.

Согласовано:
Начальник учебной части колледжа

И.С. Стуканова
«28» июня 2021 г.

Принята на заседании методической комиссии
Протокол №8 от «25» июня 2021 г.
Председатель методической комиссии:


Н.А. Зверева

Разработали преподаватели: Порядина Т.В., Лескова Э.А.

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	9
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	16
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	23

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

1.1. Область применения примерной программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее – рабочая программа) – является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям) базовой подготовки в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 2.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.

ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.

ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.

ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.

ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.

ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.

ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.

ПК 2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке в области организации и проведения экономической и маркетинговой деятельности на базе среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

1.2. Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения 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 отчетов;
- проведения денежных расчетов;
- расчета основных налогов;
- анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;
- выявления потребностей (спроса) на товары;
- реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;
- участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;
- анализа маркетинговой среды организации;

уметь:

- составлять финансовые документы и отчеты;
- осуществлять денежные расчеты;
- пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;
- рассчитывать основные налоги;
- анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;
- применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;
- выявлять, формировать и удовлетворять потребности;
- обеспечивать распределение и продвижение товаров на рынке через каналы сбыта с использованием типов маркетинга
- проводить маркетинговые исследования рынка;
- оценивать конкурентоспособность товаров;

знать:

- сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;
- финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля;
- основные положения налогового законодательства;
- функции и классификацию налогов;
- организацию налоговой службы;
- методику расчета основных видов налогов;
- методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; информационное обеспечение, организацию аналитической работы; анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;

- составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
- средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;
- методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
- конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;
- этапы маркетинговых исследований, их результат;
- управление маркетингом.

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля

всего – 420 часов, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 384 часа, включая:

обязательную аудиторную учебную нагрузку – 256 часов,

самостоятельную работу обучающегося – 128 часов;

учебной практики – нет;

производственной практики – 36 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Код	Наименование результата обучения
ПК 2.1.	Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.
ПК 2.2.	Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.
ПК 2.3.	Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.
ПК 2.4.	Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.
ПК 2.5.	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.
ПК 2.6.	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.
ПК 2.7.	Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.
ПК 2.8.	Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.
ПК 2.9.	Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.

ОК 1.	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. Тематический план профессионального модуля ПМ.02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля *	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, Часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч. курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК 2.1. ПК 2.2. ПК 2.3.	МДК.02.01. Финансы, налоги и налогообложение. Раздел 1. Составление финансовых документов и отчетов.	120	40	20	-	20	-	-	12
ПК 2.4. ПК 2.9.	Раздел 2. Организация проведения расчетов с бюджетом и внебюджетными фондами по основным видам налогов.		40	20		20	-		
ПК 2.1. ПК 2.2. ПК 2.3.	МДК.02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности. Раздел 3. Контроль и анализ результатов финансово-хозяйственной деятельности		114	76	40		38	-	

*

ПК 2.4.	торговой организации								
ПК 2.9.									
ПК 2.5	МДК.02.03. Маркетинг.	150	20	-		10		-	12
ПК 2.6	Раздел 1. Методологические основы маркетинга		80	32		40			
ПК 2.7 ПК 2.8	Раздел 2. Практический маркетинг								
	ПП.02. Производственная практика (по профилю специальности)	36							36
	Всего:	420	256	112		128	-	-	36

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ.02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК.02.01. Финансы, налоги и налогообложение		60	
Раздел 1. Составление финансовых документов и отчетов.			
Тема 1.1. Финансы и финансовая система страны	Содержание	6	
	1. Сущность и происхождение денег. Виды и функции денег. Современные кредитные деньги. Денежное обращение страны.		1
	2. Сущность и роль финансов в экономике страны. Виды финансовых отношений. Функции финансов. Финансовая система страны.		1
	3. Финансовая политика государства, её цели и направления. Сущность управления финансами. Финансовый механизм, его структура.	1	
	Самостоятельная работа. Презентация (конспект) Сущность, происхождение и	5	3

	виды денег.		
Тема 1.2. Основы организации финансов предприятий. Формы отчетности предприятий.	Содержание	4	
	1. Финансы предприятий, их состав и место в финансовой системе. Принципы и особенности их организации. Финансовые ресурсы предприятия и источники их формирования.		1
	2. Доходы, расходы предприятия, их классификация. Понятие и виды прибыли. Формирование и расходование чистой прибыли. Показатели рентабельности.		2
	3. Статистическая и финансовая отчетность предприятия. Структура и содержание форм отчетности.		2
	Практические занятия		
	1. Составление схемы классификации доходов и расходов и формирования прибыли предприятия.	2	2
	2. Определение величины прибыли и показателей рентабельности.	2	2
	3. Расчет показателей структуры бухгалтерского баланса и отчета о прибылях и убытках.	4	2
	Самостоятельная работа. Направления финансовой политики РФ на современном этапе.	5	3
	Тема 1.3. Организация денежно-кредитных отношений предприятия.	Содержание	4
1. Денежный оборот и система расчетов на предприятии. Формы безналичных расчетов и платежных документов.		2	
2. Сущность и роль кредита в развитии экономики. Виды кредитов. Принципы кредитования.		1	
3. Структура и содержание кредитного договора. Порядок его заключения. Расчеты по кредиту.		2	
Практические занятия			
1. Составление схем документооборота при безналичных расчетах.		2	2
2. Заполнение форм платежных документов.		2	2
3. Изучение и заполнение форм заявления и кредитного договора.		2	2
4. Расчет с составление графика погашения кредита.		2	2
Самостоятельная работа. Изучение банковских продуктов, предлагаемых для кредитования юридических лиц по данным официальных сайтов ведущих банков страны.		5	3
Тема 1.4. Финансовое планирование и финансовый контроль на предприятии	Содержание	6	
	1. Сущность и значение финансового планирования и прогнозирования. Понятие и виды финансовых планов.		1
	2. Методы расчета финансовых показателей. Расчетно-аналитический, нормативный и балансовый методы.		1

	3.	Сущность и значение финансового контроля. Виды, формы проведения и методы контроля.		1
	4.	Учет и отчетность о движении товарно-материальных ценностей как элемент финансового контроля.		2
	Практические занятия			
	1.	Планирование показателей деятельности торгового предприятия.	2	2
	2.	Составление форм отчетности о движении товаров.	2	2
	Самостоятельная работа Функции финансового менеджмента, их значение в процессе управления организацией.		5	3
Раздел 2. Организация проведения расчетов с бюджетом и внебюджетными фондами по основным видам налогов.			60	
Тема 2.1. Сущность место и функции налогов в социально-экономической сфере	Содержание			
	1.	Понятие налога и сбора. Возникновение и развитие системы налогообложения в России. Принципы налогообложения. Сущность и место налога в социально-экономической сфере. Система налогов и сборов. Виды налогов и сборов в РФ. Общие условия установления налогов и сборов. Налоги как инструмент бюджетного регулирования, их экономическая сущность. Основные элементы налогов. Функции налогов и сборов.	2	1
Тема 2.2. Налоговая система и налоговая политики государства	Содержание			
	1	Понятие налоговой системы. Принципы построения налоговой системы, ее структура. Характеристики элементов налоговой системы. Источники уплаты налогов и сборов. Субъекты налоговой системы, их права и обязанности: налогоплательщики и плательщики сборов, налоговые агенты, налоговые органы. Отношения, регулируемые законодательством о налогах и сборах. Участники отношений, регулируемых законодательством о налогах и сборах. Законодательство о налогах и сборах. Налоговый кодекс РФ. Нормативные акты, регулирующие отношения в области налогообложения.	2	1
Тема 2.3. Основные виды федеральных налогов	Содержание			
	1.	Косвенные налоги: НДС и акцизы : налогоплательщики, объект налогообложения, место реализации, налоговая база и особенности ее определения в зависимости от вида деятельности. Налоговые периоды и ставки. Льготы и порядок освобождения от уплаты налога. Налоговые вычеты и порядок их применения. Порядок исчисления НДС. Порядок исчисления акцизов.	4	1
	2.	Налог на прибыль: плательщики, объект налогообложения. Порядок определения доходов, классификация доходов. Расходы. Группировка расходов по элементам, внереализационные расходы. Порядок определения	2	1

		налоговой базы. Налоговые ставки. Налоговый и отчетные периоды. Порядок исчисления авансовых платежей и налога на прибыль.		
	3.	Налог на доходы физических лиц: плательщики, объект налогообложения, особенности исчисления налоговой базы. Налоговый период. Доходы, не подлежащие налогообложению. Налоговые вычеты: стандартные, социальные, имущественные, профессиональные. Налоговые ставки. Порядок исчисления и сроки уплаты налога.	2	1
	4.	Страховые взносы: плательщики, объект налогообложения, налоговая база, суммы не подлежащие налогообложению. Ставки налога. Налоговые льготы. Налоговый и отчетный период. Порядок исчисления и сроки уплаты налога.	2	1
	Практические занятия			
	1.	Расчет налога на добавленную стоимость. Оформление декларации по НДС.	4	2
	2.	Расчет сумм акцизов.	2	2
	3.	Определение налоговой базы и расчет суммы налога на прибыль. Оформление декларации	2	2
	4.	Определение налоговой базы и расчет суммы НДФЛ . Оформление декларации	2	2
	5.	Определение налоговой базы и расчет суммы страховых взносов. Оформление форм Расчетов РСВ 1, 4 ФСС	2	2
Тема 2.4. Местные и региональные налоги	Содержание			
	1.	Налог на имущество организаций его значение и место в налоговой системе: плательщики, объект налогообложения, налоговая база, методика расчета среднегодовой стоимости имущества. Порядок исчисления и сроки уплаты налога.	2	1
	2.	Транспортный налог, его значение и сущность методика расчета налога: плательщики, объект налогообложения, налогооблагаемая база, ставка налога, льготы, порядок исчисления, сроки уплаты	2	1
	Практические занятия			
	1.	Расчет налога на имущество организаций. Оформление декларации	2	2
	2.	Расчет суммы транспортного налога. Оформление декларации	2	2
Тема 2.5. Специальные режимы налогообложения	Содержание			
	1.	Система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход от отдельных видов деятельности. Характеристика, плательщики, объект налогообложения, порядок исчисления и сроки уплаты налогов. Упрощенная система налогообложения. Характеристика, плательщики, объект налогообложения, порядок исчисления и сроки уплаты налогов.	2	1
	Практические занятия			
	1.	Определение налоговой базы и расчет сумм налога по УСНО. Оформление	2	2

		декларации		
	2.	Определение налоговой базы и расчет сумм налога по ЕНВД. Оформление декларации	2	2
Самостоятельная работа при изучении раздела			20	
Изучение и конспектирование содержания нормативного законодательства.			2	
Проработка лекционного материала и подготовка к практическим занятиям.			4	
Работа с источниками информации (конспектом занятий, учебным пособием, составленным преподавателем, учебной и специальной литературой, материалами на электронных носителях, периодическими изданиями по профилю подготовки, ресурсами Интернет);			2	
Решение практических заданий по учету имущества организации в целях формирования налоговой базы для расчета сумм налогов.			2	
Подготовка к текущему контролю знаний и промежуточной аттестации.			2	
Подготовка к практическим занятиям, оформление результатов выполнения практических занятий.			4	
Подготовка к участию в олимпиадах, конкурсах, научных конференциях; выполнение творческих работ по специальности.			4	
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы				
История развития системы налогообложения России и зарубежных стран				
Налоговая политика государства				
Особенности налоговой системы Российской Федерации				
Права и обязанности налогоплательщиков и налоговых органов				
Нормативно-правовые акты, регулирующие налоговые отношения между организацией и государством, региональными органами власти и местного самоуправления				
Оптимизация налогового учета организации				
МДК.02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности.			76	
Раздел 3. Контроль и анализ результатов финансово-хозяйственной деятельности торговой организации			76	
Тема 3.1. Теоретические основы экономического анализа.	Содержание		8	1
	1.	Предмет и содержание экономического анализа деятельности предприятий. Виды анализа. Информационное обеспечение анализа.		
	2.	Понятие и классификация методов анализа. Базовые (логические) способы обработки информации.		
	3.	Способы факторного анализа. Методика расчета влияния факторов.		
	4.	Организация аналитической работы на предприятии. Этапы проведения анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия.		
	Практические занятия			
	1.	Решение задач с использованием различных способов анализа.	2	2
Тема 3.2. Анализ показателей хозяйственной деятельности торговой организации.	Содержание		22	1
	1.	Показатели хозяйственной деятельности торговой организации. Значение, цели и задачи их анализа. Информационное обеспечение анализа.		

	2.	Анализ розничного товарооборота по общему объему и структуре. Факторы, влияющие на объем розничного товарооборота. Мероприятия по увеличению розничного товарооборота.		1-2
	3.	Методика анализа товарных запасов, товарооборачиваемости. Мероприятия по нормализации товарных запасов, ускорению товарооборачиваемости.		1-2
	4.	Особенности анализа объема товарооборота и товарных запасов в оптовой торговле.		1-2
	5.	Анализ издержек товарного обращения по общему объему и статьям затрат. Расчет факторов, влияющих на сумму издержек. Выявление резервов и путей сокращения издержек товарного обращения.		1-2
	6.	Анализ показателей использования трудовых ресурсов: производительности труда и расходов на оплату труда. Мероприятия по увеличению производительности труда в торговле и рациональному расходованию средств на оплату труда.		1-2
	7.	Анализ валового дохода по общему объему и группам товаров. Расчет факторов, влияющих на валовой доход. Мероприятия по увеличению валового дохода в розничной торговле.		1-2
	8.	Анализ прибыли и рентабельности продаж, факторов, влияющих на прибыль. Выявление резервов увеличения прибыли и повышения уровня рентабельности продаж.		1-2
	Практические занятия			
	1.	Анализ розничного товарооборота по общему объему и структуре.	2	2
	2.	Анализ факторов, влияющих на объем розничного товарооборота.	2	2
	3.	Анализ товарных запасов, товарооборачиваемости в розничной торговле.	2	2
	4.	Анализ издержек обращения по общему объему и уровню, расчет влияния факторов на издержки обращения.	2	2
	5.	Анализ издержек обращения по статьям затрат.	2	2
	6.	Анализ показателей по труду в их взаимосвязи. Анализ производительности труда, факторов, влияющих на производительность.	2	2
	7.	Анализ расходов на оплату труда (ФОТ), факторы, влияющих на ФОТ.	2	2
	8.	Анализ валового дохода по общему объему и уровню. Анализ факторов, влияющих на валовой доход.	2	2
	9.	Анализ валового дохода по группам товаров. Расчет среднего уровня торговой надбавки.	2	2
	10.	Анализ прибыли и рентабельности продаж. Расчет влияния факторов на прибыль.	2	2
	11.	Комплексный анализ показателей деятельности торгового предприятия. Поиск путей увеличения прибыли и повышения рентабельности продаж.	4	3

Тема 3.3. Контроль и анализ финансового состояния торговой организации	Содержание		6		
	1.	Понятие и показатели финансового состояния организации. Цели и задачи анализа финансового состояния.			1
	2.	Виды, методы и приемы финансового анализа. Информационное обеспечение анализа. Подготовка баланса к анализу.			1
	3.	Анализ структуры и динамики активов и источников. Оценка результатов анализа имущества организации (активов) и его обязательств (пассивов).			1-2
	4.	Понятие и показатели финансовой устойчивости. Типы финансовой устойчивости.			1-2
	5.	Понятие и показатели ликвидности баланса и платежеспособности организации.			1-2
	6.	Анализ финансовых результатов организации по показателям отчетности.			1-2
	7.	Понятие и показатели рентабельности. Принципы и методы оценки деловой активности организации.			1-2
	Практические занятия				
	1.	Подготовка бухгалтерского баланса к анализу. Составление агрегированного баланса.	2	2	
	2.	Анализ состава, структуры и динамики имущества (активов) торговой организации и ее обязательств (пассивов).	2	2	
	3.	Анализ показателей финансовой устойчивости. Определение типа финансовой устойчивости.	2	2	
	4.	Анализ ликвидности бухгалтерского баланса. Оценка платежеспособности организации.	2	2	
	5.	Анализ отчета о прибыли и убытках, уровня и динамики финансовых результатов по показателям отчетности.	2	2	
	6.	Расчет и анализ показателей рентабельности и деловой активности.	2	2	
7.	Комплексная оценка финансового состояния торговой организации. Поиск путей улучшения финансового состояния.	2	3		
Самостоятельная работа при изучении раздела		38			
<p>Написание обоснования о роли экономического анализа, конспекта об организации аналитической работы. Повторение изученного материала по смежным дисциплинам: экономика организации, статистика, финансы и налогообложение, организация торговли и др. Решение примеров с использованием способов и приемов анализа и по анализу отдельных показателей. Оформление практических работ, формулировка выводов и предложений по результатам анализа.</p>					
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы					
<p>Повышение роли экономического анализа в деятельности торговых предприятий. Организация аналитической работы на предприятиях торговли. Понятие и примеры абсолютных, относительных, средних величин, количественных и качественных показателей.</p>					

Статистические методы сравнения показателей. Примеры балансовой увязки показателей. Составление аналитических таблиц, группировка показателей. Графическое изображение статистических данных. Экономические показатели деятельности торгового предприятия: их сущность, порядок расчета, взаимоувязка. Состав и содержание форм бухгалтерской отчетности (бухгалтерского баланса и приложений к нему). Общая оценка имущественного и финансового положения организации, пути его улучшения.			
		36	
МДК.02.03. Маркетинг.			
Раздел 1. Методологические основы маркетинга		20	
Тема 1.1. Предмет, цели и задачи дисциплины	Содержание	4	1
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Понятия: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка. Предмет дисциплины, его цели и задачи. Структурно-логическая схема дисциплины. Межпредметные связи с другими дисциплинами. Значение дисциплины в подготовке специалистов: товароведов, коммерсантов. Состояние и прогнозы развития потребительского рынка России. 2. Необходимость систематического анализа конъюнктуры рынка. 		
Тема 1.2. Концепция развития рыночных отношений	Содержание	4	1
	<ol style="list-style-type: none"> 1. История возникновения и основные этапы развития маркетинга. Необходимость возникновения и совершенствования маркетинга в современных условиях. 2. Основные концепции развития рыночных отношений, их отличительные особенности. Маркетинг как одна из концепций, его сущность. Социально-этичный маркетинг: понятие, отличие от маркетинга. 		
Тема 1.3. Структура маркетинговой деятельности	Содержание	4	1
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Классический комплекс маркетинга. Ключевые элементы: товар, цена, распространение (сбыт), стимулирование (продвижение товара): понятие, назначение. 2. Структура маркетинговой деятельности Цели и задачи маркетинга. Функции и принципы маркетинга, их краткая характеристика. 		
Тема 1.4. Классификация	Содержание	4	1

маркетинга	<ol style="list-style-type: none"> 1. Основные виды маркетинга по сфере применения: микро-, макро-, мета-, микс-, социальный маркетинг; по приоритетности задач: дифференцированный, недифференцированный, функциональный, товарно-ориентированный, потребительно-ориентированный и интегрированный. 2. Группы маркетинга в зависимости от широты охвата рынка: массовый, сегментированный и множественный. Отличительные особенности. 		
Тема 1.5. Сегментирование рынка	<p>Содержание</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Основные понятия: сегментирование, сегмент и ниша рынка. Назначение сегментирования. Признаки сегментирования потребительского рынка: географические, демографические, социально-экономические, психографические, поведенческие. Критерии выбора сегмента рынка: количественные параметры, доступность сегмента для предприятия, существенность сегмента, прибыльность, совместимость с рынком основных конкурентов, эффективность работы на выбранный сегмент рынка, защищенность выбранного сегмента от конкуренции. Анализ возможностей освоения сегмента рынка и последовательность маркетинговых мероприятий при его освоении. Позиционирование товара: понятие, назначение, условия правильного позиционирования товара на рынке, альтернативные способы позиционирования товаров. 2. 	4	1
Раздел 2. Практический маркетинг		80	
Тема 2.1. Объекты маркетинговой деятельности	<p>Содержание</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Объекты: нужда, потребность, спрос. Определение понятий, их общность и различия. Классификация потребностей: физиологические, социальные, психические, интеллектуальные и духовные; приоритетность потребностей. Краткая характеристика отдельных видов и разновидностей потребностей. 2. 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 	4	1
Тема 2.2. Субъекты	Содержание	6	1

маркетинговой деятельности	1.	Классификация участников маркетинговой деятельности. Первая группа субъектов: юридические и физические лица, осуществляющие маркетинговую деятельность. Службы и отделы маркетинга в организациях, специализированные маркетинговые организации (фирмы). Положение об отделе маркетинга. Требования к специалисту по маркетингу. Организационная структура управления маркетингом: функциональная, товарно-функциональная, рыночно-функциональная и др. Взаимосвязь отдела маркетинга с руководством, другими структурными подразделениями организации.		
	2.	Вторая группа субъектов: потребители, поставщики, конкуренты, СМИ, органы государственного, регионального управления и местного самоуправления. Необходимость контактов маркетологов с указанными субъектами.		
	3.	Потребители: понятие, различие понятий в российских и международных нормативных документах. Классификация потребителей по разным признакам. Основы теории поведения потребителей: психологические и экономические аспекты. Модели потребительского поведения. Мотивационный процесс: понятие, стадии. Представление о теориях содержания мотиваций.		
		Практические занятия:	6	2-3
	1.	Ознакомление с требованиями к специалисту по маркетингу и должностными характеристиками. Разработка предложений по их совершенствованию.		
	2.	Модели потребительского поведения. Мотивационный процесс: понятие, стадии. Основы теории поведения потребителей: психологические и экономические аспекты. Представление о теориях содержания мотиваций – семинар.		
	3.	Анализ поведения потребителя при совершении покупок (исследование поведения потребителей) – исследовательская работа		
Тема 2.3. Окружающая среда		Содержание	4	1

маркетинга	1.	Окружающая среда маркетинга: понятие; виды; факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда маркетинга: понятие. Субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду организации.		
	2.	Макросреда маркетинга: понятие. Субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие макросреду организации. Разновидности макросреды: демографическая, социальная, экономическая, природная, правовая, научно-техническая, культурная. Краткая характеристика разных сред. Макросреда и конъюнктура рынка.		
	1.	Практические занятия Анализ окружающей среды торговой (или сбытовой, или маркетинговой) организации – исследовательская работа	2	
Тема 2.4. Конкурентная среда	Содержание		4	1
	1.	Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров, конкурентные преимущества. Конкуренция: обоснование необходимости в рыночных условиях, виды их характерные признаки. Конкурентная среда: характерные черты, условия возникновения, способы создания и поддержания.		
	2.	Конкурентоспособность организаций и товаров: критерии оценки их конкурентные преимущества, методы обеспечения Антимонопольное законодательство.		
	1.	Практические занятия Оценка конкурентоспособности организации и установление ее конкурентных преимуществ – исследовательская работа	2	3
Тема 2.5. Средства маркетинга	Содержание		4	1
	1.	Классификация средств маркетинга: средства удовлетворения потребностей; средства распространения; средства стимулирования. Средства удовлетворения потребностей: виды, их краткая характеристика. Маркетинговое понятие товара.		
	2.	Товар как важнейшее средство удовлетворения потребностей. РЖЦ товара, его основные этапы. Особенности маркетинговых решений на каждом этапе. Специфика РЖЦ товаров разных групп. Разработка новых товаров (продукции) в организациях производителей (исполнителей услуг): обоснование необходимости, уровни, этапы.		
	1.	Практические занятия Определение этапов жизненного цикла продукции и разработка маркетинговых	4	2,3

	2.	мероприятий. Разработка новых товаров (деловая игра).		
Тема 2.6. Ценовая политика	Содержание		4	1
	1.	Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Цели, задачи и направления формирования цен и назначение цен в маркетинге. Факторы, влияющие на формирование цен. Виды цен, характерные для разных стратегий Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды.		
	2.	Стратегия ценообразования: формулирование целей, определение последовательности реализации целей. Особенности стратегии ценообразования на новые и известные товары. Информационное обеспечение политики ценообразования: источники информации, работа с ними.		
		Практические занятия:	4	2,3
	1.	Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики торговой организации (исследовательская работа).		
	2.	Изучение ценовых стратегий (семинар)		
Тема 2.7. Сбытовая политика	Содержание		4	1
	1.	Основные понятия: сбыт товаров, сбытовая политика. Цели, задачи и основные направления сбытовой политики. Методы сбыта: каналы распространения, деления, их виды (прямые, косвенные, смешанные), ширина, функции, уровни, их возможности. Критерии выбора каналов сбыта. Системы сбыта. Торговые посредники: виды и типы. Краткая характеристика посредников разных типов. Факторы, влияющие на выбор посредников. Анализ и оценка эффективности сбытовой политики.		
		Практические занятия	2	2
	1.	Торговые посредники - семинар		
Тема 2.8. Методы маркетинга		Содержание	4	1

	1.	Классификация методов маркетинга. Методы изучения рынка. Назначение, разновидности методов, их возможности, достоинства и недостатки. Методы продвижения: виды, назначение, достоинства и недостатки. Политика (ФОСТИСС)		
	2.	Методы прогнозирования потребностей на рынке: назначение, разновидности, возможности.		
		Практические занятия	6	2,3
	1.	Овладение методикой проведения опросов потребителей по выявлению потребностей		
	2.	Анализ результатов опроса. Изучение методов формирования спроса и стимулирования спроса (семинар).		
	3.	«Методы личной продажи коммерческими агентами» (деловая игра).		
Тема 2.9. Реклама	Содержание		4	1
	1.	Реклама: понятие, назначение, цели, задачи и функции рекламы. История возникновения и совершенствования рекламы. Классификация рекламы по характеру, форме информации, назначению и носителям рекламной информации. Требования к рекламе. Правовые основы рекламной деятельности.		
	2.	Рекламная кампания фирмы. Организация рекламной кампании. Методы оценки эффективности рекламы.		
		Практические занятия	4	2,3
	1.	Организация рекламной кампании: выбор средств, составление рекламных текстов (выставка-продажа товаров деловая игра)		
	2.	Оценка эффективности рекламы.		
Тема 2.10. Маркетинговые исследования рынка	Содержание		4	
	1.	Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты, принципы Виды исследований. Особенности маркетинговых исследований. Схема маркетинговых исследований Маркетинговая информация: назначение, источники (внутренние и внешние), принципы их отбора. Классификация маркетинговой информации. Маркетинговая информационная система (МИС).		
	2.	Методы маркетинговых исследований: виды, экспериментальные и аналитические, возможности их применения.		
		Практические занятия	2	2
	1.	Изучение методов сбора маркетинговой информации на основе анализа		

		внутренней отчетности и документов.		
Тема 2.11. Стратегия и планирование маркетинга	Содержание		4	1
	1.	Определение понятий: стратегия и тактика. Направления и виды стратегий маркетинга, критерии их выбора.		
	2.	Стратегическое планирование. Понятие. Основные этапы процесса стратегического планирования; определение целей и задач фирмы, создание стратегических хозяйственных подразделений, установление целей маркетинга, ситуационный анализ, разработка стратегии маркетинга, реализация тактики, контроль за выполнением. Краткая характеристика основных этапов. Маркетинговая часть бизнес-плана. Стратегический анализ. Схемы стратегического анализа.		
Тема 2.12. Международный маркетинг	Содержание		2	1
		Состояние и перспективы развития внешней торговли. Тенденции международного товарообмена. Международный маркетинг: понятие, назначение, особенности его структурных элементов - окружающей среды, структуры комплекса маркетинга. Критерии выбора рынков. Определение целесообразности выхода на внешний рынок. Методы выхода на внешний рынок: экспорт товаров, совместная деятельность, инвестирование. Структура служб международного маркетинга. Анализ, и оценка составляющих элементов макросреды международно маркетинга.		

<p style="text-align: center;">Самостоятельная работа при изучении междисциплинарного курса МДК 02.03.</p> <p>Составление отчетов по маркетинговым исследованиям: Анализ состояния источников насыщения рынка потребительскими товарами и услугами в г. Чита. Анализ конкурентной среды Анализ окружающей среды Анализ ценовой политики торговых организаций Анализ поведения потребителей при совершении покупок Анализ методов формирования спроса и стимулирования сбыта в торговых организациях Проведение опросов покупателей и интерпретация результатов опроса Подготовка к деловым играм и семинарским занятиям Подготовка тематических мультимедийных проектов Работа с учебной и справочной литературой, составление опорных конспектов.</p> <p style="text-align: center;">Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы (работа с учебной литературой и др. источниками)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Тема: «Классификация маркетинга». Привести примеры дифференцированного, недифференцированного и концентрированного маркетинга 2. Тема: «Объекты маркетинга». Краткая характеристика отдельных видов и разновидностей потребностей 3. Тема: «Субъекты маркетинга». Изучение Положения об отделе маркетинга и его подразделениях 4. Тема: «Окружающая среда маркетинга». Макросреда и конъюнктура рынка. 5. Тема: «Конкурентная среда маркетинга». Изучить основные документы, регламентирующие Государственную поддержку малого предпринимательства 6. Тема: «Сбытовая политика». Изучить факторы, влияющие на выбор посредников 7. Тема: «Реклама». Изучить источники рекламы по характеру, форме представления, назначению и носителям рекламной информации <p>Тема: «Маркетинговые исследования рынка» Изучить важнейшие направления маркетинговых исследований: исследования рынка, товаров, цен, продвижения товаров, доведения их до потребителя.</p>	50	
<p>ПП.02. Производственная практика (по профилю специальности) Виды работ</p> <p>Ознакомление с формами ведения бухгалтерского учета и финансовой отчетности организации. Ознакомление с формами проведения расчетных операций, платежной и кассовой документацией. Изучение инструкций по заполнению форм платежных документов. Заполнение примеров платежных документов, используемых организацией.. Ознакомление с документами по начислению налогов. Изучение инструкций по заполнению налоговых деклараций и форм расчетов страховых взносов Документальное оформление перечислений налогов и сборов. Документальное оформление перечислений страховых взносов. Ознакомление с организацией аналитической работы на предприятии, используемой методикой анализа. Ознакомление с показателями деятельности торговой организации на последнюю отчетную дату.</p>	36	

<p>Выполнение примеров анализа основных показателей деятельности (товарооборота, валового дохода, издержек обращения).</p> <p>Определение прибыли от реализации и проведение ее анализа.</p> <p>Общий анализ структуры и динамики статей бухгалтерского баланса и отчета о прибылях и убытках организации на последнюю отчетную дату (при наличии бухгалтерской отчетности).</p> <p>Изучение покупательского спроса</p> <p>Проведение опросов покупателей, по выявлению нужд и потребностей</p> <p>Проведение маркетинговых исследований рынка</p> <p>Оценка конкурентоспособности товаров и конкурентных преимуществ организации</p> <p>Анализ сбытовой политики торговой организации</p> <p>Анализ применения маркетинговых коммуникаций в торговых предприятиях</p> <p>Разработка маркетингового плана и реализация маркетинговых решений</p>		
--	--	--

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебных кабинетов: финансов и налогов, экономики и анализа, маркетинга, информационных технологий в профессиональной деятельности.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинетов финансов и налогов, экономики и анализа, маркетинга:

- рабочие столы и стулья для обучающихся;
- рабочий стол и стул для преподавателя;
- доска классная магнитно-маркерная;
- наглядные пособия;
- калькуляторы;
- комплект учебно-методической документации.

Технические средства обучения:

- мультимедийный проектор;
- ноутбук.

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета информационных технологий в профессиональной деятельности:

- компьютер;
- принтер;
- мультимедийный проектор;
- программное обеспечение общего и профессионального назначения;
- комплект учебно-методической документации;
- комплект бланков документации.

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную у и производственную практику, которую рекомендуется проводить концентрированно, по профилю специальности в действующих организациях розничной или оптовой торговли.

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест при прохождении производственной практики по профилю специальности должно отвечать требованиям, установленным для предприятий розничной и оптовой торговли в Российской Федерации.

С предприятиями – базами практики заключаются договоры на проведение производственной практики студентов.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Федеральные законы и нормативные акты

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации [Текст]. Федеральный закон от 31.07.98 №145-ФЗ. // Собр. Законодательства РФ – Справочно-правовая система «Гарант».

2. Гражданский кодекс Российской Федерации (части первая и вторая) [Текст]. Федеральные законы от 30.11.94 № 51-ФЗ и от 26.01.96 № 14-ФЗ // Собр. Законодательства РФ – Справочно-правовая система «Гарант».

3. Налоговый кодекс Российской Федерации (части первая и вторая) [Текст]. Федеральный закон от 31.07.1998 г. № 147-ФЗ, Федеральный закон от 05.08.2000 г. № 118-ФЗ // Собр. Законодательства РФ – Справочно-правовая система «Гарант»

4. «О защите прав потребителей». ФЗ-2 от 09.01.96 с изменениями и дополнениями

5. «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товара» от 23.09.92 с изменениями и дополнениями

6. «Об информации, информатизации и защите информации», ФЗ-24 от 20.02.95 с изменениями и дополнениями

7.«О рекламе», ФЗ-108 от 18.07.95 с изменениями и дополнениями

Основная учебная литература

1. Финансы организаций (предприятий) : учебник / Н.В. Колчина, Т.Е. Поляк, Л.М. Бурмистрова и др. ; под ред. Н.В. Колчиной. - 5-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 407 с. - (Золотой фонд

российских учебников). - ISBN 978-5-238-01891-1 ; То же [Электронный ресурс]. -

URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118178> (05.09.2017)

2. Налоги и налогообложение : учебник / И.А. Майбуров, Е.В. Ядренникова, Е.Б. Мишина и др. ; под ред. И.А. Майбунова. - 6-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 487 с. : табл., схемы - (Золотой фонд российских учебников). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02623-7 ; То же [Электронный ресурс]. -

URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114426> (05.09.2017)

3. Турманидзе, Т.У. Финансовый анализ : учебник / Т.У. Турманидзе. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 288 с. - ISBN 978-5-238-02358-8 ; То же [Электронный ресурс]. -

URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118963> (05.09.2017)

4. Минько, Э.В. Маркетинг : учебное пособие / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 351 с. : табл., граф., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01223-0 ; То же [Электронный ресурс]. -

URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714> (05.09.2017).

УМО

5. Викулова, Е.Ю. Маркетинг [Текст] : Учеб. пособие / Е.Ю. Викулова, О. В. Гладких. - Иркутск : БГУЭП, 2014. - 170 с. + Тесты + Глоссарий. - ISBN 978-5-7253-2774-8 URL : Lib.narhoz-chita.ru

Дополнительная литература

1. Колчин, С.П. Налоги в Российской Федерации : учебное пособие / С.П. Колчин. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 270 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01922-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116723> (05.09.2017)

2. Владыка, М.В. Сборник задач по налогам и налогообложению [Текст] : Учеб. пособие / М.В. Владыка, В.Ф. Тарасова ; Т.В. Сапрыкина. - 4-е изд. перераб. и доп. - М. : Кнорус, 2016. - 376 с. + Ответы + Приложения. - РУМО. - ISBN 978-5-406-04638-8

3. Одинцов, В.А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Практикум [Текст] / В.А. Одинцов. - М. : Академия, 2014. - 240 с. + Кр. словарь + Ответы к тестам. - (Проф. Образование). РУМО. - ISBN 978-5-7695-6948-7

4. Скамай, Л.Г. Экономический анализ деятельности предприятия [Текст] : Учеб. / Л.Г. Скамай, М.И. Трубочкина. - 2-е изд. перераб. и доп. - М. : Инфра-М, 2014. - 378 с. + Приложения. - (Высшее образование: Бакалавриат). РУМО. - ISBN 978-5-16-004411-8

5. Годин, А.М. Маркетинг : учебник для бакалавров / А.М. Годин. - 11-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и Ко, 2014. - 656 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02389-7 ; То

же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253807> (05.09.2017). МО 6. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / под ред. Ю.В. Морозов, В.Т. Гришина. - 9-е изд. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 446 с. : табл., схемы, граф. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02263-0 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=418086> (05.09.2017).РМО.

Интернет-ресурсы:

www.minfin.ru - официальный сайт Министерства Финансов
www.r75.nalog.ru – официальный сайт ФНС Забайкальского края
www.nalog.ru – официальный сайт ФНС РФ
www.pfrf.ru – официальный сайт Пенсионного фонда России
www.admin.chita.ru – официальный сайт Администрации ГО г.Чита
www.chita.ru – информационный портал г.Чита
www.chita.gks.ru – официальный сайт Территориального отделения
www.glavbuh.ru – официальный сайт журнала «Главбух»
www.biblioclub.ru – Университетская библиотека Online
www.marketing.spb.ru – сайт, «Энциклопедия маркетинга»
<http://www.marketingpro.ru/> - сайт журнала Маркетинг PRO

Учебно-методическая документация

1. Учебно-методические комплексы по разделам и темам профессионального модуля.
2. Методические рекомендации для самостоятельной работы студентов по профессиональному модулю.
3. Сборник тестовых заданий по разделам и темам модуля.
4. Сборник ситуационных задач по разделам и темам модуля.
5. Материалы для промежуточной аттестации студентов и государственной (итоговой) аттестации выпускников по специальности 38.02.04 Коммерция по профессиональному модулю.
6. Учебно-методические пособия управляющего типа (рабочие тетради для практических заданий, инструкционные карты, методические рекомендации для выполнения практических работ, рефератов, и др.).
7. Методические рекомендации и задание по прохождению производственной практики по профилю специальности и оформлению дневника-отчета по разделам профессионального модуля.

Газеты и журналы

1. Газета «Экономика и жизнь»;

2. Журнал «Финансы»;
3. Журнал «Маркетолог»
4. Журнал «Спрос»

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Программа профессионального модуля Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности реализуется в течение 2-го, 3-го и 4-го семестров курса обучения.

Организация учебного процесса и преподавание профессионального модуля в современных условиях должны основываться на инновационных психолого-педагогических подходах и технологиях, направленных на повышение эффективности преподавания и качества подготовки обучающихся. Образовательное учреждение должно располагать материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов практических занятий, междисциплинарной и модульной подготовки, предусмотренных паспортом модуля. Материально-техническая база должна соответствовать действующим санитарным и противопожарным нормам.

Освоение модуля должно предусматривать:

- выполнение обучающимися практических заданий, включая, как обязательный компонент задания с использованием персональных компьютеров;

- освоение обучающимся программы модуля в условиях созданной соответствующей образовательной среды в образовательном учреждении или в профильных организациях;

- проведение производственной практики в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

Образовательное учреждение должно быть обеспечено необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения.

Освоение модуля должно обеспечиваться учебно-методической документацией по всем междисциплинарным курсам модуля.

При освоении модуля должны предусматриваться групповые и индивидуальные консультации.

Каждый обучающийся должен иметь доступ к базам данных и библиотечным фондам образовательного учреждения. Во время самостоятельной подготовки, обучающиеся должны быть обеспечены доступом к сети Интернет. Внеаудиторная работа должна сопровождаться методическим обеспечением.

Освоению профессионального модуля должно предшествовать изучение следующих дисциплин:

ЕН.02. Информационные технологии в профессиональной деятельности;

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;

В процессе обучения студентов основными формами являются: аудиторные занятия, включающие лекции и практические занятия, а так же самостоятельная работа обучающегося. Тематика лекций и практических занятий соответствует содержанию программы профессионального модуля.

Для успешного освоения профессионального модуля Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности каждый студент обеспечивается учебно-методическими материалами (тематическими планами семинаров и практических занятий, учебно-методической литературой, типовыми тестовыми заданиями, ситуационными задачами, инструкционными картами, заданиями и рекомендациями по самостоятельной работе).

Лекции формируют у студентов системное представление об изучаемых разделах профессионального модуля, обеспечивают усвоение ими основных дидактических единиц, готовность к восприятию профессиональных технологий и инноваций, а также способствуют развитию интеллектуальных способностей.

Практические занятия обеспечивают приобретение и закрепление необходимых навыков и умений, формирование профессиональных компетенций, готовность к самостоятельной и индивидуальной работе, принятию ответственных решений в рамках профессиональной компетенции.

Самостоятельная работа студентов проводится внеаудиторных занятий, составляет около 1/2 от общей аудиторной нагрузки. Самостоятельная работа включает в себя работу с основной и дополнительной литературой, подготовку рефератов и сообщений по выбранной теме, отработку практических умений, и способствует развитию познавательной активности обучающихся, прививает навыки самостоятельного поиска информации, а также формирует способность и готовность к самосовершенствованию, самореализации и творческой адаптации, формированию общих компетенций.

Оценка теоретических и практических знаний студентов осуществляется с помощью тестового контроля, решения ситуационных задач, оценки практических умений. После изучения разделов МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение предусмотрен дифференцированный зачет, после МДК.02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности и МДК.02.03. Маркетинг – экзамен. В конце изучения профессионального модуля состоится квалификационный экзамен, кроме того, материалы профессионального модуля Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности включаются в государственную (итоговую) аттестацию по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

Производственную практику (по профилю специальности) необходимо проводить как итоговую (концентрированную) практику по завершению модуля. Базами производственной практики являются торговые предприятия и организации, с которыми колледж заключает договор о взаимном сотрудничестве. Основными условиями прохождения производственной практики в данных предприятиях и организациях являются наличие квалифицированного персонала, оснащенность современным технологическим оборудованием.

Практика по профилю специальности проводится под руководством преподавателей колледжа и специалистов предприятий-баз практики.

Руководитель практики от колледжа назначается приказом директора из числа преподавателей специальных дисциплин. В обязанности преподавателя-руководителя практики входит: контроль выполнения программы практики, оказание методической и практической помощи студентам при отработке практических профессиональных умений и

приобретения практического опыта, проверка заполнения дневника по производственной практике.

Руководитель практики студентов от предприятия-базы практики назначаются приказом руководителя предприятия до начала практики, из числа специалистов имеющих образование, соответствующее профилю преподаваемого профессионального модуля.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу:

- наличие высшего образования социально-экономического профиля;
- прохождение стажировки в торговых или производственно-коммерческих организациях не реже 1 раза в 3 года.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой:

- наличие высшего образования социально-экономического профиля;
- опыт работы в торговых или производственно-коммерческих организациях не менее 3 лет;
- прохождение стажировки в торговых или производственно-коммерческих организациях не реже 1 раза в 3 года.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ

ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК.2.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их	Правильность выполнения процедур чтения и анализа данных бухгалтерского учета и отчетности, выполнения необходимых расчетов и заполнения документов по планированию и контролю коммерческой деятельности. Качество оформления и защиты выполненных практических	Наблюдение за ходом выполнения практических заданий. Оценка: - письменных и устных опросов; - результатов расчетов и заполнения форм

инвентаризации.	работ.	документации; - выполнения самостоятельной работы.
ПК.2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.	Правильность выполнения процедур составления форм текущей документации и отчетности в соответствии с нормативными документами с использованием автоматизированных систем. Качество оформления и защиты выполненных практических работ.	Наблюдение за ходом выполнения практических заданий и оценка результатов.
ПК.2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.	Правильность выполнения процедур расчета экономических показателей. Умение формулировать выводы по рассчитанным показателям. Качество оформления и защиты выполненных практических работ.	Наблюдение за ходом выполнения практических заданий. Оценка: - письменных и устных опросов; - результатов расчетов экономических показателей и формулировки выводов; - выполнения самостоятельной работы.
ПК.2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.	Правильность выполнения процедур расчета экономических показателей. Умение формулировать выводы по рассчитанным показателям. Качество оформления и защиты выполненных практических работ.	Наблюдение за ходом выполнения практических заданий. Оценка: - письменных и устных опросов; - результатов расчетов экономических показателей и формулировки выводов.
ПК.2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы	Выявление потребностей и спроса.	Проверка исследовательской работы,

<p>маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.</p>	<p>Выполнение целей организации, путем применения типов маркетинга, с учетом потребительского спроса.</p> <p>Организация политики по формированию спроса и стимулированию сбыта товаров</p>	<p>дифференцированная оценка.</p> <p>Участие в семинаре, дифференцированная оценка.</p>
<p>ПК.2.6.Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.</p>	<p>Применение маркетинговых коммуникаций, как основного метода продвижения товаров и услуг.</p> <p>Подготовка и проведение рекламных кампаний</p> <p>Расчет экономической эффективности проведения рекламных мероприятий</p>	<p>Проверка готовности и участия в деловой игре, дифференцированная оценка.</p> <p>Наблюдение за ходом выполнения практических заданий, оценка зачет</p>
<p>ПК.2.7.Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.</p>	<p>Проведение маркетинговых исследований рынка: потребителей, конкурентной и окружающей среды.</p> <p>Анализ проведенных исследований.</p> <p>Принятие маркетинговых решений по проведенным исследованиям</p>	<p>Проверка исследовательской работы, дифференцированная оценка.</p>
<p>ПК.2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.</p>	<p>Оценка конкурентоспособности товаров.</p> <p>Анализ конкурентного преимущества</p> <p>Реализация сбытовой политики в условиях производственной практики</p>	<p>Проверка исследовательской работы, дифференцированная оценка.</p> <p>Оценка руководителя практики</p>
<p>ПК.2.9.Применять методы и приемы анализа финансово-</p>	<p>Правильность выполнения процедур анализа показателей</p>	<p>Наблюдение за ходом выполнения практических</p>

<p>хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.</p>	<p>финансово-хозяйственной деятельности организации, заполнения финансовых документов и форм отчетности.</p> <p>Умение формулировать выводы по результатам анализа, а также предложения по улучшению показателей хозяйственной деятельности и финансового состояния организации.</p> <p>Активность участия в решении ситуаций по комплексному анализу.</p> <p>Качество оформления и защиты выполненных практических работ.</p>	<p>заданий.</p> <p>Оценка:</p> <ul style="list-style-type: none"> - письменных и устных опросов; - результатов расчетов и анализа показателей; - формулировки выводов и предложений по результатам анализа; - участия в анализе ситуаций. <p>Итоговый зачет или экзамен по разделу.</p>
--	--	---

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.

<p>Результаты (освоенные общие компетенции)</p>	<p>Основные показатели оценки результата</p>	<p>Формы и методы контроля и оценки</p>
<p>ОК.1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</p>	<p>Проявление интереса к будущей профессии.</p> <p>Стремление к освоению профессиональных компетенций, знаний и умений (участие в предметных конкурсах, олимпиадах и др.);</p>	<p>Активное участие в учебных, образовательных, воспитательных мероприятиях в рамках профессии, достижение стабильно высоких результатов в процессе обучения и практической деятельности.</p>
<p>ОК.2. Организовывать собственную деятельность, определять методы и способы выполнения профессиональных задач,</p>	<p>Выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области коммерческой деятельности.</p>	<p>Оценка активности в а решении проблемно-ситуационных задач на практических занятиях;</p>

оценивать их эффективность и качество.		- устный и письменный экзамен; - положительные отзывы руководителей производственной практики
ОК.3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Умение анализировать предложенную ситуацию; определять критерии и возможные пути ее разрешения; выбирать более рациональные способы решения проблемы в соответствии со сложившейся ситуацией и сформулированными критериями; оценивать последствия принятых решений;	Решение проблемно-ситуационных задач на практических занятиях. Результаты зачетов и экзаменов. Положительные отзывы руководителей производственной практики.
ОК.4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Умение использовать различные источники информации, в том числе электронные. Сбор и обработка необходимой информации для выполнения самостоятельной работы, решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Проверка выполнения самостоятельной работы: конспектов, рефератов, сообщений по темам. Решение проблемно-ситуационных задач на практических занятиях. Результаты зачетов и экзаменов.
ОК.6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Эффективность взаимодействия и общения с обучающимися и преподавателями. Положительные отзывы руководителей производственной практики.	Активность участия в ролевых (деловых) играх и тренингах, конкурсах, внеурочных мероприятиях в группе и колледже. Положительные отзывы руководителей производственной практики.
ОК.7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития,	Ответственное отношение к результатам выполнения профессиональных обязанностей; Проведение самоанализа и	Оценка качества выполнения заданий самостоятельной работы, рефератов,

заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	коррекции результатов собственной работы.	исследовательских работ; заданий производственной практики. Составление портфолио профессионального и личностного роста.
ОК.10. Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.	Умение формулировать и излагать свои мысли; делать выводы и вносить предложения при решении ситуационных заданий. Публичные выступления с сообщениями, рефератами и отчетами по исследовательской работе, а также в профессиональных и других конкурсах, олимпиадах.	Активность участия в семинарах, дискуссиях, разборах ситуаций, деловых играх, конкурсах, олимпиадах. Оценка: -формулировки выводов и предложений; - публичных выступлений; -устных опросов и экзаменов.
ОК.12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.	Правильность составления документации.	Наблюдение за ходом выполнения практических заданий и оценка результатов: - оформления документации; - выполнения самостоятельных работ; - отчета по производственной практике.

Разработали:

Преподаватели Т.В.Порядина, Э.А. Лескова Колледжа Читинского института (филиал) ФГБОУ ВО БГУ