

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А.»  
(СГТУ имени Гагарина Ю.А.)

ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ

УТВЕРЖДАЮ

Директор ЦПК СГТУ имени Гагарина Ю.А.

М.Ю. Захарченко

2019г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ  
ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И  
МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ  
38.02.04 КОММЕРЦИЯ (ПО ОТРАСЛЯМ)**

г. Саратов 2019 г.

Рабочая программа разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) **38.02.04 Коммерция (по отраслям)**. от 15 мая 2014 г. N 539

Разработчик: Нино Рузалия Назымовна, преподаватель ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А.

Рецензенты:

Внутренний: Курдюкова Т.И., преподаватель ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А.

Внешний: Манахова И.В. – д.э.н., профессор Саратовского социально-экономического института РЭУ им. Г. В. Плеханова

## **СОДЕРЖАНИЕ**

<b>1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>4</b>
<b>2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>7</b>
<b>3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>9</b>
<b>4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ</b>	<b>24</b>
<b>5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)</b>	<b>29</b>

# **1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

### **1.1 Область применения программы**

Программа профессионального модуля ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальностям СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): «**Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности**» и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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.

### **1.2 Место профессионального модуля в структуре ПССЗ**

Профессиональный модуль входит в профессиональный цикл.

### 1.3 Цели и задачи 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 правовыми актами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;
- рассчитывать основные налоги;
- анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;
- применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;
- выявлять, формировать и удовлетворять потребности;
- обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
- проводить маркетинговые исследования рынка;
- оценивать конкурентоспособность товаров;

**знать:**

- сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;
- финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля;
- основные положения налогового законодательства;
- функции и классификацию налогов;
- организацию налоговой службы;
- методику расчета основных видов налогов;

- методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды;
- информационное обеспечение, организацию аналитической работы;
- анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;
- составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
- средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;
- методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
- конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;
- этапы маркетинговых исследований, их результат;
- управление маркетингом.

**1.4 Количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 478 часов, включая:  
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 275 часов;  
самостоятельной работы обучающегося - 131 час;  
производственной практики (по профилю специальности) - 72 часа.

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности **ПМ 02. «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 и технических условий.

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1 Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименование 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
			Всего, часов	В т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	Всего, часов		
1	2	3	4	5	6	7	8
ПК 2.1-2.9	Раздел 1. Овладение навыками анализа деятельности предприятия	406	275	117	131		
	МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение	113	77	33	36		
	МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности	147	99	40	48		
	МДК 02.03. Маркетинг	146	99	44	47		
ПК 2.1-2.9	Производственная практика (по профилю специальности)	72					72
	Всего:	<b>478</b>	<b>275</b>	<b>117</b>	<b>131</b>		<b>72</b>

### 3.2 Содержание обучения по профессиональному модулю

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения	
1	2	3	4	
Раздел 1. Овладение навыками анализа деятельности предприятия				
МДК 02.01 Финансы, налоги и налогообложение				
Тема 1 Сущность, функции и роль финансов в экономике	<b>Содержание</b>		16	1
	1	Введение. Сущность и функции финансов. Введение. Сущность финансов. Функции финансов.		
	2	Финансовая система РФ, ее сферы и звенья. Понятие финансовой системы государства Состав финансовой системы		
	3	Финансовая система РФ, ее сферы и звенья. Характеристика основных сфер и звеньев финансовой системы РФ		
	4	Общая характеристика децентрализованных и централизованных финансов. Децентрализованные финансы, их основные звенья и особенности Централизованные финансы, их основные звенья и особенности		1
	5	Государственный бюджет и финансовая политика РФ. Доходы, расходы и бюджетный дефицит		
	6	Структура и динамика расходов федерального бюджета		
	7	Государственный кредит и государственный долг РФ. Государственный кредит: сущность, формы, кредитная система		
8	Государственный долг: понятие, виды и бюджетные ассигнования на обслуживание государственного			

		долга		
		<b>Практические занятия</b>	16	
	<b>1</b>	Заполнение таблиц характеристики функций и принципов финансов		
	<b>2</b>	Расчет основных показателей эффективности экономики страны (ВВП,НД)		
	<b>3</b>	Анализ основных финансовых параметров экономического развития на 2015-18 гг.		
	<b>4</b>	Основные финансовые органы РФ, их функции и управление		
	<b>5</b>	Построение концептуальной таблицы «Основные финансовые органы РФ, их функции и управление»		
	<b>6</b>	Формирование таблицы «Функции и порядок формирования государственных бюджетных и внебюджетных фондов»		
	<b>7</b>	Анализ изменений величин ВВП, доходов, расходов и дефицита федерального бюджета на 2015-2017гг.		2
	<b>8</b>	Анализ структуры и динамики доходов федерального бюджета РФ в 2015-2017гг.		
	<b>9</b>	Анализ динамики официального курса доллара в 1998-2014гг.		
	<b>10</b>	Прогнозный расчет критических показателей внешней задолженности РФ по методике Всемирного Банка		
	<b>11</b>	Государственный кредит и государственный долг РФ		
<b>Тема 2. Денежно-кредитная политика, финансовое планирование и методы финансового контроля</b>		<b>Содержание</b>	4	
	<b>1</b>	<b>Денежно-кредитная политика, финансовое планирование и методы финансового контроля</b> Необходимость и сущность кредита. Формы и виды кредита		1
	<b>2</b>	<b>Взаимодействие кредита и денег.</b> Планирование и методы финансового контроля.		
<b>Тема 3. Финансы коммерческих предприятий</b>		<b>Содержание</b>	6	
	<b>1</b>	<b>Имущество коммерческого предприятия, его собственные и заемные источники.</b> Состав и структура имущества предприятия Состав и структура источников имущества предприятия		
	<b>2</b>	<b>Финансовое состояние предприятия и его основные показатели</b> Финансовые документы и отчеты как информационная база для оценки финансового состояния предприятия.		1
	<b>3</b>	<b>Методика оценки финансового состояния</b> по показателям ликвидности, финансовой устойчивости и рентабельности.		

	<b>Практические занятия</b>		6	
	1	Расчет основных микроэкономических показателей с использованием бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах		2
	2	Использование методики экспресс-анализа для оценки финансового состояния предприятия.		
	3	Оценка и планирование финансовых результатов коммерческой деятельности		
<b>Тема 4. Основные положения налогового законодательства, функции и классификация налогов, методики расчета основных видов налогов</b>	<b>Содержание</b>		18	1
	1	<b>Основные положения налогового законодательства, функции и классификация налогов</b> Экономическое содержание, законодательная база, классификация и функции налогов.		
	2	<b>Налоговая система РФ и принципы ее построения.</b>		
	3	<b>Методики расчета основных видов налогов</b>		2
	<b>Практические занятия</b>		11	
	1	Построение таблицы «Налоги РФ и основные элементы налогообложения» с использованием нормативных правовых актов в области налогообложения		
	2	Построение таблицы «Налоги РФ и основные элементы налогообложения» с использованием нормативных правовых актов в области налогообложения		
	3	Заполнение налоговой декларации по налогу на прибыль с учетом авансовых платежей		
<b>Самостоятельная работа при изучении МДК.02.01</b> Работа с опорным конспектом лекции. Закрепление ключевых понятий темы. Подготовка индивидуального или бинарного публичного выступления по заданной тематике с применением технологии «Power Point» (выбор свободный) Составление концептуальной таблицы «Основные виды внебюджетных фондов». Ознакомиться со структурой и основными разделами Федерального закона от 01.12.2014 N 384-ФЗ "О федеральном бюджете на 2015 год и на плановый период 2017 и 2018 годов" Проанализировать основные позиции государственного долга по ФЗ 384. Оформите глоссарий в рамках пройденных тем. Установите по бухгалтерскому балансу величину имущества, его собственных и заемных источников. Составление таблицы для расчета основных показателей оценки финансового состояния предприятия Изучить соответствующие статьи НК РФ по теме. Составить таблицу налоговых ставок по отчислениям во внебюджетные фонды РФ. Составление и зарисовка схем, изучение вопросов дисциплины путем подбора дополнительной литературы и использование Интернет-ресурсов. Составление таблиц классификаций, конспектирование вопросов, недостающих в содержании курса. Выполнение практических заданий, работа с нормативными документами. Подготовка к контролю знаний.			36	3

<b>МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности</b>				
<b>Глава 1. Основы АФХД</b>				
<b>Тема 1.1 Введение в АХД</b>	<b>Содержание</b>		2	1
	<b>1</b>	Понятие экономического анализа. Макроэкономический и микроэкономический анализ. История возникновения анализа. Роль анализа во взаимосвязи функций системы управления предприятием. АХД как функция управления. АХД как средство контроля за выполнением планов. Роль анализа в определении и использовании резервов. Обстоятельства возрастания роли анализа на современном этапе.		
	<b>Практическое занятие</b>		2	2
<b>1</b>	Изучение роли и значения анализа в принятии управленческих решений.			
<b>Тема 1.2 Характеристика основных приемов и методов экономического анализа</b>	<b>Содержание</b>		2	1
	<b>1</b>	Сравнение как прием анализа. Применение относительных и средних величин в АФХД. Группировка. Балансовый и индексный методы в экономическом анализе. Способ цепной подстановки. Способ абсолютных и относительных разниц. Интегральный способ и его применение в экономическом анализе.		
	<b>Практическое занятие</b>		2	2
<b>1</b>	Изучение основных способов, приемов и методов экономического анализа			
<b>Тема 1.3 Виды, организация и информационное обеспечение АФХД</b>	<b>Содержание</b>		2	1
	<b>1</b>	Виды АФХД и их классификация. Организация и последовательность проведения анализа. Основные этапы аналитической работы. Система экономической информации. Виды источников информации. Организация и методика проведения оперативного, текущего и перспективного анализа. Система показателей в анализе. Системный подход к АФХД как фактор повышения эффективности производства		
	<b>Практическое занятие</b>		2	2
<b>1</b>	Рассмотрение основных видов анализа			
<b>Глава 2. Методика комплексного управленческого анализа</b>				
<b>Тема 2.1 Анализ объема производства и реализации продукции</b>	<b>Содержание</b>		2	1
	<b>1</b>	Оценка динамики и выполнения плана производства и выпуска продукции. Задачи и информационная база анализа производства и реализации продукции, работ, услуг. Анализ ассортимента и структуры продукции. Анализ факторов и резервов увеличения выпуска и		

		реализации продукции. Анализ качества и конкурентоспособности продукции. Анализ ритмичности работы производства. Анализ потерь от брака.		
	<b>Практическое занятие</b>		2	2
	<b>1</b>	Решение задач по теме «Анализ объема производства и реализации продукции»		
<b>Тема 2.2</b> <b>Анализ основных фондов</b>	<b>Содержание</b>		4	1
	<b>1</b>	<b>Наличие и динамика основных фондов.</b> Задачи и информационное обеспечение проведения анализа использования основных фондов. Анализ объема, структуры и динамики основных фондов. Анализ качественного состояния основных фондов. Анализ интенсивности и эффективности использования основных фондов.		
	<b>2</b>	<b>Анализ эффективности использования основных средств</b> Анализ использования производственной мощности. Анализ использования технологического оборудования. Резервы увеличения выпуска продукции и фондоотдачи.		
	<b>Практические занятия</b>		4	2
	<b>1</b>	Решение задач по теме «Наличие и динамика основных фондов»		
	<b>2</b>	Решение задач по теме «Анализ эффективности использования основных средств»		
<b>Тема 2.3</b> <b>Анализ использования материальных ресурсов</b>	<b>Содержание</b>		4	1
	<b>1</b>	<b>Анализ обеспеченности предприятия материальными ресурсами.</b> Задачи и источники анализа материальных ресурсов. Источники покрытия: внешние и внутренние. Анализ соблюдения норм расхода материалов в производстве.		
	<b>2</b>	<b>Анализ материалоотдачи и материалоемкости</b> Материалоотдача. Материалоемкость. Коэффициент материальных затрат Анализ использования отходов производства. Показатель эффективности использования материалов. Коэффициент полезного использования материалов.		
	<b>Практические занятия</b>		4	2
	<b>1</b>	Решение задач по теме «Обеспеченность предприятия материальными ресурсами»		
	<b>2</b>	Решение задач по теме «Анализ материалоемкости и материалоотдачи».		
<b>Тема 2.4</b> <b>Анализ трудовых ресурсов</b>	<b>Содержание</b>		4	1
	<b>1</b>	<b>Анализ обеспеченности и эффективности использования трудовых ресурсов.</b> Цели, направления и источники анализа трудовых ресурсов. Анализ численности, состава и движения персонала предприятия. Анализ и оценка использования рабочего времени как показателя использования трудовых ресурсов предприятия.		
	<b>2</b>	<b>Анализ уровня производительности труда.</b> Анализ трудоемкости продукции. Анализ влияния		

		факторов использования трудовых ресурсов на прирост объема выпуска продукции.		
	<b>Практические занятия</b>		4	2
	1	Решение задач по теме «Анализ трудовых ресурсов»		
	2	Решение задач по теме «Анализ производительности труда»		
<b>Тема 2.5</b> <b>Анализ себестоимости продукции (работ, услуг)</b>	<b>Содержание</b>		2	1
	1	Задачи и источники информации анализа себестоимости продукции. Факторный анализ затрат на 1 рубль товарной продукции. Анализ себестоимости по экономическим элементам и статьям расхода. Анализ комплексных расходов. Анализ прямых материальных затрат. Анализ прямых трудовых затрат. Определение резервов снижения себестоимости.		
	<b>Практическое занятие</b>		2	2
	1	Решение задач по теме «Анализ себестоимости продукции»		
<b>Глава 3. Финансовый анализ</b>				
<b>Тема 3.1</b> <b>Анализ финансовых результатов</b>	<b>Содержание</b>		4	1
	1	<b>Анализ прибыли</b> Содержание, задачи, источники информации и методы финансового анализа. Общая оценка и анализ динамики прибыли до налогообложения. Факторный анализ прибыли от продаж. Анализ и оценка использования чистой прибыли. Анализ качества прибыли. Влияние учета затрат на формирование прибыли.		
	2	<b>Анализ рентабельности</b> Рентабельность как обобщающий показатель эффективной деятельности хозяйствующего субъекта. Рентабельность продаж. Рентабельность товарного выпуска и отдельных видов продукции. Факторы изменения уровня рентабельности продаж. Анализ уровня и динамики рентабельности. Рентабельность производственных фондов. Факторы, влияющие на рентабельность производственных фондов. Рентабельность активов. Рентабельность собственных средств. Рентабельность финансовых вложений. Выявление резервов увеличения прибыли и рентабельности.		
	<b>Практические занятия</b>		6	2
	1	Анализ 3 факторов, влияющих на выручку от продаж		
	2	Расчет и анализ показателей прибыли		
	3	Расчет и анализ показателей рентабельности		
<b>Тема 3.2</b> <b>Анализ финансового состояния</b>	<b>Содержание</b>		6	1
	1	<b>Анализ баланса предприятия</b> Значение и задачи анализа финансового состояния. Характеристика баланса как основного		

		источника информации. Аналитический баланс – баланс-нетто и методика его формирования.		
	<b>2</b>	<b>Анализ имущества предприятия</b> Анализ динамики, состава и структуры имущества предприятия. Анализ динамики, состава и структуры источников формирования имущества. Анализ дебиторской и кредиторской задолженности.		
	<b>3</b>	<b>Анализ финансовой устойчивости предприятия</b> Анализ абсолютных показателей финансовой устойчивости. Классификация типов финансовой устойчивости. Методика анализа относительных показателей финансовой устойчивости. Анализ платежеспособности и ликвидности предприятия.		
	<b>Практические занятия</b>		6	2
	<b>1</b>	Изучение структуры баланса предприятия		
	<b>2</b>	Решение задач по теме «Анализ имущества предприятия»		
	<b>3</b>	Решение задач по теме «Анализ финансовой устойчивости предприятия»		
<b>Тема 3.3</b> <b>Анализ деловой активности</b>	<b>Содержание</b>		1	1
	<b>1</b>	Общая оценка и критерии деловой активности. Анализ эффективности использования ресурсов. Анализ устойчивости экономического роста. Анализ и оценка коэффициентов деловой активности. Методы диагностики риска банкротства предприятия.		
	<b>Практическое занятие</b>		2	2
	<b>1</b>	Решение задач по теме «Анализ деловой активности»		
<b>Самостоятельная работа при изучении МДК 02.02:</b>			48	3
1.Подготовка доклада на тему «Экономический анализ как метод познания, его место и назначение в управлении предприятием». 2.Подготовка конспекта по теме «Систематизация и классификация факторов в АФХД». 3.Составление классификационной таблицы видов экономического анализа. 4.Подготовка доклада на тему «Входные и выходные потоки информации финансового и управленческого анализа». 5.Составление схемы показателей реализации и объема производства продукции. 6.Составление перечня формул для расчета показателей по теме «Анализ основных фондов». 7.Представление в виде схемы структуры основных и оборотных средств. 8.Подготовка доклада на тему «Анализ и диагностика системы оплаты труда, степени ее мотивации». 9.Подготовка доклада на тему «Анализ производительности труда и заработной платы на предприятии, оценка их соотношения». 10.Представление в виде схемы этапов формирования себестоимости продукции. 11.Составление таблицы группировки затрат по элементам и статьям затрат. 12.Составление перечня факторов изменения общей суммы затрат на производство продукции (услуг). 13.Подготовка доклада на тему «Показатели, характеризующие эффективность деятельности предприятия, их анализ и диагностика». 14.Представление в виде схемы этапов проведения финансового анализа на предприятии и содержание каждого этапа.				

15. Составление схемы государственных органов и негосударственных организаций, принимающих участие в осуществлении финансового контроля за деятельностью хозяйственной организации в качестве ее органов и агентов.			
16. Составление схемы видов нормативных актов, составляющих правовую базу финансового контроля, и списка основных нормативных актов, действующих в настоящее время.			
17. Подготовка и написание курсовой работы.			
<b>МДК 02.03 Маркетинг</b>			
<b>Глава 1. Основы маркетинга</b>			
<b>Тема 1.1</b> <b>Предмет, цели и задачи дисциплины</b>	<b>Содержание</b>	2	1
	<b>1</b> <b>Понятия: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка.</b> Предмет дисциплины. Межпредметные связи с другими дисциплинами. Значение дисциплины в подготовке коммерсантов (менеджеров по продажам). Цели, задачи, функции маркетинга.		
<b>Тема 1.2</b> <b>Концепции развития рыночных отношений</b>	<b>Содержание</b>	4	1
	<b>1</b> <b>История возникновения и основные этапы развития маркетинга.</b> Необходимость возникновения и совершенствования маркетинга в современных условиях. Основные этапы развития маркетинга.		
	<b>2</b> <b>Основные концепции развития рыночных отношений, их отличительные особенности.</b> Маркетинг как одна из концепций, его сущность. Социально-этичный маркетинг: понятие, отличие от маркетинга.		
	<b>Практическое занятие</b>	2	2
<b>1</b> Анализ концепций развития рыночных отношений.			
<b>Тема 1.3</b> <b>Структура маркетинговой деятельности</b>	<b>Содержание</b>	4	1
	<b>1</b> <b>Разработка комплекса маркетинга</b> Ключевые элементы: товар (продукт), цена, распространение (сбыт), стимулирование (продвижение товара): понятие, назначение.		
	<b>2</b> <b>Основные виды маркетинга</b> Основные виды маркетинга по приоритетности задач: дифференцированный, недифференцированный, товарно-ориентированный, потребительно-ориентированный, интегрированный и концентрированный. Краткая характеристика отдельных видов маркетинга.		
<b>Тема 1.4</b> <b>Классификация маркетинга</b>	<b>Содержание</b>	2	1
	<b>1</b> <b>Классификационные признаки маркетинга</b> Основные виды маркетинга по сфере применения: микро-, макро-, лита-, микс-, социальный маркетинг. Основные виды маркетинга по приоритетности задач: дифференцированный, функциональный, товарно-ориентированный, потребительно-ориентированный,		

		недифференцированный и интегрированный. Группа маркетинга в зависимости от широты охвата рынка, массовой, сегментированный и множественный критерии сегментации. Рыночные ниши.		
<b>Тема 1.5</b> <b>Сегментирование рынка</b>	<b>Содержание</b>		4	1
	<b>1</b>	<b>Основные понятия: сегментирование, сегмент и ниша рынка</b> Назначение сегментирования. Признаки сегментирования потребительского рынка: географические, демографические, социально-экономические, психографические, поведенческие.		
	<b>2</b>	<b>Критерии выбора сегмента рынка</b> 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.		
	<b>Практическое занятие</b>		2	2
	<b>1</b>	Оценка доли рынка и лояльности потребителей к товарной марке.		
<b>Глава 2. Практический маркетинг</b>				
<b>Тема 2.1</b> <b>Объекты маркетинговой деятельности</b>	<b>Содержание</b>		2	1
	<b>1</b>	Определение понятий, их общность и различия. Классификация потребностей; приоритетность потребностей. Краткая характеристика отдельных видов и разновидностей потребностей. Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия при различных видах спроса. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий.		
	<b>Практическое занятие</b>		2	2
	<b>1</b>	Установление основных видов потребностей и товаров – средств их удовлетворения		
<b>Тема 2.2</b> <b>Субъекты маркетинговой деятельности</b>	<b>Содержание</b>		2	1
	<b>1</b>	Основные группы субъектов маркетинга. Служба маркетинга на предприятии. Виды организационных структур управления маркетингом. Основные задачи и функции служб маркетинга. Взаимосвязь отдела маркетинга с другими структурными подразделениями. Потребители: определения понятия. Классификация потребителей. Факторы влияющие на поведение потребителей. Типология потребителей.		
	<b>Практические занятия</b>		6	2

	<b>1</b>	Анализ поведения потребителей при совершении покупок		
	<b>2</b>	Разработка сценария для проведения фокус-группы		
	<b>3</b>	Организационные структуры службы маркетинга. Должностные характеристики работников службы маркетинга		
<b>Тема 2.3 Окружающая среда маркетинга</b>	<b>Содержание</b>		4	1
	<b>1</b>	<b>Окружающая среда маркетинга.</b> Окружающая среда маркетинга: понятие; виды; факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда маркетинга: понятие. Субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду организации.		
	<b>2</b>	<b>Макросреда маркетинга.</b> Макросреда маркетинга: понятие. Субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие макросреду организации. Разновидности макросреды.		
	<b>Практические занятия</b>		4	2
	<b>1</b>	Анализ окружающей среды маркетинга		
	<b>2</b>	Изучение факторов макросреды, влияющих на положение предприятия на рынке		
<b>Тема 2.4 Конкурентная среда</b>	<b>Содержание</b>		4	1
	<b>1</b>	<b>Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров, конкурентные преимущества.</b> Конкуренция: обоснование необходимости в рыночных условиях, виды, их характерные признаки. Конкурентная среда: характерные черты, условия возникновения, способы создания и поддержания. Антимонопольное законодательство.		
	<b>2</b>	<b>Конкурентоспособность организаций и товаров.</b> Конкурентоспособность организаций и товаров: критерии оценки, их конкурентные преимущества. Конкурентоспособность организации. Конкурентоспособность товара. Оценка конкурентоспособности организации.		
	<b>Практические занятия</b>		4	2
	<b>1</b>	Оценка конкурентоспособности предприятия торговли и установление ее конкурентных преимуществ		
	<b>2</b>	Оценка конкурентоспособности товаров		
<b>Тема 2.5 Средства маркетинга</b>	<b>Содержание</b>		4	1
	<b>1</b>	<b>Классификация средств маркетинга.</b> Классификация средств маркетинга: средства удовлетворения потребностей; средства стимулирования сбыта. Средства удовлетворения потребностей: виды, их краткая характеристика. Маркетинговое понятие товара		
	<b>2</b>	<b>Товар как средство маркетинга.</b> Товар как важнейшее средство удовлетворения потребностей. ЖЦТ, его основные этапы. Особенности маркетинговых решений на каждом этапе. Специфика		

		ЖЦТ разных групп. Разработка новых товаров (продукции) в организациях производителей (исполнителей услуг). Уровни товара и его подкрепление		
	<b>Практическое занятие</b>		2	2
	<b>1</b>	Анализ жизненного цикла товаров		
<b>Тема 2.6 Ценовая политика</b>	<b>Содержание</b>		4	1
	<b>1</b>	<b>Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования.</b> Цели, задачи и направления формирования цен. Назначение цен в маркетинге. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Факторы, влияющие на формирование цен.		
	<b>2</b>	<b>Стратегия ценообразования</b> Стратегия ценообразования: формулирование целей, определение последовательности реализации целей. Особенности стратегии ценообразования на новые и известные товары. Виды цен, характерные для разных стратегий, основания выбора стратегий ценообразования.		
	<b>Практические занятия</b>		4	2
	<b>1</b>	Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики торговой организации		
	<b>2</b>	Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики торговой организации		
<b>Тема 2.7 Средства распространения товаров</b>	<b>Содержание</b>		4	1
	<b>1</b>	<b>Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товаров, сбытовая политика</b> Цели, задачи и основные направления сбытовой политики. Виды сбыта. Средства сбыта: каналы распространения, распределения, их виды (прямые, косвенные, смешанные), ширина, функции, их возможности. Критерии выбора каналов сбыта. Системы сбыта.		
	<b>2</b>	<b>Торговые посредники: виды и типы</b> Краткая характеристика посредников разных типов. Факторы, влияющие на выбор посредников. Анализ и оценка эффективности сбытовой политики.		
	<b>Практические занятия</b>		4	2
	<b>1</b>	Установление уровней каналов сбыта и оценка эффективности сбытовой политики предприятия торговли		
	<b>2</b>	Установление уровней каналов сбыта и оценка эффективности сбытовой политики предприятия торговли		
<b>Тема 2.8 Методы маркетинга</b>	<b>Содержание</b>		4	1
	<b>1</b>	<b>Классификация методов маркетинга.</b>		

		Методы изучения рынка. Назначение, разновидности методов, их возможности, достоинства и недостатки. Методика проведения наблюдений и опросов, виды и разновидности опросов.		
	<b>2</b>	<b>Методы формирования спроса и стимулирования сбыта</b> Методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОСТИСС): виды, назначение. Паблик рилейшенз: возможности, достоинства и недостатки. Аналитические методы: анализ и оценка окружающей среды, анализ поведения потребителей. Методы прогнозирования потребностей на рынке: назначение, разновидности, возможности.		
	<b>Практические занятия</b>		4	
	<b>1</b>	Изучение методов ФОССТИС и прогнозирование потребностей на рынке (экскурсия)		2
	<b>2</b>	Изучение и анализ различных методов маркетинга		
<b>Тема 2.9 Реклама</b>	<b>Содержание</b>		2	
	<b>1</b>	Реклама: понятие, сущность и задачи рекламы. История возникновения и развития рекламы. Требования к рекламе. Правовые основы рекламной деятельности. Классификация рекламы. Модель потребительского восприятия рекламы. Рекламная кампания фирмы. Выбор рекламы. Правила рекламы. Эффективность рекламы разных видов. Факторы, влияющие на эффективность рекламы. Методы оценки эффективности рекламы.		1
	<b>Практические занятия</b>		4	
	<b>1</b>	Изучение нормативно-правовой базы рекламы		2
	<b>2</b>	Разработка проекта рекламной компании		
<b>Тема 2.10 Маркетинговые исследования рынка</b>	<b>Содержание</b>		4	
	<b>1</b>	<b>Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты</b> Особенности маркетинговых исследований. Виды исследований. Схема маркетинговых исследований: установление проблемы и формулирование целей исследования, сбор, анализ информации, оценка результатов, применение полученных результатов для принятия решений. Коррекция и оптимизация результатов. Маркетинговая информация: назначение, источники (Внутренние и внешние), принципы их отбора. Классификация маркетинговой информации. Маркетинговая информационная система (МИС). Использование бухгалтерской отчетности, отчетов менеджеров, других структурных подразделений при сборе маркетинговой информации. Методы маркетинговых исследований: экспериментальные и аналитические, возможности их применения. Организация маркетинговых исследований:		1

		исследования рынка, товаров, цен, продвижения товаров, доведения их до потребителя.		
	2	<b>Маркетинговые исследования товарных рынков</b> Маркетинговые исследования товарных рынков: определение емкости, конъюнктурные и прогностические исследования, исследования конкурентной среды, выявление потребностей и средств для их удовлетворения, определение каналов товародвижения и сбыта.		
	<b>Практические занятия</b>		4	
	1	Методы сбора маркетинговой информации на основе анализа первичной документации.		2
	2	Обработка маркетинговой информации и представление полученных данных графически		
<b>Тема 2.11 Стратегия и планирование маркетинга</b>	<b>Содержание</b>		5	
	1	<b>Определение понятий: стратегия и тактика.</b> Направления и виды стратегии маркетинга, критерии их выбора. Оперативное управление выполнением стратегии организации. Задачи и этапы оперативного управления выполнением стратегии организации. Сетевые модели и оперограммы в оперативном управлении. Учет и контроль выполнения стратегии организации по срокам, качеству, затратам		1
	2	<b>Стратегическое планирование.</b> 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, ее взаимосвязь с экономической частью. (Результаты стратегического планирования).		
	<b>Практическое занятие</b>		2	2
	1	Построение схемы стратегического анализа		
<b>Самостоятельные работы обучающихся при изучении МДК 02.03</b> Изучение перспектив развития потребительского рынка Саратовской области и России Эволюция маркетинга. Основные этапы Выбор оптимального рынка для нового продукта Оформление концептуальной таблицы «Виды спроса» Особенности поведения потребителей при совершении покупок Доклады на темы: -Маркетинговые посредники и их влияние на маркетинговую деятельность			47	3

<p>-Контактные аудитории и их влияние на маркетинговую деятельность  -Демографическая среда и ее влияние на маркетинговую деятельность  -Экономическая среда и ее влияние на маркетинговую деятельность  -Культурная и духовная среда и ее влияние на маркетинговую деятельность  Реферат: «Оценка конкурентоспособности товаров (услуг) с точки зрения маркетинга»  Маркетинг товаров для производства  Сравнительный анализ методов ценообразования  Схема-конспект «Роль и значение затрат на стимулирование сбыта на каждом этапе ЖЦТ»  Интернет-маркетинг, сущность, основные элементы.  Создание альбома рекламной продукции предприятия торговли  Информация, исследования, консультирование и образование по маркетингу.</p>		
<p><b>Производственная практика (по профилю специальности)</b>  Виды работ:  1. Анализ нормативных документов, регламентирующих содержание работы и структуру предприятия (приложите устав, др. документы, внутренние инструкции и т.д.).  2. Составление финансовых документов и отчетов.  -оформление финансовых документов и отчетов;  -проведение денежных расчетов;  -расчет основных налогов  3. Применение методов и приемов анализа финансово-хозяйственной деятельности.  4. Анализ результатов финансово-хозяйственной деятельности торговой организации.  5. Выявление потребностей спроса на товары  6. Реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка  7. Участие в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых мероприятий  8. Анализ маркетинговой среды предприятия  Формирование отчета о прохождении производственной практики, оформление приложений к нему.</p>	<p><b>72</b></p>	

## **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **4.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

В ходе изучения дисциплины при проведении учебных занятий используются аудиовизуальные, компьютерные и мультимедийные средства обучения, а также демонстрационные и наглядно-иллюстрационные (в том числе раздаточные) материалы.

Предполагается также привлечение полезных Интернет-ресурсов и пакетов прикладных программ.

Реализация программы дисциплины требует наличия учебных кабинетов финансов, налогов и налогообложения, а также маркетинга.

Оборудования учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- доска;
- учебно-методическое обеспечение;
- раздаточный, демонстрационный материал.

Технические средства обучения:

- комплект мультимедийного оборудования;
- микрофон;
- калькуляторы по количеству обучающихся;
- персональные компьютеры по количеству обучающихся;
- программное обеспечение общего и профессионального назначения.

### **4.2 Учебно-методическое обеспечение по дисциплине**

#### ***Основные учебные издания:***

1. Илышева, Н.Н. Анализ финансовой отчетности [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Илышева Н.Н., Крылов С.И.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 241 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10491>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
2. Финансы. [Электронный ресурс]: учебник/А.Г. Грязнова, Е.В. Маркина, М.Л. Седова и др.; под ред. А. Г. Грязновой, Е. В. Маркиной. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2017. - 496 с.: ил. — Режим доступа:<http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785279034550.html>
3. Пичурин, И. И. Основы маркетинга. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)», «Маркетинг» / И. И. Пичурин, О. В. Обухов, Н. Д. Эриашвили. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 383 с. — 978-5-238-02090-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71036.html>

4. Четвертаков, И. М. Экономика, организация и основы маркетинга АПК [Электронный ресурс] : учебное пособие / И. М. Четвертаков. — Электрон. текстовые данные. — Воронеж : Воронежский Государственный Аграрный Университет им. Императора Петра Первого, 2017. — 94 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72787.html>
5. Управление маркетингом [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг» / Н. Д. Эриашвили, А. В. Коротков, И. М. Синяева [и др.] ; под ред. А. В. Коротков, И. М. Синяева. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 463 с. — 5-238-00883-Х. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/71205.html>

*Дополнительные учебные издания:*

6. Долматова, О.В. Анализ хозяйственной деятельности по отраслям [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Долматова О.В., Сысоева Е.Н.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 149 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/896>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
7. Захарова, Ю.А. Торговый маркетинг. Эффективная организация продаж [Электронный ресурс]/ Захарова Ю.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 134 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/1909>.— ЭБС «IPRbooks», п паролю
8. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Морозов Ю.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2017.— 148 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10945>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
9. Налоги и налогообложение [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Д.Г. Черник [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016.— 369 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10501>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
10. Пичурин, И.И. Основы маркетинга. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)», «Маркетинг»/ Пичурин И.И., Обухов О.В., Эриашвили Н.Д.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016.— 383 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8110>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
11. Романов А.А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Романов А.А., Басенко В.П., Жуков Б.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Южный институт менеджмента, 2017.— 443

- с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/4552>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
12. Зобов А.М. Международный маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Зобов А.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: Российский университет дружбы народов, 2017.— 280 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/11529>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
13. Жулина, Е.Г. Анализ финансовой отчетности [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Е.Г. Жулина, Н.А. Иванова.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 268 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5963>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю
14. Анущенко, К.А. Финансово-экономический анализ. 2-е изд. [Электронный ресурс]: учебное пособие/ К.А. Анущенко, В.Ю. Анущенко.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 256 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5990>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

***Периодические издания:***

21. Современная конкуренция. [Электронный ресурс]: журнал . – М.: Синергия ПРЕСС, 2010. – Выходит один раз в два месяца (2012-2019), № 1-6. – ISSN 1993-7598. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/28455.html>
22. Экономический журнал. [Электронный ресурс]: журнал. – М.: Российский государственный гуманитарный университет, 2010. – Выходит один раз в месяц (2012-2019), № 1-12. – ISSN 2072-8220

***Интернет-ресурсы:***

23. Федеральный закон Российской Федерации от 27.12.2002 N 184-ФЗ «О техническом регулировании» [Электронный ресурс]: [Принят Государственной Думой 27.12.2002]: офиц. текст: редакция с изменениями и дополнениями от 28.11.2018: [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_law\\_40241/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_40241/)
24. Федеральный закон Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1– ФЗ «О защите прав потребителей»; [Электронный ресурс]: [Принят Государственной Думой 07.02.1992]: офиц. текст: редакция с изменениями и дополнениями от 18.03.2019: [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_305/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/)

**4.3. Общие требования к организации образовательного процесса**

Организация образовательного процесса в образовательном учреждении осуществляется в соответствии с образовательными программами и расписаниями занятий.

Объем учебно-производственной нагрузки не должен превышать 36 (академических) часов в неделю.

На освоение профессионального модуля отводится 406 аудиторных часов. Производственная практика (по профилю специальности) проводится образовательным учреждением при освоении студентами профессиональных компетенций в рамках профессионального модуля «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности».

Аттестация по итогам учебной практики проводится с учетом (или на основании) результатов, подтвержденных документами соответствующих организаций.

При прохождении производственной практики (по профилю специальности) устанавливается продолжительность рабочего времени 36 часов в неделю. На производственную практику (по профилю специальности) по профессиональному модулю отводится 1 неделя -36 часов.

Внеаудиторная (самостоятельная) работа обучающихся сопровождается методическим обеспечением и консультациями. Формы проведения консультаций - групповые, индивидуальные, письменные, устные.

При реализации компетентного подхода предусматриваются использование в образовательном процессе активных форм проведения занятий с применением электронных образовательных ресурсов, деловых и ролевых игр, индивидуальных и групповых проектов, анализа производственных ситуаций, психологических и иных тренингов, групповых дискуссий в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций обучающихся.

При подготовке к итоговой аттестации по модулю организуется проведение консультаций. Освоению ПМ.02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности: Экономика организации», «Статистика», «Менеджмент (по отраслям)», «Документационное обеспечение управления», «Правовое обеспечение профессиональной деятельности», «Бухгалтерский учет».

#### **4.4 Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарным курсам:

- наличие высшего профессионального образования соответствующего профилю преподаваемого модуля, направление деятельности которых соответствует области организации и проведения коммерческой деятельности;

- опыт работы в организациях соответствующей профессиональной сферы не менее 3 лет;
- прохождение стажировки в профильных организациях в организациях, направление деятельности которых соответствует области организации и проведения коммерческой деятельности, не реже 1 раза в 3 года.

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

**5.1 Показатели оценки результатов, формы и методы контроля**

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
<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 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</p>	<p><b>знать:</b> 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.</p> <p><b>уметь:</b> составлять финансовые документы и отчеты;</p>	<p>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы</p> <p>Текущий контроль: - опрос устный и письменный (индивидуальный и фронтальный); - тестирование; - выполнение письменной работы; - выполнение практической работы (индивидуальная и групповая форма работы); - выполнение лабораторной работы.</p> <p>Оценка результатов выполнения заданий самостоятельной работы.</p>

<p>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</p>	<p>осуществлять денежные расчеты; пользоваться нормативными правовыми актами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения; рассчитывать основные налоги; анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций; применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа; выявлять, формировать и удовлетворять потребности; обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций; проводить маркетинговые исследования рынка; оценивать конкурентоспособность товаров;</p>	<p>Промежуточная аттестация по ПМ 02 в форме комплексного экзамена.</p> <p>Оформление и защита отчета (по итогам прохождения производственной практики (по профилю специальности)).</p> <p>Дифференцированный зачет по производственной практике (по профилю специальности)</p> <p>Промежуточная аттестация по ПМ в форме экзамена квалификационного</p>
---	--	--

<p>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.</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.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
<p>ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес</p>	<p><b>Уметь:</b> определять социальную значимость профессиональной деятельности; определять и характеризовать задачи и виды трудовых действий своей будущей профессии; уметь аргументировать свой профессиональный выбор; находить и анализировать информацию о профессиональной деятельности.  <b>Знать:</b> характерные черты профессиональной деятельности; нормативные документы, регламентирующие профессиональную деятельность; значение профессии в современном мире, экономике региона и страны.</p>	<p>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы</p> <p>Текущий контроль:  - опрос устный и письменный (индивидуальный и фронтальный);  - тестирование;  - выполнение письменной работы;  - выполнение практической работы (индивидуальная и групповая форма работы);</p>
<p>ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество</p>	<p><b>Уметь:</b> распознавать задачу в профессиональном контексте; анализировать задачу, выделять её составные части, определять этапы решения задачи; находить, необходимую для решения задачи информацию; планировать деятельность; определять</p>	<p>Оценка результатов выполнения заданий самостоятельной работы.</p> <p>Промежуточная</p>

	<p>необходимые ресурсы; контролировать деятельность; проводить оценку результатов собственных действий</p> <p><b>Знать:</b> принципы и методы организации деятельности; основные источники информации и ресурсы для решения профессиональных задач; типовые методы и способы решения профессиональных задач; методы оценки качества и эффективности</p>	<p>аттестация по МДК 02.01,02.02, 02.03 в форме экзамена.</p> <p>Оформление и защита отчета (по итогам прохождения производственной практики).</p> <p>Дифференцированный зачет по производственной практике (по профилю специальности)</p>
<p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность</p>	<p><b>Уметь:</b> анализировать ситуацию, описывать, выявлять причинно-следственные связи; находить пути решения ситуации; нести ответственность за принятое решение</p> <p><b>Знать:</b> методы анализа ситуации, выявления причин и определения возможных последствий; алгоритм принятия решения; виды ответственности.</p>	<p>Промежуточная аттестация по ПМ в форме экзамена квалификационного</p>
<p>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития</p>	<p><b>Уметь:</b> определять задачи для поиска информации; определять необходимые источники информации; планировать процесс поиска; структурировать получаемую информацию; выделять наиболее значимое в перечне информации; оценивать практическую значимость результатов поиска; оформлять результаты поиска</p> <p><b>Знать:</b> номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации</p>	
<p>ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями</p>	<p><b>Уметь:</b> выполнять задачу в рамках задания команды; анализировать и верно оценивать собственную деятельность и деятельность коллег по команде; позиционировать себя в команде и презентовать собственные идеи; эффективно взаимодействовать посредством письменных и устных коммуникаций.</p> <p><b>Знать:</b> психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности; правила построения эффективного делового общения.</p>	

<p>ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, сознательно планировать повышение квалификации</p>	<p><b>Уметь:</b> определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования</p> <p><b>Знать:</b> содержание актуальной нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; современную научную и профессиональную терминологию; возможные траектории профессионального развития и самообразования</p>	
<p>ОК 10 Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь</p>	<p><b>Уметь:</b> понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы; строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности; кратко обосновывать и объяснить свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы</p> <p><b>Знать:</b> правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум, относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности</p>	
<p>ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий</p>	<p><b>Уметь:</b> применять нормы действующего законодательства РФ;</p> <p><b>Знать:</b> действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий торговли</p>	

## **5.2 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по профессиональному модулю**

Для осуществления контроля и оценки результатов освоения профессионального модуля разработаны Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости по профессиональному модулю и Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по профессиональному модулю.

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости по профессиональному модулю включает в себя комплекты контрольно-оценочных средств, предназначенные для проведения текущего контроля успеваемости (оперативный, рубежный контроль, межсессионная аттестация).

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по профессиональному модулю включает в себя комплекты контрольно-оценочных средств для проведения промежуточной аттестации в форме экзамена квалификационного в соответствии с учебным планом специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям).