

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



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

г. Саратов 2020

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 38.02.04 Коммерция (по отраслям), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 15 мая 2014 г. № 539.

Разработчик: Ниho Рузалия Назымовна, преподаватель ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А., Илюткина Татьяна Васильевна, преподаватель ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А.

Рецензенты:

Внутренний: Курдюкова Татьяна Ивановна - преподаватель ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А.

Внешний: Смирнов Александр Григорьевич - АО «Совхоз-Весна», заместитель генерального директора.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	9
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	24
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	28

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1 Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальностям СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям) в части освоения основного вида профессиональной деятельности: **ПМ 02. «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 2.4.	Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.
ПК 2.6.	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.
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*	Суммарный объем нагрузки, час.)	Объем профессионального модуля, час.					
			Обучение по МДК				Практики	
			Всего, часов	В т.ч. лабораторных, практических занятий, часов	в т.ч., курсовая работа, часов	Самостоятельная работа всего часов	Учебная часов	Производственная (по профилю специальности), часов
1	2	3	4	5	6	7	8	
ПК 2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 2.6, 2.9 ОК 1-4, 6,7, 10,12	МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение	113	77	33	-	36		
	МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности	147	99	36	30	48		
	МДК 02.03. Маркетинг	146	99	44	-	47		
	Производственная практика (по профилю специальности)	72						72
	Всего:	478	275	113	30	131	-	72

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
МДК 02.01 Финансы, налоги и налогообложение			
Тема 1 Сущность, функции и роль финансов в экономике	Содержание	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		
	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		
	Практические занятия	16	2
1 Заполнение таблиц характеристики функций и принципов финансов			
2 Расчет основных показателей эффективности экономики страны (ВВП,НД)			

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

	2	Использование методики экспресс-анализа для оценки финансового состояния предприятия.		
	3	Оценка и планирование финансовых результатов коммерческой деятельности		
Тема 4. Основные положения налогового законодательства, функции и классификация налогов, методики расчета основных видов налогов	Содержание		18	1
	1	Основные положения налогового законодательства, функции и классификация налогов Экономическое содержание, законодательная база, классификация и функции налогов.		
	2	Налоговая система РФ и принципы ее построения.		
	3	Методики расчета основных видов налогов		2
	Практические занятия		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		
Самостоятельная работа при изучении МДК.02.01 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
МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной				

деятельности				
Глава 1. Основы АФХД				
Тема 1.1 Введение в АХД	Содержание		2	1
	1	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.		
	Практическое занятие		2	2
1	Изучение роли и значения анализа в принятии управленческих решений.			
Тема 1.2 Характеристика основных приемов и методов экономического анализа	Содержание		2	1
	1	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.		
	Практическое занятие		2	2
1	Изучение основных способов, приемов и методов экономического анализа			
Тема 1.3 Виды, организация и информационное обеспечение АФХД	Содержание		2	1
	1	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		
	Практическое занятие		2	2
1	Рассмотрение основных видов анализа			
Глава 2. Методика комплексного управленческого анализа				
Тема 2.1 Анализ объема производства и реализации продукции	Содержание		2	1
	1	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.		

	Практическое занятие		2	2
	1	Решение задач по теме «Анализ объема производства и реализации продукции»		
Тема 2.2 Анализ основных фондов	Содержание		4	1
	1	Наличие и динамика основных фондов. 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.		
	2	Анализ эффективности использования основных средств Анализ использования производственной мощности. Анализ использования технологического оборудования. Резервы увеличения выпуска продукции и фондоотдачи.		
	Практические занятия		4	2
	1	Решение задач по теме «Наличие и динамика основных фондов»		
	2	Решение задач по теме «Анализ эффективности использования основных средств»		
Тема 2.3 Анализ использования материальных ресурсов	Содержание		4	1
	1	Анализ обеспеченности предприятия материальными ресурсами. Задачи и источники анализа материальных ресурсов. Источники покрытия: внешние и внутренние. Анализ соблюдения норм расхода материалов в производстве.		
	2	Анализ материалоотдачи и материалоемкости Материалоотдача. Материалоемкость. Коэффициент материальных затрат. Анализ использования отходов производства. Показатель эффективности использования материалов. Коэффициент полезного использования материалов.		
	Практические занятия		4	2
	1	Решение задач по теме «Обеспеченность предприятия материальными ресурсами»		
	2	Решение задач по теме «Анализ материалоемкости и материалоотдачи».		
Тема 2.4 Анализ трудовых ресурсов	Содержание		4	1
	1	Анализ обеспеченности и эффективности использования трудовых ресурсов. 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.		
	2	Анализ уровня производительности труда. Анализ трудоемкости продукции. Анализ влияния факторов использования трудовых ресурсов на прирост объема выпуска продукции.		
	Практические занятия		4	2

	1	Решение задач по теме «Анализ трудовых ресурсов»		
	2	Решение задач по теме «Анализ производительности труда»		
Тема 2.5 Анализ себестоимости продукции (работ, услуг)	Содержание		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.		
	Практическое занятие		2	2
	1	Решение задач по теме «Анализ себестоимости продукции»		
Глава 3. Финансовый анализ				
Тема 3.1 Анализ финансовых результатов	Содержание		4	1
	1	Анализ прибыли 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	Анализ рентабельности 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.		
	Практические занятия		6	2
	1	Анализ 3 факторов, влияющих на выручку от продаж		
2	Расчет и анализ показателей прибыли			
3	Расчет и анализ показателей рентабельности			
Тема 3.2 Анализ финансового состояния	Содержание		6	1
	1	Анализ баланса предприятия Значение и задачи анализа финансового состояния. Характеристика баланса как основного источника информации. Аналитический баланс – баланс-нетто и методика его формирования.		

	2	Анализ имущества предприятия Анализ динамики, состава и структуры имущества предприятия. Анализ динамики, состава и структуры источников формирования имущества. Анализ дебиторской и кредиторской задолженности.	6	2
	3	Анализ финансовой устойчивости предприятия Анализ абсолютных показателей финансовой устойчивости. Классификация типов финансовой устойчивости. Методика анализа относительных показателей финансовой устойчивости. Анализ платежеспособности и ликвидности предприятия.		
	Практические занятия			
	1	Изучение структуры баланса предприятия		
	2	Решение задач по теме «Анализ имущества предприятия»		
	3	Решение задач по теме «Анализ финансовой устойчивости предприятия»		
Тема 3.3 Анализ деловой активности	Содержание		1	1
	1	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.		
	Практическое занятие		2	2
	1	Решение задач по теме «Анализ деловой активности»		
Самостоятельная работа при изучении МДК 02.02:			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.			
МДК 02.03 Маркетинг			
<i>Глава 1. Основы маркетинга</i>			
Тема 1.1 Предмет, цели и задачи дисциплины	Содержание	2	1
	1 Понятия: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка. Предмет дисциплины. Межпредметные связи с другими дисциплинами. Значение дисциплины в подготовке коммерсантов (менеджеров по продажам). Цели, задачи, функции маркетинга.		
Тема 1.2 Концепции развития рыночных отношений	Содержание	4	1
	1 История возникновения и основные этапы развития маркетинга. Необходимость возникновения и совершенствования маркетинга в современных условиях. Основные этапы развития маркетинга.		
	2 Основные концепции развития рыночных отношений, их отличительные особенности. Маркетинг как одна из концепций, его сущность. Социально-этичный маркетинг: понятие, отличие от маркетинга.		
	Практическое занятие	2	2
1	Анализ концепций развития рыночных отношений.		
Тема 1.3 Структура маркетинговой деятельности	Содержание	4	1
	1 Разработка комплекса маркетинга Ключевые элементы: товар (продукт), цена, распространение (сбыт), стимулирование (продвижение товара): понятие, назначение.		
	2 Основные виды маркетинга Основные виды маркетинга по приоритетности задач: дифференцированный, недифференцированный, товарно-ориентированный, потребительно-ориентированный, интегрированный и концентрированный. Краткая характеристика отдельных видов маркетинга.		
Тема 1.4 Классификация маркетинга	Содержание	2	1
	1 Классификационные признаки маркетинга 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.		
Тема 1.5 Сегментирование рынка	Содержание		4	1
	1	Основные понятия: сегментирование, сегмент и ниша рынка Назначение сегментирования. Признаки сегментирования потребительского рынка: географические, демографические, социально-экономические, психографические, поведенческие.		
	2	Критерии выбора сегмента рынка 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.		
	Практическое занятие		2	2
	1	Оценка доли рынка и лояльности потребителей к товарной марке.		
Глава 2. Практический маркетинг				
Тема 2.1 Объекты маркетинговой деятельности	Содержание		2	1
	1	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.		
	Практическое занятие		2	2
	1	Установление основных видов потребностей и товаров – средств их удовлетворения		
Тема 2.2 Субъекты маркетинговой деятельности	Содержание		2	1
	1	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.		
	Практические занятия		6	2
	1	Анализ поведения потребителей при совершении покупок		
	2	Разработка сценария для проведения фокус-группы		
	3	Организационные структуры службы маркетинга. Должностные характеристики работников службы маркетинга		
Тема 2.3 Окружающая среда маркетинга	Содержание		4	1
	1	Окружающая среда маркетинга. Окружающая среда маркетинга: понятие; виды; факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда маркетинга: понятие. Субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду организации.		
	2	Макросреда маркетинга. Макросреда маркетинга: понятие. Субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие макросреду организации. Разновидности макросреды.		
	Практические занятия		4	2
	1	Анализ окружающей среды маркетинга		
2	Изучение факторов макросреды, влияющих на положение предприятия на рынке			
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. Антимонопольное законодательство.		
	2	Конкурентоспособность организаций и товаров. Конкурентоспособность организаций и товаров: критерии оценки, их конкурентные преимущества. Конкурентоспособность организации. Конкурентоспособность товара. Оценка конкурентоспособности организации.		
	Практические занятия		4	2
	1	Оценка конкурентоспособности предприятия торговли и установление ее конкурентных преимуществ		
2	Оценка конкурентоспособности товаров			
Тема 2.5 Средства маркетинга	Содержание		4	1
	1	Классификация средств маркетинга. Классификация средств маркетинга: средства удовлетворения потребностей; средства стимулирования сбыта. Средства удовлетворения		

		потребностей: виды, их краткая характеристика. Маркетинговое понятие товара		
	2	Товар как средство маркетинга. 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		
	Практическое занятие		2	2
	1	Анализ жизненного цикла товаров		
Тема 2.6 Ценовая политика	Содержание		4	1
	1	Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. 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.		
	2	Стратегия ценообразования 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.		
	Практические занятия		4	2
	1	Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики торговой организации		
		2	Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики торговой организации	
Тема 2.7 Средства распространения товаров	Содержание		4	1
	1	Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товаров, сбытовая политика 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.		
	2	Торговые посредники: виды и типы Краткая характеристика посредников разных типов. Факторы, влияющие на выбор посредников. Анализ и оценка эффективности сбытовой политики.		
	Практические занятия		4	2
	1	Установление уровней каналов сбыта и оценка эффективности сбытовой политики предприятия торговли		

	2	Установление уровней каналов сбыта и оценка эффективности сбытовой политики предприятия торговли		
Тема 2.8 Методы маркетинга	Содержание		4	1
	1	Классификация методов маркетинга. Методы изучения рынка. Назначение, разновидности методов, их возможности, достоинства и недостатки. Методика проведения наблюдений и опросов, виды и разновидности опросов.		
	2	Методы формирования спроса и стимулирования сбыта 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.		
	Практические занятия		4	2
	1	Изучение методов ФОССТИС и прогнозирование потребностей на рынке (экскурсия)		
2	Изучение и анализ различных методов маркетинга			
Тема 2.9 Реклама	Содержание		2	1
	1	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.		
	Практические занятия		4	2
	1	Изучение нормативно-правовой базы рекламы		
	2	Разработка проекта рекламной компании		
Тема 2.10 Маркетинговые исследования рынка	Содержание		4	1
	1	Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты 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: исследования рынка, товаров, цен, продвижения товаров, доведения их до потребителя.		
	2	Маркетинговые исследования товарных рынков 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.		
	Практические занятия		4	
	1	Методы сбора маркетинговой информации на основе анализа первичной документации.		2
	2	Обработка маркетинговой информации и представление полученных данных графически		
Тема 2.11 Стратегия и планирование маркетинга	Содержание		5	
	1	Определение понятий: стратегия и тактика. 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	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, ее взаимосвязь с экономической частью. (Результаты стратегического планирования).		
	Практическое занятие		2	2
	1	Построение схемы стратегического анализа		
Самостоятельные работы обучающихся при изучении МДК 02.03 Изучение перспектив развития потребительского рынка Саратовской области и России Эволюция маркетинга. Основные этапы			47	3

<p>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 -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>Производственная практика (по профилю специальности) 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>	72	

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, 2018.— 241 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10491>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

2. Д.Г. Черник [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 369 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10501>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

3. 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>

4. Парамонова, Т.Н. Маркетинг : учебное пособие / Парамонова Т.Н., Красюк И.Н. — Москва : КноРус, 2020. — 189 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-07433-6. — URL: <https://book.ru/book/932563> (дата обращения: 13.09.2020). — Текст : электронный.

5. 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>

6. 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>

Дополнительные учебные издания:

7. Анализ хозяйственной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие/ В.И. Бариленко, Л.К. Плотникова, Р.В. Скачкова.— Электрон. текстовые данные.— М.: Эксмо, 2018.— 272 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/898>.— ЭБС «IPRbooks»

8. Грибов, В.Д. Основы экономики, менеджмента и маркетинга : учебное пособие / Грибов В.Д. — Москва : КноРус, 2020. — 224 с. — (СПО). — ISBN 978-5-406-07411-4. — URL: <https://book.ru/book/932623> (дата обращения: 13.09.2020). — Текст : электронный.

9. Грызунова, Н.В. Налоги и налогообложение [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Грызунова Н.В., Радостева М.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский гуманитарный университет, 2017.— 152 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14524>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

10. 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, 2018.— 268 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/5963>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

11. Налоги и налогообложение [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Д.Г. Черник [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018.— 369 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10501>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

12. Парамонова, Т.Н. Маркетинг торгового предприятия [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Парамонова Т.Н., Красюк И.Н., Лукашевич В.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2017.— 283 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24796>.— ЭБС «IPRbooks»

13. Стражев, В.И. Теория анализа хозяйственной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Стражев В.И.— Электрон. текстовые данные.— Минск: Вышэйшая школа, 2017.— 144 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35551>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

14. 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, 2018.— 383 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8110>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

15. 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

16. Умавов, Ю.Д. Основы маркетинга : учебное пособие / Умавов Ю.Д., Камалова Т.А. — Москва : КноРус, 2020. — 236 с. — ISBN 978-5-406-01072-3. — URL: <https://book.ru/book/934278> (дата обращения: 13.09.2020). — Текст : электронный.

17. Янова, П.Г. Анализ финансовой отчетности [Электронный ресурс]: учебно-методический комплекс/ П.Г. Янова.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2018.— 188 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/13433>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Интернет-ресурсы:

19. Современная электронная библиотека BOOK.RU. – Режим доступа.– <https://www.book.ru/book/934278>

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 проводится образовательным учреждением при освоении студентами профессиональных компетенций в рамках профессионального модуля «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности».

Аттестация по итогам производственной практики (по профилю специальности) 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 профессиональному модулю отводится 2 недели -72 часа.

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 должно предшествовать изучение учебных дисциплин: ОП.01 Экономика организации, ОП.02 Статистика, ОП.03 Менеджмент (по отраслям), ОП.04 Документационное обеспечение управления, ОП.05 Правовое обеспечение профессиональной деятельности, ОП.07 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 профессиональной деятельности⁰⁸ Финансы и экономика;

- опыт работы в организациях соответствующей профессиональной сферы не менее 3 лет;

- прохождение стажировки в профильных организациях в организациях, направление деятельности которых соответствует области профессиональной 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 микроэкономические показатели,</p>	<p>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.</p> <p>уметь: составлять финансовые документы и отчеты; осуществлять денежные расчеты; пользоваться нормативными правовыми актами</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>Промежуточная аттестация по</p>

<p>анализировать их, а также рынки ресурсов.</p> <p>ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.</p> <p>ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.</p> <p>ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.</p> <p>ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.</p> <p>ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.</p> <p>ПК 2.9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении</p>	<p>в области налогообложения, регулируемыми механизм и порядок налогообложения;</p> <p>рассчитывать основные налоги;</p> <p>анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;</p> <p>применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;</p> <p>выявлять, формировать и удовлетворять потребности;</p> <p>обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;</p> <p>проводить маркетинговые исследования рынка;</p> <p>оценивать конкурентоспособность товаров;</p>	<p>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>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>Уметь: 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.</p> <p>Знать: 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>Уметь: распознавать задачу в профессиональном контексте; анализировать задачу, выделять её составные части, определять этапы решения задачи; находить, необходимую для решения задачи информацию; планировать деятельность; определять необходимые ресурсы; контролировать деятельность; проводить оценку результатов собственных действий</p> <p>Знать: 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>Оценка результатов выполнения заданий самостоятельной работы.</p> <p>Промежуточная 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>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность</p>	<p>Уметь: анализировать ситуацию, описывать, выявлять причинно-следственные связи; находить пути решения ситуации; нести ответственность за принятое решение</p> <p>Знать: методы анализа ситуации,</p>	<p>Дифференцированный зачет по производственной практике (по профилю специальности)</p> <p>Промежуточная аттестация по ПМ в</p>

	<p>выявления причин и определения возможных последствий; алгоритм принятия решения; виды ответственности.</p>	<p>форме экзамена квалификационного</p>
<p>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития</p>	<p>Уметь: 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>Знать: 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>Уметь: 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>Знать: 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>Уметь: определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования</p> <p>Знать: 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>Уметь: 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</p>	

	<p>объяснить свои действия (текущие и планируемые); писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы</p> <p>Знать: правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общепотребительные 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>Уметь: применять нормы действующего законодательства РФ;</p> <p>Знать: 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).