МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования «Саратовский государственный технический
университет имени Гагарина Ю.А.»

Профессионально-педагогический колледж

УТВЕРЖДАЮ
Директор ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А.
_____Л.И. Рожкова
10 июня 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

специальность
38.02.04 КОММЕРЦИЯ (ПО ОТРАСЛЯМ)

Рабочая программа рассмотрена
на заседании методической комиссии
экономических специальностей и дисциплин
протокол № 12 от «22» июня 2021 г.
Председатель МК _____ Р.Н.Нихо

Саратов 2021

Рабочая программа профессионального модуля разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 38.02.04 Коммерция (по отраслям), утверждённого приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15 мая 2014 г. N 539.

Разработчики:
Нихо Р.Н., преподаватель ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А.,
Курдюкова Т.И.., преподаватель ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А.

Рецензенты:
Внутренний: Илюткина Т.В., преподаватель ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А.
Внешний: Смирнов А.Г. заместитель генерального директора АО «Совхоз-Весна».

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ 4
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ 7
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ 25
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ 30

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

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) в части освоения основного вида профессиональной деятельности **ПМ 02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности**.

1.2. Место профессионального модуля в структуре ППССЗ: Профессиональный модуль входит в профессиональный цикл ППССЗ.

1.3. Цели и требования к результатам освоения профессионального модуля

Изучение профессионального модуля направлено на освоение основного вида деятельности 4.3.2 **Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности**и соответствующих ему общих компетенций и профессиональных компетенций.

1.3.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование результата обучения
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.

1.3.2. Перечень профессиональных компетенций

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.

1.3.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся 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. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1. Структура план профессионального модуля

Коды профессиональных и общих компетенций	Наименование разделов профессионального модуля	Суммарный объем нагрузки, час.*(максимальная учебная нагрузка и практики)*	Объем времени, отведенный на освоение МДК								Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося					Самостоятельная работа обучающегося		Консультации		
			Всего часов	**в т.ч. лаборат. занятия** *(если предусмотрено)* часов	**в т.ч. практич. занятия** *(если предусмотрено)* часов	**в т.ч., курсовая работа (проект)** *(если предусмотрено)* часов	**в т.ч. семинар. занятия** *(если предусмотрено)* часов	**Всего** часов	**в т.ч., курсовая работа (проект)** *(если предусмотрено)* часов		**Учебная** *(если предусмотрено)* часов	**Производственная (по профилю специальности)** часов
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**	**12**	**13**
ОК 1 - 4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.1 - 2.9	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**	**-**	**-**		
	Производственная практика (по профилю специальности)	**72**										**72**
	ВСЕГО:	**478**	**275**	**-**	**323**	**-**	**-**	**131**	**-**	**-**	**-**	**72**

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

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа обучающегося, курсовая работа (проект) (если предусмотрены) , иные виды учебной работы в соответствии с учебным планом	Объем часов	Уровень освоения	Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программ
1	2	3	4	5
МДК 02.01 Финансы, налоги и налогообложение				
Тема 1. Финансовая система страны	**Содержание учебного материала**	**30**		
	Введение. Сущность финансов и финансовая система государства. Сущность финансов, их основные функции и роль в экономике. Понятие и структура финансовой системы государства. Финансовая политика государства. Финансовый механизм. Факторы стабильности финансовой системы. Финансовый контроль.	4	1	ОК 1 - 4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.1 - 2.9
	Бюджет и бюджетная система. Бюджетная система и бюджетное устройство. Государственный бюджет, его сущность и роль в социально-экономических процессах. Доходы и расходы государственного бюджета. Дефицит и профицит бюджета. Бюджетный процесс в РФ. Государственный долг.	4	1	
	Внебюджетные фонды. Понятие, назначение и виды внебюджетных фондов. Пенсионный фонд РФ Фонд социального страхования РФ. Фонды обязательного медицинского страхования.	4	1	

	Финансы предприятий. Предприятие и его организационно-правовые формы. Содержание и организация финансов предприятий. Финансовые ресурсы предприятия. Основной капитал предприятия и источники финансирования капитальных вложений. Оборотный капитал предприятия. Определение потребности в оборотном капитале. Сущность и классификация затрат предприятия Финансовые результаты деятельности предприятия Финансовое планирование на предприятии.	4	1	
	Практическое занятие №1 «Расчет структуры бюджета субъекта РФ».	4	2	
	Практическое занятие №2 «Расчет отчислений во внебюджетные фонды».	4	2	
	Самостоятельная работа обучающихся №1 Подготовка доклада на тему «Экономический анализ как метод познания, его место и назначение в управлении предприятием».	2	3	
	Самостоятельная работа обучающихся №2 Подготовка доклада на тему «Финансовое планирование на предприятии»	2	3	
	Самостоятельная работа обучающихся №3 Подготовка доклада на тему «Оборотный капитал предприятия и источники его формирования»	2	3	
Тема 2. Деньги и денежное обращение	**Содержание учебного материала**	**20**		
	Сущность и функции денег. Виды денег. Понятие денежного обращения, его основные характеристики. Закон денежного обращения.	2	1	
	Формы организации безналичных расчетов. Денежная система государства. Денежная система Российской Федерации. Инфляция и ее виды.	2	1	
	Самостоятельная работа обучающихся №4 Подготовка доклада на тему «Методы анализа финансово-хозяйственной деятельности: характерные черты, особенности и классификация».	2	3	
	Самостоятельная работа обучающихся №5 Подготовка доклада на темы: «Систематизация и классификация факторов в АФХД»	2	3	
	Самостоятельная работа обучающихся №6 Подготовка презентации на тему: «Безналичные расчеты в организации»	2	3	
	Практическое занятие № 3 «Расчет характеристик денежного обращения России»	4	2	
	Самостоятельная работа обучающихся №7 Подготовка доклада на тему «Финансовый и управленческий анализ в экономической работе предприятия, их взаимосвязь и роль в управлении предприятии».	2	3	

	Самостоятельная работа обучающихся №8 Подготовка доклада на тему «Входные и выходные потоки информации финансового и управленческого анализа».	2	3	
	Самостоятельная работа обучающихся №9 Подготовка презентации по теме: «Инфляция и ее виды»	2	3	
Тема 3. Налоги в экономической системе общества	**Содержание учебного материала**	**14**		
	Возникновение и развитие налогообложения. Сущность налогов как финансово-экономической категории. Принципы налогообложения. Функции налогов. Роль налогов в формировании финансов государства. Кривая Лаффера.	4	1	
	Практическое занятие № 4 «Налоги в экономической системе общества»	4	2	
	Самостоятельная работа обучающихся № 10 Подготовка конспекта по теме: «Резервы увеличения выпуска продукции и фондоотдачи»	4	3	
	Самостоятельная работа обучающихся № 11 Подготовка конспекта по теме: «Фондоотдача и фондоемкость»	2	3	
Тема 4. Федеральные налоги	**Содержание учебного материала**	**20**		
	Экономическая роль налога на добавленную стоимость. Плательщики налога на добавленную стоимость. Объект налогообложения и операции, не подлежащие обложению НДС. Налоговая база по НДС. Налоговый период и налоговые ставки по НДС. Порядок исчисления НДС. Порядок и сроки уплаты налога в бюджет.	4	1	
	Экономическое содержание акцизов. Плательщики акцизов, виды подакцизных товаров. Объект налогообложения. Налоговая база, налоговый период и налоговые ставки. Порядок исчисления акциза. Сроки и порядок уплаты акцизов.	4	1	
	НДФЛ, ЕСН	2	1	
	Практическое занятие №5 «Федеральные налоги: НДС, Акцизы, НДФЛ, ЕСН	4	2	
	Практическое занятие № 6 «Федеральные налоги: Налог на прибыль организаций, таможенная пошлина, налог на добычу полезный ископаемых».	4	2	
	Самостоятельная работа обучающихся № 11 Подготовка конспекта по теме «Фондоотдача и фондоемкость»	2	3	

	Содержание учебного материала	**8**		
	Характеристика транспортного налога. Плательщики, объект налогообложения и налоговая база по транспортному налогу. Ставки, порядок и сроки уплаты в бюджет транспортного налога. Особенности исчисления и уплаты транспортного налога физическими лицами. Льготы по налогу.	2	1	
	Практическое занятие № 7«Транспортный налог, налог на имущество предприятий, налог на игорный бизнес»	2	2	
	Самостоятельная работа обучающихся №12 Подготовить реферат по теме: «Налоговые льготы и вычеты»	2	3	
	Самостоятельная работа обучающихся №13 Подготовить презентацию по теме: «Системы налогообложения в РФ»	2		
Тема 6 Местные налоги	**Содержание учебного материала**	**12**		
	Налог на имущество физических лиц, земельный налог.	4	1	
	Практическое занятие №8 «Расчет налога на имущество физических лиц, земельный налог»	4	2	
	Самостоятельная работа обучающихся №14 Подготовить конспект по теме: «Обязательные элементы налогообложения»	2	3	
	Самостоятельная работа обучающихся №15 Подготовить презентацию по теме: «Принципы налогообложения»	2	3	
Тема 7 Специальные налоговые режимы	**Содержание учебного материала.**	**9**		
	Понятия и виды специальных налоговых режимов. Единый сельскохозяйственный налог. Упрощенная система налогообложения. Патентная система налогообложения.	4	1	
	Самостоятельная работа обучающихся №16 Подготовить конспект по теме: «Система налогообложения при выполнении соглашений о разделе продукции»	2	3	
	Практическое занятие № 9 «Специальные налоговые режимы».	3	2	
Промежуточная аттестация: экзамен				
МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности				
Введение	**Содержание учебного материала**	**2**		ОК 1 - 4, 6, 7, 10, 12
	Краткая характеристика развития анализа финансово-хозяйственной	2	1	

	деятельности в России. Взаимосвязь финансово-хозяйственного анализа и смежных наук. Общая схема экономического анализа деятельности организации.			ПК 2.1 - 2.9
Тема 1 Научные основы экономического анализа	**Содержание учебного материала**	**14**		
	Понятие экономического анализа. Предмет, объект и цель экономического анализа. Принципы экономического анализа.	2	1	
	Виды экономического анализа. Информационное обеспечение экономического анализа. Документальное оформление результатов анализа.	4	1	
	Самостоятельная работа обучающихся №1 Подготовить доклад по теме: «Экономический анализ как метод познания, его место и назначение в управлении предприятием»	2	3	
	Самостоятельная работа обучающихся №2 Подготовить доклад по теме: «Системность и комплексность экономического анализа»	2	3	
	Самостоятельная работа обучающихся №3 Подготовить презентацию по теме: «Экономический анализ в системе экономической науки»	2	3	
	Самостоятельная работа обучающихся №4 Подготовить доклад по теме: «Функциональная роль экономического анализа в информационном обеспечении управления»	2	3	
Тема 2 Методология экономического анализа	**Содержание учебного материала**	**18**		ОК 1 - 4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.1 - 2.9
	Особенности общего метода экономического анализа. Факторы, определяющие результаты хозяйственной деятельности, и их классификация. Система показателей, используемых в экономическом анализе. Методика экономического анализа.	6	1	
	Практическое занятие №1 «Измерение влияния факторов в экономическом анализе различными способами».	4	2	
	Самостоятельная работа обучающихся №5 Подготовить доклад по теме: «Методы анализа финансово-хозяйственной деятельности: характерные черты, особенности и классификация»	2	3	
	Самостоятельная работа обучающихся №6 Подготовить доклад по теме: « Систематизация и классификация факторов в АФХД»	2	3	

	Самостоятельная работа обучающихся №7 Подготовить презентацию по теме: «Методика экономического анализа деятельности предприятия»	2	3	
	Самостоятельная работа обучающихся №8 Подготовить презентацию по теме: «Классификация видов экономического анализа и их роль в управлении предприятием»	2	3	
Тема 3 Анализ производства и реализации продукции. Анализ качества продукции	**Содержание учебного материала**	**20**		ОК 1 - 4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.1 - 2.9
	Характеристика стоимостных показателей производства продукции. Задачи анализа производства и реализации продукции. Анализ выполнения плана по производству продукции.	4	1	
	Анализ состава и качества товарной продукции. Анализ ритмичности производства. Анализ факторов и резервов увеличения выпуска и реализации продукции.	4	1	
	Практическое занятие № 2 «Анализ производства и реализации продукции»	4	2	
	Самостоятельная работа обучающихся №9 Подготовка доклада на тему «Финансовый и управленческий анализ в экономической работе предприятия, их взаимосвязь и роль в управлении предприятии».	2	3	
	Самостоятельная работа обучающихся №10 Подготовка доклада на тему «Входные и выходные потоки информации финансового и управленческого анализа».	2	3	
	Самостоятельная работа обучающихся №11 Подготовка презентации по теме: «Этапы анализа качества продукции на предприятии»	2	3	
	Самостоятельная работа обучающихся №12 Подготовка презентации по теме: «Анализ ритмичности производства»	2	3	
	Содержание учебного материала	**20**		ОК 1 - 4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.1 - 2.9
Тема 4 Анализ состояния и эффективного использования	Анализ движения ОС. Анализ эффективности использования ОС. Факторный анализ фондоотдачи.	4	1	
	Практическое занятие № 3 «Анализ состава и структуры основных и оборотных средств, их состояния».	4	3	

производственных факторов	**Самостоятельная работа обучающихся №13** Подготовка доклада на тему: «Анализ качества и конкурентоспособности продукции».	2	3	
	Самостоятельная работа обучающихся №14 Подготовка доклада на тему: «Основные производственные фонды предприятия»	2	3	
	Самостоятельная работа обучающихся №15 Подготовка презентации на тему: «Экономические показатели движения и состояния основных средств предприятия»	2	3	
	Самостоятельная работа обучающихся №16 Подготовка презентации на тему: «Анализ финансового состояния предприятия: сущность, задачи»	2	3	
Тема 5 Анализ эффективности использования материальных ресурсов	**Содержание учебного материала**	**20**		
	Оценка качества планов материально-технического снабжения. Оценка потребности в материальных ресурсах. Оценка эффективности использования материальных ресурсов.	4	1	ОК 1 - 4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.1 - 2.9
	Факторный анализ общей материалоемкости продукции. Оценка влияния материальных ресурсов на объем производства продукции.	4	1	
	Практическое занятие № 4 «Анализ использования материальных ресурсов».	4	2	
	Самостоятельная работа обучающихся №17 Подготовка доклада на тему «Резервы увеличения выпуска продукции и фондоотдачи».	2	3	
	Самостоятельная работа обучающихся №18 Подготовка доклада на тему « Анализ влияния материалоотдачи и материальных затрат на изменение объема выпуска продукции».	2	3	
	Самостоятельная работа обучающихся №19 Подготовка презентации на тему «Резервы повышения материалоотдачи и снижения материалоемкости».	2	3	
	Самостоятельная работа обучающихся №20 Подготовка презентации на тему « Задачи анализа, источники информации и направления анализа материальных ресурсов».	2	3	
Тема 6 Анализ использования трудовых ресурсов.	**Содержание учебного материала**	**24**		ОК 1 - 4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.1 - 2.9
	Понятие и задачи анализа трудовых ресурсов. Анализ обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами. Анализ производительности труда и фонда заработной платы.	4	1	

	Анализ движения кадров. Анализ трудовых факторов, влияющих на величину объёма производства и производительности труда.	4	1	
	Практическое занятие №5 «Анализ использования персонала**»**	4	2	
	Практическое занятие №6 «Анализ уровня оплаты труда персонала предприятия»	4	2	
	Самостоятельная работа обучающихся №21 Подготовка доклада на тему: «Анализ и диагностика системы оплаты труда, степени ее мотивации».	2	3	
	Самостоятельная работа обучающихся №22 Подготовка доклада на тему: «Анализ производительности труда и заработной платы на предприятии, оценка их соотношения».	2	3	
	Самостоятельная работа обучающихся №23 Подготовка презентации на тему:« Содержание и задачи анализа использования трудовых ресурсов предприятия».	2	3	
	Самостоятельная работа обучающихся №24 Подготовка презентации на тему: «Этапы проведения анализа использования трудовых ресурсов».	2	3	
Тема 7 Анализ общей суммы затрат на производство продукции. Анализ финансовых результатов от реализации продукции, работ, услуг и рентабельности предприятия. Анализ состава и динамики прибыли	**Содержание учебного материала**	**22**		
	Понятие себестоимости продукции, задачи анализа и источники информации. Анализ затрат на один рубль товарной продукции. Анализ затрат на производство по экономическим элементам.	4	1	ОК 1 - 4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.1 - 2.9
	Анализ структуры себестоимости продукции. Анализ затрат на производство продукции по статьям калькуляции, Пути снижения себестоимости.	4	1	
	Задачи анализа, источники информации. Понятие и виды прибыли. Анализ финансовых результатов работы предприятия. Анализ показателей рентабельности. Резервы увеличения прибыли, повышения рентабельности.	2	1	
	Практическое занятие №7 «Определение и оценка показателей себестоимости продукции	4	2	
	Практическое занятие №8 «Анализ и оценка динамики, уровня и структуры прибыли»	4	2	
	Практическое занятие №9 «Резервы увеличения прибыли, повышения рентабельности»	4	2	

Тема 8 Понятие, значение и задачи финансового состояния предприятия и его финансовой устойчивости	**Содержание учебного материала**	**7**		ОК 1 - 4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.1 - 2.9
	Предварительный обзор экономического и финансового положения предприятия. Оценка и анализ экономического потенциала организации. Оценка имущественного положения. Оценка финансового положения. Оценка и анализ результативности финансово-хозяйственной деятельности. Оценка деловой активности. Оценка рентабельности. Оценка положения на рынке ценных бумаг. Определение неудовлетворительной структуры баланса предприятия.	3	1	
	Практическое занятие №10 «Анализ финансового состояния предприятия»	4	2	
Промежуточная аттестация: экзамен				
МДК 02.03 Маркетинг				
Раздел 1. Основы маркетинга				ОК 1 - 4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.1 - 2.9
Тема 1.1 Предмет, цели и задачи дисциплины	**Содержание учебного материала**	**2**		
	Понятия: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка. Предмет дисциплины. Межпредметные связи с другими дисциплинами. Значение дисциплины в подготовке коммерсантов (менеджеров по продажам). Цели, задачи, функции маркетинга.	2	1	
Тема 1.2 Концепции развития рыночных отношений	**Содержание учебного материала**	**12**		
	История возникновения и основные этапы развития маркетинга. Необходимость возникновения и совершенствования маркетинга в современных условиях. Основные этапы развития маркетинга.	2	1	
	Основные концепции развития рыночных отношений, их отличительные особенности. Маркетинг как одна из концепций, его сущность. Социально-этичный маркетинг: понятие, отличие от маркетинга.	2	1	
	Практическое занятие № 1 Анализ концепций развития рыночных отношений.	2	2	
	Самостоятельная работа обучающихся №1 Конспект по теме Перспектива развития потребительского рынка Саратовской области и России.	4	3	
	Самостоятельная работа обучающихся №2 Эволюция маркетинга. Основные этапы (схема)	2	3	

Тема 1.3 Структура маркетинговой деятельности	**Содержание учебного материала**	**4**		
	Разработка комплекса маркетинга Ключевые элементы: товар (продукт), цена, распространение (сбыт), стимулирование (продвижение товара): понятие, назначение.	2	1	
	Основные виды маркетинга Основные виды маркетинга по приоритетности задач: дифференцированный, недифференцированный, товарно-ориентированный, потребительно-ориентированный, интегрированный и концентрированный. Краткая характеристика отдельных видов маркетинга.	2	1	
Тема 1.4 Классификация маркетинга	**Содержание учебного материала**	**2**		
	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.	2	1	
Тема 1.5 Сегментирование рынка	**Содержание учебного материала**	**10**		
	Основные понятия: сегментирование, сегмент и ниша рынка. Назначение сегментирования. Признаки сегментирования потребительского рынка: географические, демографические, социально-экономические, психографические, поведенческие.	2	1	
	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.	2	1	

	Практическая работа № 2 Оценка доли рынка и лояльности потребителей к товарной марке.	2	2	
	Самостоятельная работа обучающихся №3 Конспект по теме: Выбор оптимального рынка для нового продукта	4	3	
Раздел2. Практический маркетинг				ОК 1 - 4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.1 - 2.9
Тема 2.1 Объекты маркетинговой деятельности	**Содержание учебного материала**	**6**		
	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.	2	1	
	Практическое занятие № 3 Установление основных видов потребностей и товаров – средств их удовлетворения	2	2	
	Самостоятельная работа обучающихся №4 Оформление концептуальной таблицы «Виды спроса»	2	3	
Тема 2.2 Субъекты маркетинговой деятельности	**Содержание учебного материала**	**14**		
	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.	2	1	
	Практическая работа № 4 Анализ поведения потребителей при совершении покупок	2	2	
	Практическое занятие № 5 Разработка сценария для проведения фокус-группы	2	2	
	Практическое занятие № 6 Практическая работа Организационные структуры службы маркетинга. Должностные характеристики работников службы маркетинга	2	2	
	Самостоятельная работа обучающихся №5 Сообщение по теме «Особенности поведения потребителей при совершении покупок»	4	3	
	Самостоятельная работа обучающихся №6 Маркетинговые посредники и их	2	3	

	влияние на маркетинговую деятельность			
Тема 2.3 Окружающая среда маркетинга	**Содержание учебного материала**	**16**		
	Окружающая среда маркетинга. Окружающая среда маркетинга: понятие; виды; факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда маркетинга: понятие. Субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду организации.	2	1	
	Макросреда маркетинга. Макросреда маркетинга: понятие. Субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие макросреду организации. Разновидности макросреды.	2	1	
	Практическое занятие № 7 Анализ окружающей среды маркетинга	2	2	
	Практическое занятие № 8 Анализ факторов макросреды, влияющих на положение предприятия на рынке	2	2	
	Самостоятельная работа обучающихся №7 Конспект по теме «Контактные аудитории и их влияние на маркетинговую деятельность»	2	3	
	Самостоятельная работа обучающихся №8Конспект по теме«Демографическая среда и ее влияние на маркетинговую деятельность»	2	3	
	Самостоятельная работа обучающихся №9 Презентация по теме «Экономическая среда и ее влияние на маркетинговую деятельность.» «Культурная и духовная среда и ее влияние на маркетинговую деятельность»	4	3	
Тема 2.4 Конкурентная среда	**Содержание учебного материала**	**14**		
	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	1	
	Конкурентоспособность организаций и товаров. Конкурентоспособность организаций и товаров: критерии оценки, их конкурентные преимущества. Конкурентоспособность организации. Конкурентоспособность товара. Оценка конкурентоспособности организации.	2	1	
	Практическое занятие № 9 Оценка конкурентоспособности предприятия торговли и установление ее конкурентных преимуществ	2	2	
	Практическое занятие № 10 Практическая работа Оценка	2	2	

	конкурентоспособности товаров			
	Самостоятельная работа обучающихся №10 Сообщение по теме «Оценка конкурентоспособности товаров (услуг) с точки зрения маркетинга»	4	3	
	Самостоятельная работа обучающихся №11 Конспект по теме «Маркетинг товаров для производства»	2	3	
Тема 2.5 Средства маркетинга	**Содержание учебного материала**	**6**		
	Классификация средств маркетинга. Классификация средств маркетинга: средства удовлетворения потребностей; средства стимулирования сбыта. Средства удовлетворения потребностей: виды, их краткая характеристика. Маркетинговое понятие товара	2	1	
	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	2	1	
	Практическое занятие № 11 Анализ жизненного цикла товаров	2	2	
Тема 2.6 Ценовая политика	**Содержание учебного материала**	**10**		ОК 1 - 4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5- 2.8
	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	1	
	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.	2	1	
	Практическое занятие № 12 Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики торговой организации	2	2	
	Практическое занятие № 13 Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики торговой организации	2	2	
	Самостоятельная работа обучающихся №12 Сравнительный анализ методов ценообразования (таблица)	2	3	
Тема 2.7	**Содержание учебного материала**	**10**		

Средства распространения товаров	**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	1	
	Торговые посредники: виды и типы. Краткая характеристика посредников разных типов. Факторы, влияющие на выбор посредников. Анализ и оценка эффективности сбытовой политики.	2	1	
	Практическое занятие № 14 Установление уровней каналов сбыта и оценка эффективности сбытовой политики предприятия торговли	2	2	
	Практическое занятие № 15 Практическая работа Установление уровней каналов сбыта и оценка эффективности сбытовой политики предприятия торговли	2	2	
	Самостоятельная работа обучающихся №13 Схема-конспект «Роль и значение затрат на стимулирование сбыта на каждом этапе ЖЦТ»	2	3	
Тема 2.8 Методы маркетинга	**Содержание учебного материала**	**10**		
	Классификация методов маркетинга. Методы изучения рынка. Назначение, разновидности методов, их возможности, достоинства и недостатки. Методика проведения наблюдений и опросов, виды и разновидности опросов.	2	1	
	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.	2	1	
	Практическое занятие № 16 Анализ методов ФОССТИС и прогнозирование потребностей на рынке	2	2	
	Практическое занятие № 17 Анализ различных методов маркетинга	2	2	
	Самостоятельная работа обучающихся №14 Презентация по теме: «Интернет-маркетинг, сущность, основные элементы»	2	3	
Тема 2.9 Реклама	**Содержание**	**11**		
	Реклама: понятие, сущность и задачи рекламы. История возникновения и развития рекламы. Требования к рекламе. Правовые основы рекламной	2	1	

	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.			
	Практическое занятие № 18 Анализ нормативно-правовой базы рекламы	2	2	
	Практическое занятие № 19 Разработка проекта рекламной компании	2	2	
	Самостоятельная работа обучающихся №15 Создание альбома рекламной продукции предприятия торговли	5	3	
Тема 2.10 Маркетинговые исследования рынка	**Содержание учебного материала**	**12**		ОК 1 - 4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5- 2.8
	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 труктурных 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	1	
	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.	2	1	
	Практическое занятие № 20 Методы сбора маркетинговой информации на основе анализа первичной документации.	2	2	
	Практическое занятие № 21 Практическая работа Обработка маркетинговой информации и представление полученных данных графически	2	2	

	Самостоятельная работа обучающихся №16 Конспект по теме: «Информация, исследования, консультирование и образование по маркетингу».	4	3	
Тема 2.11 Стратегия и планирование маркетинга	**Содержание учебного материала**	**7**		
	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 выполии организации по срокам, качеству, затратам	2	1	
	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).	3	1	
	Практическое занятие № 22 Построение схемы стратегического анализа	2	2	
Промежуточная аттестация - экзамен				
Производственная практика ПП.02.01 **Примерные виды работ:** Составление финансовых документов и отчетов. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации Выявление потребности, видов спроса, их формирование и стимулирование сбыта товаров Участие в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений Анализ сбытовой политики предприятия и оценка конкурентоспособности предприятия Оформление документов по практике, передача документов руководителю практики от Колледжа		72	3	
Всего:		**478**		
Промежуточная аттестация (всего):				
Промежуточная аттестация по МДК.02.01 –МДК 02.02 комплексный экзамен				

Промежуточная аттестация по МДК.02.03 - экзамен		
Промежуточная аттестация по ПП.02.01 - дифференцированный зачет		
Промежуточная аттестация по ПМ – экзамен квалификационный		

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАМММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению профессионального модуля

Реализация программы профессионального модуля требует наличия учебного кабинета «Финансов, налогов и налогообложения», "Маркетинг", лаборатории «Информационных технологий в профессиональной в деятельности» для проведения занятий лекционного типа, практических, лабораторных занятий, в том числе групповых, индивидуальных, письменных, устных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оборудование:

- рабочее место преподавателя;
- специализированная мебель (столы, стулья по количеству обучающихся);
- доска ученическая.

Технические средства обучения:

- компьютер (ноутбук);
- мультимедийный проектор, экран.

Учебно-наглядные пособия: плакаты, учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации по рабочей программе дисциплины, в том числе, видео-аудио материалы, компьютерные презентации.

Компьютер имеет доступ к электронно-библиотечным системам, выход в глобальную сеть Интернет, оснащен лицензионным программным обеспечением.

3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение реализации профессионального модуля

Нормативно-правовые акты

1. Конституция Российской Федерации от 25 декабря 1993г. (действующая редакция.).
2. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 30.11.1994 №51-ФЗ (действующая редакция.).
3. "Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 31.07.1998 №146-ФЗ (действующая редакция.).
4. Трудовой кодекс Российской Федерации (действующая редакция.).

Основные учебные издания:

5. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н.

Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 370 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06970-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru

6. Синяева, И. М. Маркетинг: учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 495 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12516-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru

7. Михалева, Е. П. Маркетинг : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 213 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02475-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru

8. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 419 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13984-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru

9. Кулагина, Н. А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. А. Кулагина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 135 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07836-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru /

10.Кувшинов, М.С. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учебник / Кувшинов М.С., Хазанович Э.С. — Москва : КноРус, 2019. — 271 с. — ISBN 978-5-406-06655-3. — URL: https://book.ru

11. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник для среднего профессионального образования / Л. А. Чалдаева [и др.] ; под редакцией Л. А. Чалдаевой. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 434 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13969-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru

12.Шадрина, Г. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. В. Шадрина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04620-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru

Дополнительные учебные издания:

13. Карпова, С. В. Основы маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 408 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08748-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru

14. Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru

15. Основы маркетинга. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 325 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4971-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru

16. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 314 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-5368-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru

17.Финансы, денежное обращение и кредит : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. В. Бураков [и др.] ; под редакцией Д. В. Буракова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 366 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10231-4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru

18. Ямпольская, Д. О. Цены и ценообразование : учебник для среднего профессионального образования / Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 193 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11933-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru /

Интернет-ресурсы

19.Сайт справочной информационной системы «Консультант Плюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru

Методические указания для обучающихся по освоению профессионального модуля

20. Методические указания для обучающихся по выполнению практических работ.

21. Методические указания для обучающихся по выполнению заданий самостоятельной работы.

22. Методические рекомендации по подготовке и защите курсовых работ.

23. Методические указания по выполнению заданий практики.

3.3. Общие требования к организации образовательного процесса

При реализации компетентностного подхода программа профессионального модуля предусматривает использование в образовательном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (применение электронных образовательных ресурсов, деловых игр, разбора конкретных ситуаций, психологических тренингов, групповых дискуссий) в сочетании с внеаудиторной работой для формирования и развития общих и профессиональных компетенций обучающихся.

Реализация практических занятий осуществляется непосредственно в ППК СГТУ имени Гагарина Ю.А.

Образовательная деятельность в форме практической подготовки организована при реализации МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение, МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности, МДК 02.03. Маркетинг производственной (по профилю специальности) практики, предусмотренных учебным планом следующим образом:

- при реализации МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение, МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности, МДК 02.03. Маркетинг практическая подготовка организуется путем проведения практических, лабораторных занятий, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;
- при проведении практики практическая подготовка организуется путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Производственная (по профилю специальности) практика проводится в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся. Производственная (по профилю специальности) практика проводится концентрировано по завершении освоения МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение, МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности, МДК 02.03. Маркетинг

Программа профессионального модуля реализуется в 4 семестрах 3 курсах обучения. Освоению профессионального модуля должно предшествовать изучение учебных дисциплин: ОП. 01 Экономика организации, ОП.02 Статистика, ОП.03 Менеджмент, ОП. 04 Документационное обеспечение управления.

3.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарным курсам, производственной (по профилю специальности) практике:

наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю преподаваемого модуля;

- наличие опыта деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы;

- получение дополнительного профессионального образования по программам повышения квалификации, в том числе в форме стажировки в профильных организациях не реже 1 раза в 3 года.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ, ФОРМЫ И МЕТОДЫ КОНТРОЛЯ И ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

Код, наименование профессиональных компетенций	Критерии оценки	Формы и методы контроля и оценки результатов 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.	Установление контроля и планирования коммерческой деятельности на основании бухгалтерской отчетности, Обеспечение учета товаров по средствам инвентаризации	Текущий контроль успеваемости: - опрос устный (фронтальный); - выполнение письменной работы; - выполнение практической работы (индивидуальная и групповая форма работы); - собеседование по результатам выполненной работы; - наблюдение за процессом выполнения заданий; - демонстрация выполнения видов работ практики; - выполнение письменной работы "Отчет по практике". Межсессионная аттестация – тестирование. Промежуточная аттестация по МДК 02.01,02.02 ,02.03 в форме экзаменов Оформление и защита отчета (по итогам прохождения производственной практики (по профилю специальности). Дифференцированный зачет по производственной
ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.	Обеспечение правильности составления организационно-распорядительных, товаросопроводительных документов; Обеспечение хранения организационно-распорядительных, товаросопроводительных документов с использованием автоматизированных систем	
ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.	Обеспечение результатов расчета и анализа микроэкономических показателей деятельности предприятия на основании экономических методов расчета	
ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.	Обеспечение результатов расчета экономических показателей деятельности предприятия (организации) Оказание услуг в расчетах заработной платы персонала предприятия (организации)	
ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.	Оказание услуг розничной и оптовой торговли в выявлении и формировании спроса на конкретные виды товаров Оказание услуг в	

	стимулировании сбыта продукции розничного и оптового торгового предприятия	практики (по профилю специальности) Промежуточная аттестация по ПМ в форме экзамена квалификационного
ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.	Оказание услуг розничной и оптовой торговли в целесообразности применения маркетинговых коммуникаций при продвижении и реализации товаров	
ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	Оказание услуг розничной и оптовой торговли в проведении маркетинговых исследований рынка, конкурентов, потребителей	
ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.	Оказание услуг в выявлении и оценке конкурентов предприятий розничной и оптовой торговли Устанавливать конкурентные преимущества розничного, оптового торгового предприятия на основании проведенного анализа	
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.	Оказание услуг розничного и оптового предприятия в проведении анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия Оказание услуг розничного и оптового торгового предприятия в расчетах с покупателями	

Код, наименование общих компетенций	**Критерии оценки**	**Формы и методы контроля и оценки результатов обучения**
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	определение социальной значимости профессиональной деятельности; - определение и характеристика задач и видов трудовых действий; - умение аргументировать свой профессиональный выбор; - поиск информации о	Текущий контроль успеваемости: - опрос устный (фронтальный); - выполнение письменной работы; - выполнение практической работы (индивидуальная и

	профессиональной деятельности; - анализ информации о профессиональной деятельности.	групповая форма работы); - собеседование по результатам выполненной работы; - наблюдение за процессом выполнения заданий; - демонстрация выполнения видов работ практики; - выполнение письменной работы "Отчет по практике". Межсессионная аттестация – тестирование. Промежуточная аттестация по МДК 02.01,02.02 ,02.03 в форме экзаменов Оформление и защита отчета (по итогам прохождения учебной и производственной практики (по профилю специальности). Дифференцированный зачет по производственной практики (по профилю специальности) Промежуточная аттестация по ПМ в форме экзамена квалификационного
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	- выявление задачи в профессиональном контексте; - анализ задачи, выделение её составных частей; - определение этапов решения задачи; - поиск информации необходимой для решения задачи; - планирование деятельности; - определение необходимых ресурсов; - контроль деятельности; - проведение оценки результатов собственных действий	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	- анализ стандартных и нестандартных ситуаций; - описание ситуации; - выявление причинно-следственных связей; - поиск путей решения ситуации; - несение ответственность за принятое решение	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	определение задачи для поиска информации; - определение необходимых источников информации; - планирование процесса поиска; - структурирование получаемой информации; - выделение наиболее значимого в перечне информации; - оценка практической значимости результатов поиска; - оформление результатов поиска	
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	- выполнение задач в рамках задания команды; - анализ и верная оценка собственной деятельности и деятельности коллег по команде;	

	- позиционирование себя в команде; - презентация собственных идей; - эффективное взаимодействие посредством письменных и устных коммуникаций с коллегами, руководством, потребителями	
ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, сознательно планировать повышение квалификации	определение актуальности нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; - применение современной научной профессиональной терминологии; - определение задач профессионального и личностного развития; - определение и выстраивание траектории профессионального развития и самообразования; - планирование повышения своей квалификации	
ОК 10 Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь	-правильные построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; -правильное употребление глаголов (бытовой и профессиональной лексики); -применение в речи лексического минимума, относящегося к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; -правильное произношение; -правильность чтения текстов профессиональной направленности	
ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий	- правильное толкование норм действующего законодательства РФ; - соблюдение действующего законодательства РФ и обязательных требований нормативных документов; - соблюдение требований стандартов и технических условий	

4.2. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по профессиональному модулю

Показатели и критерии оценивания компетенций

Показатели и критерии оценивания компетенций, описание шкал оценивания содержатся в приложении 1.

Контрольные и тестовые задания

Контрольные задания содержатся в приложении 1.

Методические материалы

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, характеризующих формирование компетенций, содержатся в приложении.

Приложение 1

Контрольно-оценочные средства
для проведения промежуточной аттестации по профессиональному модулю
ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности..

1.1. Форма промежуточной аттестации: Экзамен квалификационный (6 семестр).

1.2. Система оценивания результатов выполнения заданий

Оценивание результатов выполнения заданий промежуточной аттестации осуществляется на основе следующих принципов:

достоверности оценки – оценивается уровень сформированности знаний, умений, практического опыта, общих и профессиональных компетенций, продемонстрированных обучающимися в ходе выполнения задания;

адекватности оценки – оценка выполнения заданий должна проводиться в отношении тех компетенций, которые необходимы для эффективного выполнения задания;

надежности оценки – система оценивания выполнения заданий должна обладать высокой степенью устойчивости при неоднократных оценках уровня сформированности знаний, умений, практического опыта, общих и профессиональных компетенций обучающихся;

комплексности оценки – система оценивания выполнения заданий должна позволять интегративно оценивать общие и профессиональные компетенции обучающихся;

объективности оценки – оценка выполнения конкурсных заданий должна быть независимой от особенностей профессиональной ориентации или предпочтений преподавателей, осуществляющих контроль или аттестацию.

При выполнении процедур оценки заданий используются следующие основные методы:

- метод экспертной оценки;
- метод расчета первичных баллов;
- метод расчета сводных баллов;
- метод агрегирования.

Результаты выполнения заданий оцениваются в соответствии с разработанными критериями оценки.

Используется стобалльная шкала оценки для оценивания результатов обучения.

Перевод стобалльной шкалы учета результатов в пятибалльную оценочную шкалу:

Оценка	**Количество баллов, набранных за выполнение теоретического и практического задания, средний балл по итогам аттестации**
Оценка 5 «отлично»	**90-100**
Оценка 4 «хорошо»	**76-89**
Оценка 3 «удовлетворительно»	**50-75**
Оценка 2 «неудовлетворительно»	**≤ 49**

1.3. Контрольно-оценочные средства

1.3.1 Задание:

1. Тестирование
2. Практическое задание

Примерное задание «Тестирование»

1. Сущность финансов проявляется в таких их функциях как:
а) Контрольная, воспроизводственная, оценивающая и статистическая
б) Распределительная, контрольная, стимулирующая и фискальная
в) Учетная, прогностическая, оценивающая и распределительная
2. Управление денежной системой осуществляется:
а) Автономно
б) Стихийно
в) Централизованно
3. Распределительная функция финансов обеспечивает:
а) Использование накопленных ранее денежных средств для удовлетворения определенных нужд и потребностей народно-хозяйственной системы
б) Перемещение потоков денежных средств из одной отрасли народного хозяйства в другую
в) Покрытие первостепенных государственных нужд за счет накопленных в казне финансовых ресурсов
4. Какие составляющие образуют государственные финансы РФ?
а) Бюджетные денежные средства, полученные международные кредиты, деньги населения
б) Финансы субъектов РФ, финансы предприятий, финансы населения
в) Федеральные финансы, финансы субъектов РФ, местные финансы
5. Изначально термин «финансы» подразумевал:
а) Деньги в виде банкнот и монет
б) Любой денежный платеж
в) Отношения, возникающие при обмене материально-вещественными ресурсами между людьми
6. Финансы как экономическая категория определяются:
а) Системой распределительных денежных отношений, которые оформляются во время формирования и использования фондов денежных средств
б) Передачей денежных средств в масштабах национальной экономики между ее субъектами
в) Взаимодействием более богатых субъектов хозяйствования с более бедными на предмет передачи им излишком денежных средств
7. Финансы хозяйствующих субъектов – это:
а) Сведенные воедино расходы и доходы
б) Экономические отношения, которые возникают в процессе формирования, структуризации и использования их денежных фондов
в) Денежные средства на их счетах, а также дебиторская задолженность
8. Чем отличаются финансы от кредита?
а) Источниками и направлениями использования ресурсов; кредит имеет возвратную природу
б) Финансы – это денежные потоки, кредит – наличные денежные средства
в) Финансы действуют только на государственном уровне, а также между субъектами хозяйствования, кредит распространяется и на домохозяйства
9. Функциональными элементами управления финансами являются:
а) Делегирование, перераспределение потоков, сбалансированность финансовых потоков и оттоков
б) Финансовое прогнозирование и планирование, финансовый контроль, оперативное управление
в) Финансовый контроль, функциональное распределение финансовых потоков, управляющие и контрольные органы

10. Финансы – это отношения, возникающие в процессе распределения и перераспределения:
а) Стоимости валового общественного продукта и части национального богатства
б) Денежных средств государства и субъектов хозяйствования
в) Денежных средств государства, международных финансово-кредитных организаций, инвестиционных фондов и определенной части населения

11. Понятие экономического анализа может рассматриваться:
а) как метод познания экономических процессов и явлений;
б) как самостоятельная функция в системе управления организацией;
в) как процесс сбора и обработки информации.

12. Причинно-следственные связи и зависимости экономических явлений и процессов, формирующих результаты деятельности субъекта хозяйствования– это …:
а) субъект экономического анализа;
б) объект экономического анализа;
в) предмет экономического анализа.

13. Обобщает передовой опыт в разных отраслях экономики, обогащает содержание экономического анализа в целом и отраслевого в частности:
а) теория анализа хозяйственной деятельности;
б) управленческий анализ;
в) финансовый анализ.

14. Под анализом в широком плане понимается:
а) расчленение, разложение изучаемого объекта на части, на внутренние, присущие этому объекту составляющие для изучения их как отдельного целого;
б) обеспечение планомерности развития экономики предприятия и деятельности каждого его подразделения, определение путей достижения лучших результатов производства;
в) способ познания предметов и явлений окружающей среды, основанный на расчленении целого на составные части и изучение их во всем многообразии связей и зависимостей

15. Какие из видов анализа применяются в науке и практике:
а) статистический;
б) экономический;
в) все выше перечисленные.

16. Источники информации экономического анализа классифицируются как:
а) учетные и внеучетные;
б) прямые и косвенные;
в) бухгалтерские и оперативные.

17. К экстенсивным резервам причисляются такие, как:
а) увеличение стоимости производственных фондов;
б) увеличение численности промышленно-производственного персонала;
в) рост производительности труда;
г) все выше перечисленные

18. Ведущую роль в информационном обеспечении анализа принадлежит:
а) статистическому учету;
б) бухгалтерскому учету;
в) материалам аудиторской проверки.

19. Основным источником фактической информации об управляемом объекте при текущем анализе служит:
а) годовая и периодическая (месячная и квартальная) отчетность;
б) данные технических служб предприятия;
в) только периодическая (месячная и квартальная) отчетность.

20. Информационное обеспечение принятия управленческих решений является сущностью:
а)управленческого учета;
б) производственного учета;
в) финансового учета.

21.Конечной целью маркетинга является:
а) максимизация прибыли;
б) производство товаров новинок;
в) стимулирование продаж.

22.Цели деятельности фирм и цели маркетинга:
а) совершенно идентичны;
б) тесно взаимосвязаны;
в) совершенно не связаны.

23.Вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена - это
а) торговля;
б) менеджмент;
в) маркетинг.

24.Все, что может удовлетворить нужду:
а) потребность;
б) товар;
в) запрос.

25.Служащий компании, занимающийся анализом, планированием, претворением в жизнь намеченного функциями контроля - это
а) менеджер;
б) торговый агент;
в) управляющий по маркетингу.

26.Набором поддающихся контролю переменных факторов маркетинга называется:
а) комплекс маркетинга;
б) выборка;
в) маркетинговая информация.

27.Всевозможная деятельность фирмы по распространению сведений о достоинствах своего товара - это
а) методы стимулирования;
б) реклама;
в) пропаганда.

28.Постоянно действующая система взаимосвязи людей, оборудования и методических приемов, предназначенная для сбора информации - это

а) система маркетинговых исследований;
б) система маркетинговой информации;
в) рынок.

29.Набором совершенных методов анализа маркетинговых данных и проблем маркетинга называется:
а) наблюдение;
б) эксперимент;
в) система анализа маркетинговой информации.

30.Самым распространенным орудием исследования при сборе первичных данных называется:
а) анкета;
б) опрос;
в) интервьюирование.

Примерное практическое задание:

Ситуационная задача 1

Торговое предприятие ООО «Лента» получило посуду от завода- изготовителя ЗАО «Веха» по товарно- транспортной накладной № 96 от 10 апреля текущего года. Посуда упакована в картонные коробки и бумажные пачки. При приемке товара на «слышимый» бой были отобраны коробки. В результате отобранных пачек бой составил 1280 руб. Товар перевезен по железной дороге на расстояние 1250 км.согласно ж\д накладной. Поставщику на сумму недостачи предъявлена претензия.

Задание

1. Выполнить контроль результатов хозяйственной деятельности по этапам работ (провести учет товаров, составить корреспонденцию счетов, составить акт приема-передачи товаров, определить норму естественной убыли)

Исходные данные:

По накладной товар имеет стоимость:

Стоимость посуды по ценам закупки 28000 руб.
НДС 18 % 5040 руб.
Транспортные расходы без НДС 8000 руб.
НДС с транспортных накладных 18 % 1440 руб.
ИТОГО к оплате 42480 руб.

Нормы естественных потерь отражены в таблице:

Таблица 1–Нормы потерь естественной убыли товара в % к стоимости

Нормы потерь	Стеклянная посуда и колбы
	В пакетах, пачках и картонных коробках
Для оптовой торговли из вагонов на расстояние:	
До 1000 км	0,8
От 1000 – 4000 км.	1,0

Таблица 2–Журнал учета хозяйственных операций

№ п\п	Содержание операций	Сумма	Корреспонденция счетов
		К-т	Д-т К-т
1	Акцепт товарно-транспортной накладной № 96 без НДС		
2	НДС со счета 18 %		

3	Начислены транспортные расходы по перевозке		
4	НДС со счета 18 %		
5	Предъявлена претензия поставщику		
6	Произведены расчеты за поставленную продукцию с покупателем		
7	НДС предъявлен к возмещению из бюджета		

2. Определить основные, экономические показатели работы организации (используя метод индекса, провести анализ товарооборота, проанализировать получившийся результат.

Исходные данные:

Таблица 3–Анализ товарооборота ООО «Лента»

Наименование групп товаров	Количество реализации	
	2018год	2020год
Соковыжималка «Bosch»	27000	22000
Блендер «Bosch»	8400	8100
Кофемолка «Bosch»	8500	7250

3 .Рассчитать экономические показатели деятельности предприятия на основании финансовых показателей (произвести горизонтальный анализ)

Исходные данные

Таблица 4 – Финансовые показатели ООО «Лента»

Наименование показателя	Учетный период		Отклонения показателя	
	2019 (в руб.)	2018 (в руб.)	Абсолютное (в руб.)	Относительное (в %.)
Выручка	445 021 308 руб.	438 811 980 руб.		
Себестоимость продаж	322 123 508 руб.	321 032 078 руб.		
Валовая прибыль	122 897 800 руб.	117 779 902 руб.		
Коммерческие расходы	103 342 589 руб.	100 811 586 руб.		
Прибыль от продаж	19 555 211 руб.	16 968 316 руб.		
Проценты к получению	3 809 355 руб.	608 472 руб.		
Проценты к уплате	12 879 101 руб.	9 941 966 руб.		
Прочие доходы	6 177 435 руб.	3 746 275 руб.		
Прочие расходы	5 148 765 руб.	4 915 102 руб.		
Прибыль до налогообложения	11 514 135 руб.	6 465 995 руб.		
Текущий налог на прибыль	3 028 046 руб.	1 043 627 руб.		
Чистая прибыль	9 146 489 руб.	5 140 245 руб.		

4. Выявить основных конкурентов ООО «Лента» в г. Саратове и провести SWOT-анализ.

5. Известно, что среднедневной объём продаж кофемолок «Bosch» МКМ 6000 в ООО «Лента» в 2018 году составлял 43470 руб., было продано 8500 кофемолок за год по цене 1890 руб. за ед. товара . В 2019 году объем продаж упал, было продано 7250 кофемолок. Указать возможную причину снижения продаж, предложить мероприятия в целях увеличения продаж и просчитать затраты на проведение мероприятий.

Рассчитать экономический эффект от рекламной кампании по презентации новой марки газонокосилки малогабаритной. ООО «Лента» затратило на рекламу 320 тыс. руб. Информация о товарообороте приведена в таблице.

Исходные данные:

Таблица 4

Период	Число дней	Товарооборот, тыс. руб.	Среднедневной оборот, тыс. руб.	Темп прироста, %	Срок окупаемости
До проведения рекламы	5	130540			
После проведения рекламы	10	667380			

1.3.2. Критерии оценки

Критерии оценки задания «Тестирование»

Максимальное количество баллов за выполнение задания «тестирование» – 30 баллов.

Оценка за задание «Тестирование» определяется простым суммированием баллов за правильные ответы на вопросы. Один верный ответ равен 1 баллу.

Ответ считается правильным, если:

- при ответе на вопрос закрытой формы с выбором ответа выбран правильный ответ;
- при ответе на вопрос открытой формы дан правильный ответ;
-при ответе на вопрос на установление правильной последовательности установлена правильная последовательность;
-при ответе на вопрос на установление соответствия, если сопоставление произведено верно для всех пар.

	Критерии оценки к практическим заданиям	**Баллы за критерии оценки**
1	**Ответ на вопросы**	**Максимальный балл - 50 баллов**
	верно и полно даны ответы на все поставленные вопросы	**50 баллов**
	верно, но не полно даны ответы на все поставленные вопросы	**40 баллов**
	верно и полно даны на ответы на 2 вопроса	**30 баллов**
	верно, но не полно даны ответы на 2 вопроса	**20 баллов**
	верно и полно дан ответ на 1 вопрос	**15 баллов**
	верно, но не полно дан ответ на 1 вопрос	**10 баллов**
2	**Устное объяснение ответа**	**Максимальный балл - 20 баллов**
	последовательность	**4 балла**
	точность	**4 балла**
	логичность изложения	**4 балла**
	аргументированность	**4 балла**
	оригинальность	**4 балла**
	ИТОГО	**70**

1.4. Материально-техническое обеспечение для проведения промежуточной аттестации

Аттестация проводится в кабинете «Организации коммерческой деятельности и логистики»

1.5. Учебно-методическое и информационное обеспечение для проведения промежуточной аттестации

Нормативно-правовые акты

1. Конституция Российской Федерации от 25 декабря 1993г. (действующая редакция.).
2. "Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 30.11.1994 №51-ФЗ (действующая редакция.).
3. "Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 31.07.1998 №146-ФЗ (действующая редакция.).
4. Трудовой кодекс Российской Федерации (действующая редакция.).

Основные учебные издания:

5. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 370 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06970-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru

6. Синяева, И. М. Маркетинг : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 495 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12516-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru

7. Михалева, Е. П. Маркетинг : учебное пособие для среднего профессионального образования / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 213 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02475-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru

8. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 419 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13984-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru

9. Кулагина, Н. А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. А. Кулагина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 135 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07836-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru

10.Кувшинов, М.С. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учебник / Кувшинов М.С., Хазанович Э.С. — Москва : КноРус, 2019. — 271 с. — ISBN 978-5-406-06655-3. — URL: https://book.ru

11. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник для среднего профессионального образования / Л. А. Чалдаева [и др.] ; под редакцией Л. А. Чалдаевой. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 434 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13969-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru

12.Шадрина, Г. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. В. Шадрина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04620-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/

Дополнительные учебные издания:

13. Карпова, С. В. Основы маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 408 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08748-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru

14. Реброва, Н. П. Основы маркетинга : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 277 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03462-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru

15. Основы маркетинга. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 325 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-4971-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru

16. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 314 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-5368-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru

17.Финансы, денежное обращение и кредит : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. В. Бураков [и др.] ; под редакцией Д. В. Буракова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 366 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10231-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru

18. Ямпольская, Д. О. Цены и ценообразование : учебник для среднего профессионального образования / Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 193 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11933-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru

Интернет-ресурсы

19.Сайт справочной информационной системы «Консультант Плюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru

Методические указания для обучающихся по освоению профессионального модуля

20. Методические указания для обучающихся по выполнению практических работ.

21. Методические указания для обучающихся по выполнению заданий самостоятельной работы.

22. Методические рекомендации по подготовке и защите курсовых работ.

23. Методические указания по выполнению заданий практики.