

Государственное автономное профессиональное образовательное
учреждение Чувашской Республики «Чебоксарский техникум технологии
питания и коммерции» Министерства образования и молодежной политики
Чувашской Республики

ПРОГРАММА
профессионального модуля

ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой
деятельности
для специальности
38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Чебоксары, 2021

Разработано в соответствии с требованиями
ФГОС СПО по специальности
38.02.04 Коммерция (по отраслям)

РАССМОТРЕНО и ОДОБРЕНО

на заседании ЦК

Протокол от «__» _____ 20__ г. № ____

Председатель ЦК _____

Разработчики:

Эксперты:

СОДЕРЖАНИЕ

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
МОДУЛЯ**

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

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02 «ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» и соответствующие ему общие (ОК) и профессиональные компетенции (ПК), личностные результаты (ЛР):

1.1.1. Перечень общих компетенций и личностных результатов

Код	<i>Наименование общих компетенций</i>
ОК 1.	<i>Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</i>
ОК 2.	<i>Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество</i>
ОК 3.	<i>Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность</i>
ОК 4.	<i>Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</i>
ОК 6.	<i>Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</i>
ОК 7.	<i>Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</i>
ОК 10.	<i>Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.</i>
ОК 12.	<i>Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.</i>
ЛР 2.	<i>Проявляющий активную гражданскую позицию, демонстрирующий приверженность принципам честности, порядочности, открытости, экономически активный и участвующий в студенческом и территориальном самоуправлении, в том числе на условиях добровольчества, продуктивно взаимодействующий и участвующий в деятельности общественных организаций.</i>
ЛР 3.	<i>Соблюдающий нормы правопорядка, следующий идеалам</i>

	<i>гражданского общества, обеспечения безопасности, прав и свобод граждан России. Лояльный к установкам и проявлениям представителей субкультур, отличающий их от групп с деструктивным и девиантным поведением. Демонстрирующий неприятие и предупреждающий социально опасное поведение окружающих.</i>
<i>ЛР 4.</i>	<i>Проявляющий и демонстрирующий уважение к людям труда, осознающий ценность собственного труда. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа».</i>

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
<i>ВД 2.</i>	<i>Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности</i>
<i>ПК 2.1.</i>	<i>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.</i>
<i>ПК 2.2.</i>	<i>Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.</i>
<i>ПК 2.3.</i>	<i>Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.</i>
<i>ПК 2.4.</i>	<i>Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.</i>
<i>ПК 2.5.</i>	<i>Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.</i>
<i>ПК 2.6.</i>	<i>Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.</i>
<i>ПК 2.7.</i>	<i>Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.</i>
<i>ПК 2.8.</i>	<i>Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.</i>
<i>ПК 2.9.</i>	<i>Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять</i>

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Иметь практический опыт	<ul style="list-style-type: none"> -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	<ul style="list-style-type: none"> -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	<ul style="list-style-type: none"> -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;

	<ul style="list-style-type: none"> -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.
--	---

1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля

Всего часов 350 часа

в том числе в форме практической подготовки 36 часов

Из них на освоение МДК 238 часа

практики, в том числе производственная 36 часов

Промежуточная аттестация 16 часов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2.1 Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций, личностных результатов	Наименования разделов профессионального модуля	Объем образовательной программы	Консультации и самостоятельная работа	Работа обучающихся во взаимодействии с преподавателем								
				всего	в том числе							
					Лекции, уроки	практические занятия	лабораторные занятия	курсовой проект (работа)	консультации	экзамен	Учебная, практика	Производственная практика
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
МДК.02.01. Финансы, налоги и налогообложение												
ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.1., 2.2 ЛР 2, 3, 4	Раздел 1. Финансы	42	14	28	14	14						
	Раздел 2. Налоги и налогообложение	20	6	12	8	6						
Итого по МДК.02.01.		62	20	42	22	20						
МДК. 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности												
ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.3., 2.4., 2.9 ЛР 2, 3, 4	Раздел 1. Анализ финансово-хозяйственной деятельности	70	22	48	18	30						
Итого по МДК.02.02.		70	22	48	18	30						
Комплексный экзамен по МДК.02.01, МДК.02.02		8							2	6		
МДК. 02.03. Маркетинг												
ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.5., 2.6., 2.7., 2.8 ЛР 2, 3, 4	Раздел 1. Методологические основы маркетинга	15	5	10	10							
	Раздел 2. Практический маркетинг	77	25	52	26	26						
	Раздел 3. Маркетинговые коммуникации	52	16	36	20	16						
	Раздел 4. Методологические основы маркетинговых исследований	74	24	50	24	26						
Итого по МДК.02.03.		218	70	148	80	68						
Экзамен по МДК.02.03		8							2	6		
ОК 1-4, 6, 7, 10, 12 ПК 2.1 – 2.9 ЛР 2, 3, 4, 7	Производственная практика (ПП.02.01)	36										36
Промежуточная аттестация: дифференцированный зачёт по ПП.02.01. экзамен по ПМ 02.		2 6								6		
ВСЕГО		350	112	238	120	118			4	18		36

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ.02)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
<i>3 курс, 5 семестр</i>			
Раздел 1. Финансы			
МДК.02.01. Финансы, налоги и налогообложение		62	
Тема 1.1. Система финансов. Финансовые инструменты.	Содержание	4	
	1 Введение. Общая характеристика финансов Сущность, функции и роль финансов в экономике. Понятие финансов. Виды финансов. Классификация видов финансовых доходов и расходов. Типы финансовых отношений. Финансовые инструменты. Участники сферы финансовых отношений. Система финансового управления. Система финансов и их основные функции.	2	2
	2 Деньги и денежное обращение. Инфляция. Понятие, формы и виды денег. Сущность и функции денег, денежного обращения. Денежные расчеты. Наличные и безналичные денежные обороты. Инфляция и стоимость денег во времени. Юридические формы и сущность ценной бумаги. Экономические типы и сущность ценной бумаги. Российские юридические виды ценных бумаг.	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка сообщения на тему: Роль налогообложения в финансово-хозяйственной деятельности.	2	3
Тема 1.2. Финансы и финансовая система РФ.	Содержание	6	
	3 Финансы государства и их использование Природа финансов, их сущность. Финансирование: понятие, виды. Финансовые ресурсы. Функции финансов. Финансовая система ее структура. Финансовая деятельность. Финансовые отношения и их особенность. Принципы и методы финансовой деятельности государства. Финансово-правовые акты. Управление финансами.	2	2
	4 Бюджетная система и бюджетное устройство РФ. Бюджет. Структура бюджетной системы РФ. Принципы формирования бюджетной системы. Структура , источники доходов и основные направления расходов бюджета. Бюджетный процесс. Бюджетные отношения и их особенности. Дефицит и профицит бюджета. Внебюджетные государственные фонды. Социальные и экономические внебюджетные государственные фонды, источники их финансирования. Принципы их организации и функционирования.	2	2
	5 Практическое занятие. Бюджетные и внебюджетные налоговые отчисления. Решение ситуационных задач, расчет отчисление во внебюджетные фонды.	2	3

	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка реферата и презентации на одну из тем: Органы финансового контроля, их функции. Бюджетный дефицит, его сущность и экономические последствия.	3	3
Тема 1.3. Финансы предприятий (организаций)	Содержание	10	
	6 Финансы предприятий и их использование Финансы предприятий, их назначение, структура и особенности формирования в предприятиях разных организационно-правовых форм. Финансовые ресурсы предприятий: понятие, назначение, их характеристика. Источники формирования финансовых ресурсов. Собственные и заемные средства (капитал). Основной капитал и инвестиции. Эффективность основного капитала и инвестиций. Финансовое планирование и методы финансового контроля.	2	2
	7 Практическое занятие. Основные и оборотные средства предприятий. Решение ситуационных задач. Расчет показателей эффективности использования основных средств предприятия. Расчет потребности в оборотных средствах предприятия.	2	3
	8 Практическое занятие. Финансовые документы. Составление финансовых документов и отчетов.	2	3
	9 Практическое занятие. Эффективность инвестиций. Решение ситуационных задач. Расчет показателей эффективности инвестиций.	2	3
	10 Практическое занятие. Прибыль и рентабельность предприятия. Решение ситуационных задач по расчету прибыли и определению рентабельности деятельности предприятия. Прибыль и рентабельность деятельности предприятия. Распределение прибыли. Постоянные и переменные затраты, др. виды расходов предприятия. Понятие балансовой прибыли. Несостоятельность (банкротство) предприятия.	2	3
	Консультация и самостоятельная работа обучающихся Решение задачи Подготовка реферата и презентации на тему: Нематериальные активы: понятие, сущность и порядок формирования	5	3
Тема 1.4. Ссудный капитал и кредит.	Содержание	4	
	11 Кредит и кредитная система Сущность, необходимость и роль кредита. Денежно-кредитная политика. Классификация кредитов: банковский, государственный, товарно-коммерческий, потребительский, международный, их характеристика. Принципы кредитования предприятий различных организационно-правовых форм собственности. Кредитный договор: понятие, назначение, его содержание и порядок заключения. Порядок получения и погашения кредитов. Условия прекращения действия кредитного договора.	2	2
	12 Практическое занятие. Кредитные операции. Решение ситуационных задач. Осуществление денежных расчетов: расчет потребности в кредите и суммы процентов с него.	2	3
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка мини-проекта на тему: Ипотечный кредит: за и против	2	3
Тема 1.5. Банки и банковская система	Содержание	2	
	13 Банки и банковская система Банковская система Российской Федерации: понятие, назначение, принципы ее организации. Классификация	2	2

	банков. Центральный банк Российской Федерации, его роль, задачи и функции. Новые функции банков: лизинг, факторинг, организация обращения ценных бумаг, их развитие. Взаимоотношения предприятий с банками.		
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка реферата на одну из тем: Система коммерческих банков, их функции и услуги. ЦБ России.	1	3
Тема 1.6. Рынок ценных бумаг	Содержание	2	
	14 Практическое занятие.Операции с ценными бумагами. Решение ситуационных задач. Расчет курса акций, дивидендов по акциям, процентов по облигациям и эффективности их применения Ценные бумаги. Рынок ценных бумаг.Ценные бумаги: понятие, виды (акции, облигации, государственные долговые обязательства, сертификаты, и др.). Назначение, характеристика, правила выпуска и обращения. Эмитенты и инвесторы: понятие, функции. Порядок приобретения и продажи юридическими и физическими лицами акций эмитента. Методика расчета курса акций, дивидендов по акциям и процентов по облигациям	2	3
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка презентации на одну из тем: Рынок ценных бумаг. Виды ценных бумаг Вексель. Назначение, характеристика, правила выпуска и обращения.	1	3
Раздел 2. Налоги и налогообложение			
МДК.02.01. Финансы, налоги и налогообложение		62	
Тема 2.1. Основы и методология налогообложения	Содержание	2	
	15 Основы и методология налогообложения Налоги и сборы: понятие, назначение в соответствии с Налоговым кодексом Российской Федерации. Экономическая сущность налогов и сборов, их объективная необходимость. Функции налогов, их взаимосвязь. Принципыналогообложения. Законодательство о налогах и сборах, основные положения налогового законодательства. Роль Налогового кодекса Российской Федерации в формировании единой правовой базы налогообложения. Полномочия финансовых органов по вопросам применения законодательства о налогах и сборах. Субъекты налоговых отношений. Плательщики налогов и сборов, налоговые агенты, их права, обязанность и ответственность. Организация налоговой службы. Налоговые органы, их задачи, структура, функции, права, обязанность и ответственность. Таможенные органы, их полномочия и ответственность в области таможенных платежей. Налоговое обязательство и условия его возникновения.	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовка реферата на тему:	1	3

	Налоговая декларации как форма налоговой отчетности.		
Тема 2.2. Налоговая система Российской Федерации. Виды налогов.	Содержание	12	
	16 Налоговая система Российской Федерации. Виды налогов. Налоговая система: понятие. Общий режим налогообложения. Функции и классификация налогов. Трехуровневая система налогов и сборов. Федеральные налоги и сборы. Региональные и местные налоги. Косвенные и прямые налоги. Общие и целевые налоги. Налоги с юридических и физических лиц. Специальные налоговые режимы, их сущность и виды <i>Налоговый контроль и ответственность за налоговые правонарушения</i> Налоговый контроль в системе налогового администрирования: понятие, назначение. Формы и методы налогового контроля. Налоговые проверки как основная форма налогового контроля. Виды налоговых проверок, их цели, методы и порядок проведения. <i>Виды налогов:</i> Налог на добавленную стоимость, его место и роль в налоговой системе Российской Федерации. Плательщики НДС. Порядок освобождения от уплаты налога. Объект налогообложения. Налоговая база и порядок ее определения. Момент определения налоговой базы. Налоговый период и налоговые ставки.	2	2
	17 Методика расчета основных видов налогов Методика расчета основных видов налогов. Порядок исчисления налога. Налоговые вычеты, условия и порядок их применения. Счета-фактуры и требования по их оформлению. Определение сумм налога, подлежащих уплате. Порядок и сроки уплаты. Акцизы: понятие, назначение. Плательщики акцизов. Состав подакцизных товаров. Объект налогообложения. Налоговая база, порядок ее определения. Налоговый период. Налоговые ставки, их виды, порядок применения. Порядок исчисления налога. Налоговые вычеты, порядок их применения. Сумма акциза, подлежащая уплате. Порядок и сроки уплаты акцизов. Налоговая декларация.	2	2
	18 Практическое занятие. Прямые и косвенные налоги. Решение ситуационных задач по расчету основных налогов.	2	3
	19 Налог на прибыль организаций. Налог на доходы физических лиц. Налог на прибыль организаций: порядок определения отдельных видов доходов. Расходы для целей налогообложения прибыли и критерии их признания. Состав расходов. Порядок определения отдельных видов расходов. Налоговая база, порядок ее определения. Налоговый учет как система обобщения информации для определения налоговой базы. Аналитические регистры налогового учета. Налоговые ставки и порядок их применения. Налоговый и отчетный периоды. Порядок исчисления авансовых платежей и налога, порядок и сроки их уплаты. Особенности исчисления и уплаты налога организациями, имеющих обособленные подразделения. Плательщики налога на доходы физических лиц. Объект налогообложения. Состав доходов. Доходы, не подлежащие налогообложению. Налоговая база, порядок ее определения. Налоговый период. Ставки налога, их дифференциация и порядок применения. Система налоговых вычетов. Стандартные, социальные, имущественные и профессиональные налоговые вычеты, налоговые вычеты при переносе на будущие периоды убытков от операций с ценными бумагами и операциями с финансовыми инструментами срочных сделок, их размер.	2	2
20 Практическое занятие. Налог на прибыль. Решение ситуационных задач.	2	3	
21 Практическое занятие. Платежи и налоги по итогам налогового периода.	2	3	

		Решение ситуационных задач по определению отдельных видов расходов, расчету авансовых платежей и налога по итогам налогового периода (пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения).		
		Консультации и самостоятельная работа обучающихся Подготовка реферата и презентации на одну из тем: Основные направления реформирования налоговой системы России. Налоговые правонарушения и ответственность за их совершение. Виды налоговых правонарушений. Штрафные санкции и порядок их взыскания. Налоговая декларация Порядок предоставления налоговых вычетов. Решение ситуационных задач на расчет основных видов налогов по предприятиям торговли и физическим лицам.	5	3
Итого по МДК.02.01, часов			62	
Консультации и самостоятельная работа обучающегося			20	
Обязательная учебная нагрузка обучающихся			42	
в том числе практических занятий			20	
Комплексный экзамен с МДК.02.02			-	
<i>3 курс, 5 семестр</i>				
Раздел 1.				
Анализ финансово-хозяйственной деятельности				
МДК.02.02.			70	
Анализ финансово-хозяйственной деятельности				
Тема 1.1.	Содержание учебного материала		2	
Методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности	1	Основы анализа финансово-хозяйственной деятельности Методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы и виды. Классификация видов экономического анализа. Объекты экономического анализа. Связь экономического анализа и бухгалтерского учета. Метод экономического анализа. Способы и приемы экономического анализа. Классификация экономического анализа. Система показателей, используемых в экономическом анализе. Информационное обеспечение, организация аналитической работы. Роль бухгалтерской отчетности в экономическом анализе. Требования к экономической информации. Достоверность информации. Оформление результатов экономического анализа.	2	2
		Самостоятельная работа обучающихся: подготовка реферата на одну из тем (по выбору): 1. Отличия общей и частных методик экономического анализа 2. Детерминированный и стохастический факторный анализ 3. Суть метода элиминирования 4. Эвристические методы анализа	1	3
Тема 1.2	Содержание учебного материала		6	
Анализ розничного	2	Значение, задачи анализа розничного и оптового товарооборота.	2	

товарооборота		Показатели товарооборота. Анализ обеспеченности и эффективности использования товарных ресурсов. Анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности.		2
	3	Практическое занятие. Динамика розничного и оптового товарооборота Решение задач на определение динамики розничного товарооборота	2	3
	4	Практическое занятие. Анализ товарооборачиваемости Решение задач. Анализ результатов финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций	2	3
	Консультации и самостоятельная работа обучающихся: подготовка реферата и презентации на одну из тем (по выбору): 1. «Сезонность товарооборота» 2. Виды оценки основных средств 3. Направления повышения эффективности использования основных средств		3	3
Тема 1.3 Анализ издержек обращения	Содержание учебного материала		4	
	5	Значение, задачи анализа издержек обращения Анализ издержек обращения по элементам и статьям затрат. Анализ объема и динамики издержек обращения.	2	2
	6	Практическое занятие. Факторный анализ издержек обращения Решение задач, с применением методов и приемов финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа	2	3
	Самостоятельная работа обучающихся: подготовка реферата на одну из тем (по выбору): 1. Пути экономии расходов на плату труда 2. Резервы и основные направления минимизации текущих затрат на предприятии		2	3
Тема 1.4. Анализ основных и оборотных фондов предприятия	Содержание учебного материала		10	
	7	Анализ использования основных производственных фондов. Задачи и план анализа основных производственных фондов. Анализ состава, структуры основных фондов. Коэффициенты износа, годности. Анализ обеспеченности предприятия основными производственными фондами. Показатели эффективности использования основных фондов.	2	2
	8	Практическое занятие. Факторный анализ основных фондов. Решение задач, с применением методов и приемов финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа	2	3
	9	Анализ использования оборотных средств. Состав, структура, задачи, информационная база оборотных средств. Анализ показателей эффективности использования материальных ценностей. Нормируемые и ненормируемые оборотные средства.	2	2
	10	Практическое занятие. Факторный анализ оборотных средств. Показатели эффективности использования материальных ресурсов. Расчет норматива или потребности в оборотных средствах	2	3
	11	Практическое занятие. Анализ оборачиваемости оборотных средств. Резервы снижения материальных затрат Решение задач, с применением методов и приемов финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа	2	3
	Консультации и самостоятельная работа обучающихся: подготовка мини-проекта на одну из тем (по выбору): 1. Анализ возрастной структуры основных производственных фондов в Чувашии.		5	3

	2. Классификация основных фондов 3. Резервы роста фондоотдачи		
Тема 1.5. Анализ трудовых ресурсов предприятия	Содержание учебного материала		10
	12	Анализ использования трудовых ресурсов и производительности труда План, задачи, информационная база анализа. Обеспеченность предприятия трудовыми ресурсами. Коэффициенты оборота по приему и увольнения работников. Планирование численности. Виды рабочего времени. Задачи, план, информационная база анализа. Методы измерения производительности труда. Резервы роста производительности труда. Трудоемкость продукции.	2
	13	Практическое занятие. Расчет эффективности использования рабочего времени. Решение задач на определение эффективности использования рабочего времени	2
	14	Практическое занятие. Факторный анализ роста производительности труда. Решение задач на определение основных экономических показателей деятельности организации	2
	15	Анализ оплаты труда. Задачи и план анализа. Фонд оплаты труда. Рост средней заработной платы и производительности труда.	2
	16	Практическое занятие. Факторный анализ фонда оплаты труда. Решение задач на определение основных экономических показателей деятельности организации, заработную плату	2
	Консультации и самостоятельная работа обучающихся: подготовка реферата на одну из тем (по выбору): 1. Анализ обеспеченности организации трудовыми ресурсами, профессиональные и квалификационные использования рабочего времени 2. Анализ производительности труда и фонда оплаты труда 3. Соотношение темпов роста производительности труда и средней заработной платы Решение задачи		5
Тема 1.6 Анализ финансового состояния предприятия	Содержание учебного материала		16
	17	Анализ финансового состояния предприятия Содержание финансового анализа, финансовых результатов. Анализ финансовых результатов деятельности. Анализ состава и динамики балансовой прибыли. Модель формирования и распределения прибыли. Анализ рентабельности деятельности предприятия	2
	18	Практическое занятие. Анализ уровня и динамики показателей прибыли Факторный анализ прибыли от реализации продукции	2
	19	Практическое занятие. Факторный анализ уровня рентабельности. Решение задач, с применением методов и приемов финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа	2
	20	Баланс предприятия. Общая оценка динамики и структуры статей баланса. Анализ дебиторской и кредиторской задолженности. Анализ ликвидности баланса	2
	21	Практическое занятие. Аналитическая группировка и анализ статей актива и пассива баланса Решение задач, с использованием данных бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности	2
	22	Практическое занятие. Анализ финансовой устойчивости или платежеспособности предприятия Решение задач, с применением методов и приемов финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа	2

	23	Практическое занятие. Анализ финансовых коэффициентов Решение задач, с применением методов и приемов финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа	2	3
	24	Практическое занятие. Оценка вероятности банкротства. Рейтинговая оценка организации Решение задач, с применением методов и приемов финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа	2	3
	Консультации и самостоятельная работа обучающихся: Подготовка проекта: Анализ финансового состояния предприятия (на выбор)		6	3
Итого по МДК.02.02, часов			70	
Консультации и самостоятельная работа обучающегося			22	
Обязательная учебная нагрузка обучающихся в том числе практических занятий			48	
			30	
Комплексный экзамен с МДК.02.01			-	
<i>3 курс, 5 семестр</i>				
Раздел 1. Методологические основы маркетинга				
МДК.02.03. Маркетинг			218	
Тема 1.1. Концепция развития рыночных отношений. Структура маркетинговой деятельности	Содержание учебного материала		4	
	1	Основные концепции развития рыночных отношений. Домаркетинговые концепции: совершенствование производства, совершенствование товара, интенсификация коммерческих усилий. Маркетинговые концепции: классический маркетинг, социальный (социально-этичный маркетинг), маркетинг отношений. Сущность и характерные признаки этих концепций. Социально-этичный маркетинг: понятие, отличие от маркетинга. Классический комплекс маркетинга. Ключевые элементы: товар, цена, распространение (сбыт), стимулирование (продвижение товара): понятие, назначение.	2	2
	2	Структура маркетинговой деятельности: Составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, функции, принципы, классификация, объекты, субъекты, окружающая среда, средства, методы, стратегия и тактика, исследование, организация и управление.	2	2
	Самостоятельная работа обучающегося Составить схему структуры маркетинговой деятельности Подготовить доклад на тему: «Концепция маркетинговой деятельности предприятия»		2	3
Тема 1.2. Классификация маркетинга	Содержание учебного материала		2	
	3	Классификационные признаки маркетинга. Основные группы маркетинга по сфере применения: микро-, макро-, коммерческий, социальный, политический маркетинг; по приоритетности задач: функциональный, товарно-ориентированный, потребительско-ориентированный. Группы маркетинга в зависимости от широты охвата рынка: массовый, сегментированный и множественный. Отличительные признаки.	2	2

	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить доклад на тему: «Классификационные признаки маркетинга»	1	3
Тема 1.3. Сегментирование рынка	Содержание учебного материала	4	
	4 Сегментирование рынка Основные понятия: сегментирование, сегмент и ниша рынка. Назначение сегментирования. Признаки сегментирования потребительского рынка: географические, демографические, социально-экономические. Критерии выбора сегмента рынка: количественные параметры, доступность сегмента для предприятия, существенность сегмента, прибыльность, совместимость с рынком основных конкурентов, эффективность работы на выбранный сегмент рынка. Методы изучения рынка. Анализ возможностей освоения сегмента рынка и последовательность маркетинговых мероприятий при его освоении.	2	2
	5 Выбор стратегии охвата рынка Характеристика недифференцированного (массового), дифференцированного и концентрированного маркетинга, их преимущества и недостатки. Позиционирование товара: понятие, назначение, условия правильного позиционирования товара на рынке, альтернативные способы позиционирования товаров.	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить презентацию на тему: «Признаки сегментации потребительского рынка» Подготовить презентацию на тему: «Позиционирование товара»	2	3
Раздел 2. Практический маркетинг			
МДК.02.03. Маркетинг		218	
Тема 2.1. Объекты маркетинговой деятельности	Содержание учебного материала	6	
	6 Потребности как объекты маркетинга: Понятие. Уровни потребностей: запрос, спрос. Определение понятий, их общность и различия. Общая классификация потребностей. Классификация потребностей: физиологические, социальные, психические, интеллектуальные. Краткая характеристика отдельных видов потребностей.	2	2
	7 Спрос Виды спроса , их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия при разных видах спроса. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный; стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий	2	
	8 Практическое занятие. Объекты маркетинговой деятельности. Решение ситуационных задач. Выявление, формирование и удовлетворение потребностей покупателей в товарах и услугах в рамках торговой организации.	2	3
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить презентацию на тему: «Потребности потребителя:» Подготовить презентацию на тему «Виды спроса»	3	3
Тема 2.2. Субъекты маркетинговой деятельности	Содержание учебного материала	8	
	9 Классификация участников маркетинговой деятельности. Первая группа субъектов Классификация участников маркетинговой деятельности на две группы: 1. выполняющих маркетинговую	2	2

		<p>деятельность и 2. контактирующих с маркетологами при выполнении маркетинговой деятельности.</p> <p>Первая группа субъектов: юридические и физические лица, осуществляющие маркетинговую деятельность. Службы и отделы маркетинга в организациях, специализированные маркетинговые организации (фирмы). Положение об отделе маркетинга. Требования к специалисту по маркетингу. Нормативные документы, регламентирующие указанные требования.</p> <p>Организационная структура управления маркетингом: функциональная, товарно-функциональная, рыночно-функциональная и др. Взаимосвязь отдела маркетинга с руководством, другими структурными подразделениями организации.</p>		
	10	<p>Вторая группа субъектов: потребители, поставщики, конкуренты, СМИ, органы государственного, регионального управления и местного самоуправления. Необходимость контактов маркетологов с указанными субъектами. Потребители: понятие, различие понятий в российских и международных нормативных документах. Классификация потребителей по разным признакам. Модели потребительского поведения.</p>	2	
	11	<p>Практическое занятие. Субъекты маркетинга. Решение ситуационных задач.</p>	2	3
	12	<p>Практическое занятие. Должностная инструкция маркетолога. Ознакомление с должностными обязанностями специалиста по маркетингу. Разработка предложений по совершенствованию должностных инструкций маркетолога</p>	2	3
	<p>Консультация и самостоятельная работа обучающихся Выполнение реферата на тему: «Участники маркетинговой деятельности» Подготовить презентацию на тему «Организационная структура управления маркетинга»</p>		4	3
<p>Тема 2.3. Окружающая среда маркетинга</p>	<p>Содержание учебного материала</p>		8	
	13	<p>Окружающая среда маркетинга. Микросреда маркетинга Окружающая среда маркетинга: понятие; виды; факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда маркетинга: понятие. Субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду организации.</p>	2	2
	14	<p>Макросреда маркетинга: понятие. Субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие макросреду организации. Разновидности макросреды: демографическая, социальная, экономическая, природная, конкурентная, правовая, научно-техническая, культурная. Краткая характеристика разных сред.</p>	2	
	15	<p>Практическое занятие. Исследование маркетинговой среды. Анализ окружающей среды торговой (микросреды и макросреды) организации (по заданию преподавателя).</p>	2	3
	16	<p>Практическое занятие. Анализ правовой среды маркетинга. Ознакомление с нормативными документами, решение ситуационных задач.</p>	2	3
	<p>Консультации и самостоятельная работа обучающихся Подготовить презентацию на тему: «Окружающая среда маркетинга» Выполнение рефератов по теме: «Факторы формирующие маркетинговую среду»</p>		4	3
<p>Тема 2.4. Конкурентная среда</p>	<p>Содержание учебного материала</p>		6	
	17	<p>Конкурентная среда Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров, конкурентные преимущества.</p>	2	2

		Конкуренция: обоснование необходимости в рыночных условиях, виды, их характерные признаки. Конкурентная среда: характерные черты, условия возникновения, способы создания и поддержания. Конкурентоспособность организаций и товаров: показатели оценки , их конкурентные преимущества, методы обеспечения.		
	18	Практическое занятие. Оценка конкурентоспособности товаров Оценка конкурентоспособности товаров	2	3
	19	Практическое занятие. Оценка конкурентоспособности предприятий Оценка конкурентоспособности торговых и производственных предприятий	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить презентацию на тему: «Конкурентоспособность товара и ее оценка» Подготовить презентацию на тему: «Конкурентоспособность организации»		3	3
Тема 2.5. Средства маркетинга	Содержание учебного материала		10	
	20	Классификация средств маркетинга: средства удовлетворения потребностей; средства распределения: средства стимулирования. Средства удовлетворения потребностей - товары, их род и краткая характеристика. Маркетинговое понятие товара.	2	2
	21	Уровни товара и его составные элементы. Рыночный жизненный цикл товаров Уровни товара и его составные элементы: собственно товар, упаковка, подкрепление: информационное, экономическое и организационное. Рыночный жизненный цикл товаров (РЖЦТ): понятие, основные этапы, их характерные признаки. Особенности маркетинговых решений на каждом этапе.	2	
	22	Разработка новых товаров Обоснование необходимости, этапы разработки новых товаров (продукции и услуг) в организациях – производителях (продукции и услуг).	2	
	23	Практическое занятие. ЖЦП. Определение этапов жизненного цикла продукции и разработка программы маркетинговых мероприятий для выбранного товара.	2	3
	24	Практическое занятие. Средства маркетинга Решение ситуационных задач по теме «Средства маркетинга».	2	
	Консультации и самостоятельная работа обучающихся Подготовить презентации на темы: «Создание новых товаров», «Жизненный цикл товаров»		4	3
Тема 2.6. Средства распространения товаров	Содержание учебного материала		8	
	25	Средства распространения товаров Основные понятия: сбыт, реализация и средстваразраспределения товаров , сбытовая политика . Цели, задачи и основные направления сбытовой политики. Виды распределения. Средства распределения: каналы распределения: виды (прямые, косвенные, смешанные), ширина, функции, уровни, их возможности. Критерии выбора каналов сбыта. Системы сбыта.	2	2
	26	Торговые посредники: Краткая характеристика посредников разных типов. Факторы, влияющие на выбор посредников. Анализ и оценка эффективности сбытовой политики.	2	
	27	Практическое занятие. Каналы распространения товаров. Обеспечение распределения товаров через каналы сбыта. Установление уровней каналов распространения	2	3

		товаров. Решение ситуационных задач.		
	28	Практическое занятие. Сбытовая политика. Оценка эффективности сбытовой политики организации. Решение ситуационных задач.	2	3
	Консультации и самостоятельная работа обучающихся Подготовить презентацию на тему: «Типы торговых посредников», «Каналы распространения товаров»		4	3
Тема 2.7. Ценовая политика	Содержание учебного материала		6	
	29	Стратегия ценообразования: Ценовая политика Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Цели, задачи и направления формирования цен. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Факторы, влияющие на формирование цен. Стратегия ценообразования: формулирование целей, определение последовательности реализации целей. Виды цен, характерные для разных стратегий	2	2
	30	Практическое занятие. Ценовая политика предприятий города. Сбор информации о ценах по розничным предприятиям города.	2	3
	31	Практическое занятие. Анализ ценовой политики. Анализ ценовой политики организации	2	
	Самостоятельная работа обучающихся Выполнение реферата на тему: «Назначение цен в маркетинге» Подготовить презентацию на тему: «Факторы влияющие на ценообразование»		3	3
Раздел 3. Маркетинговые коммуникации				
МДК.02.03. Маркетинг			218	
Тема 3.1. Классификация маркетинговых коммуникаций	Содержание учебного материала		8	
	32	Маркетинговые коммуникации: понятие, назначение. Классификация маркетинговых коммуникаций по разным признакам: по целям (реклама, личные продажи, стимулирование сбыта , связи с общественностью); по планированию (запланированные и незапланированные); по характеру воздействия (прямые и косвенные).	2	3
	33	Характеристика важнейших видов маркетинговых коммуникаций. Реклама: понятие, функции, назначение виды. Паблик рилейшнз, выставки-ярмарки, прямой маркетинг (понятие, функции, назначение виды).	2	
	34	Практическое занятие. Изучение маркетинговых коммуникаций. Решение ситуационных задачи, связанные с использованием в организациивидов маркетинговых коммуникаций	2	3
	35	Практические занятия. Методы продажи товаров. Деловая игра «Методы продажи товаров коммерческими агентами». Обеспечение продвижения товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций.	2	3
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить доклад на тему: «Маркетинговые коммуникации» Подготовить презентацию на тему: «Средства прямого и косвенного воздействия на потребителей»		4	3
Тема 3.2.	Содержание учебного материала		2	

Сущность и структура рекламной деятельности	36	Сущность и структура рекламной деятельности. Реклама: понятие, цели и задачи. Функции, значение, обоснование необходимости рекламы. Структура рекламы: рекламное сообщение, изображение (визуальное подкрепление), звук и др. Объекты рекламы: товары, услуги, юридические и физические лица, их характеристика. Структура рекламной деятельности: цели, задачи, функции, средства и методы. Разработка рекламной стратегии.	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить презентацию на тему: «Роль рекламной деятельности на предприятиях розничной торговли»		1	3
Тема 3.3 Виды и средства рекламы	Содержание учебного материала		18	
	37	Виды и средства рекламы Основные направления рекламной деятельности. Товарная реклама Виды товарной рекламы по характеру рекламного сообщения: уведомительная, увещательная, сравнительная, напоминающая, подкрепляющая, убеждающая, внушающая, их характеристика. Связь с этапами жизненного цикла товара.	2	2
	38	Корпоративная реклама: назначение, характеристика, условия применения. Составляющие фирменного стиля в рекламе, товарных знаках, фирменной одежде персонала, оформлении интерьеров помещений, документов: логотип, фирменная марка, слоган, графический и словесный товарный знак, фирменные цвета, набор шрифтов, фирменная схема верстки, формат изданий, аудиообраз, фирменный символ, фирменный блок. Общественная (политическая и социальная) реклама: назначение, характер, объекты, условия распространения.	2	
	39	Классификация средств рекламы. Печатная реклама. Средства распространения рекламы: понятие, классификация. Элементы рекламы (текст, изображение, свет, цвет, звук, шрифт), характеристика и использование. Носители рекламы и признаки их классификации: по способу воздействия на органы чувств; назначению; месту применения, использованию технических средств; краткая характеристика видов и разновидностей. Печатная реклама (реклама в прессе, каталоги, проспекты, плакаты, буклеты, листовки, заметки, репортажи, интервью, рекламно-подарочные издания, прямая почтовая реклама (директ-мейл и др.), характеристика, особенности. Стилистические требования к тексту рекламы: многозначность, метафоризация, сравнение, фразеологические обороты, художественные требования к тексту рекламы. Разработка рекламного сообщения. Правила создания рекламного слогана, приемы иллюстрирования рекламных текстов. Манипулятивные особенности рекламы.	2	
	40	Аудиовизуальная реклама. Радиореклама. Аудиовизуальная реклама: рекламные кино- и видеофильмы, слайдфильмы), характеристика, преимущества и недостатки отдельных видов. Радиореклама (радиообъявления, радио-ролики, радиожурналы), особенности восприятия, задачи радиотекста.	2	
	41	Телевизионная реклама. Наружная реклама. Телевизионные ролики, объявления, телепередачи, телезаставки, рекламные фильмы; задачи и особенности телерекламы. Наружная реклама: назначение виды.	2	
42	Практическое занятие. Разработка рекламного текста. Разработка текста для почтовой рекламы, подготовка рекламного текста для газеты. Презентация и защита.	2	3	

	43	Практическое занятие. Анализ рекламного текста. Анализ рекламных текстов и обращений, решение ситуационных задач.	2	
	44	Практическое занятие. Оценка радиорекламы. Подготовка рекламного радиотекста. Анализ рекламного радиотекста	2	
	45	Практическое занятие. Разработка рекламного слогана. Разработка и презентация рекламного слогана на предложенный товар	2	
	Консультации и самостоятельная работа обучающихся Подготовить презентацию на тему: «Средства распространения рекламы» Подготовить доклад на тему: «Правила разработки рекламного сообщения» Подготовить доклад на тему «Необходимость рекламы»		7	
Тема 3.4. Эффективность рекламной деятельности	Содержание учебного материала		8	
	46	Эффективность рекламы: понятие, сущность, критерии. Критерии социальной эффективности рекламы: переориентация потребителей на социально значимые товары и услуги, предотвращение рисков и опасностей, обеспечение безопасности потребителей и окружающей среды. Корректирующие мероприятия на основе анализа эффективности рекламы.	2	2
	47	Экономическая эффективность и эффективность психологического воздействия средств рекламы, взаимосвязь понятий Критерии экономической эффективности: рост товарооборота (прирост прибыли), затраты на рекламу, коэффициент эффективности. Определение экономической эффективности; расчет, использование результатов. Рентабельность рекламы. Критерии эффективности психологического воздействия: число охвата потребителей, глубина впечатления, степень привлечения внимания. Методы определения эффективности психологического воздействия; характерные особенности, применение.	2	
	48	Практическое занятие. Оценка эффективности рекламной компании. Решение ситуационных задач. Разработка и/или оценка рекламной компании организации.	2	3
	49	Практическое занятие. Расчет эффективности рекламы. Решение задач. Разработка и оценка эффективности рекламы товаров-аналогов, разработка мероприятий по повышению эффективности рекламы.	2	3
	Консультации и самостоятельная работа обучающихся Подготовить презентацию на тему: «Психологическое воздействие средств рекламы» Подготовить презентацию на тему: «Рекламные акции проводимые на предприятиях розничной торговли» Подготовить доклад на тему: «Корректирующие мероприятия на основе анализа эффективности рекламы»		4	3
Итого за 5 семестр, часов			144	
Консультации и самостоятельная работа обучающегося			46	
Обязательная учебная нагрузка обучающихся			98	
в том числе практических занятий			42	
3 курс, 6 семестр				
Раздел 4. Методологические основы маркетинговых исследований				
МДК.02.03.			218	

Маркетинг			
Тема 4.1. Процесс маркетинговых исследований	Содержание учебного материала		12
	50	Цели, задачи и сущность маркетинговых исследований Основные направления, изучение потребностей и спроса на товары, сегментация рынка, анализ конъюнктуры и емкости рынка, способы стимулирования сбыта и др. Виды маркетинговых исследований: кабинетные, полевые. Этапы маркетинговых исследований.	2
	51	Процесс маркетинговых исследований: этапы и процедуры, их краткая характеристика Определение потребности в проведении маркетинговых исследований и обоснование их необходимости. Результат маркетинговых исследований. Объекты исследования: потребности, спрос, товары и услуги, поведение потребителей, маркетинговая среда организации, каналы распределения товаров, цены; их краткая характеристика, основания для выбора. Обоснование целесообразности выбора объектов исследования.	2
	52	Практическое занятие. Маркетинговые исследования рынка Овладение умениями разработки анкет.	2
	53	Практическое занятие. Маркетинговые исследования рынка социологическим методом Овладение умениями проведения опросов социологическим методом.	2
	54	Практическое занятие. Маркетинговые исследования рынка определенного вида товаров. Решение ситуационных задач. Проведение маркетинговых исследований рынка.	2
	55	Практическое занятие. Маркетинговые исследования рынка определенного вида услуг. Решение ситуационных задач. Проведение маркетинговых исследований рынка.	2
	Консультации и самостоятельная работа обучающихся Подготовить реферат на тему: «Объекты маркетинговых исследований» Подготовить презентации на тему: «Виды и типы маркетинговых исследований». Составить кроссворд на тему: «Маркетинговые исследования»		6
	Содержание учебного материала		10
Тема 4.2. Маркетинговая информация	56	Маркетинговая информация: понятие, назначение, информационные системы. Субъекты, участвующие в информационных процессах. Собственники, владельцы, пользователи. Источники получения маркетинговой информации (информационные ресурсы): внутренние и внешние; персональные, коммерческие, публичные, эмпирические.	2
	57	Критерии выбора источников информации. Критерии выбора источников информации: достоверность, актуальность, достаточность, доступность, целенаправленность, обеспечение информационного единства.	2
	58	Типы маркетинговой информации Типы маркетинговой информации: по форме планирования маркетинга (оперативная, стратегическая); виды по месту сбора (внутренняя и внешняя), по характеру информации (первичная, вторичная), по доступности (доступная и недоступная), по достоверности (достоверная, ложная, искаженная умышленно или неумышленно).	2
	59	Практическое занятие. Маркетинговая информация Ознакомление с источниками получения информации.	2
	60	Практическое занятие. Методы сбора информации Ознакомление с методами сбора информации	2
	Консультации и самостоятельная работа обучающихся Подготовить доклад на тему: «Маркетинговая информация»		5

	Подготовить презентацию на тему: «Методы маркетинговых исследований» Составить схему методов маркетинговых исследований		
Тема 4.3 Методы маркетинга	Содержание	12	
	61 Методы маркетинговых исследований и сбора информации. Классификация методов маркетинговых исследований: признаки, назначение. Методы сбора информации: социологический, наблюдение, экспериментальный, их краткая характеристика, достоинства и недостатки.	2	2
	62 Панельные обследования: понятие панели, их типы.	2	
	63 Методика проведения опроса: виды, техника составления анкет и опроса.	2	
	64 Практическое занятие. Составление анкет Составление анкет и опросных листов	2	3
	65 Практическое занятие. Сбор информации Проведение опроса.	2	
	66 Практическое занятие. Анализ результата опроса Анализ полученных данных.	2	3
Консультации и самостоятельная работа обучающихся Выполнение рефератов по темам: «Анкетирование в системе маркетингового исследования» Подготовить доклад на тему: «Потребители и их поведение»	5	3	
Тема 4.4 Принятие маркетинговых решений	Содержание учебного материала	8	
	67 Маркетинговые решения: Управление маркетингом понятие, назначение, основания для их принятия. Модели принятия маркетинговых решений по результатам исследований.	2	2
	68 Составление отчета о проведенных маркетинговых исследованиях: структура отчета, назначение его отдельных частей	2	
	69 Практическое занятие. Отчет маркетинговых исследований Ознакомление со структурой отчета, его анализ	2	3
	70 Практическое занятие. Отчет маркетинговых исследований Подготовка отчета о проведенном опросе.	2	
Самостоятельная работа обучающихся Подготовка реферата на тему: «Маркетинговые решения» Подготовить презентацию на тему: «Модели принятия маркетинговых решений»	4	3	
Тема 4.5. Маркетинговые исследования потребителей	Содержание учебного материала	8	
	71 Маркетинговые исследования потребителей. Потребители: понятие, их классификация по различным признакам. Необходимость изучения поведения потребителей.	2	2
	72 Маркетинговые решения по управлению поведением потребителей. Факторы, влияющие на поведение потребителя в различных организациях (производственных, обслуживающих, в том числе торговых), их исследование.	2	2

	Анализ и оценка поведения потребителя.		
73	Практическое занятие. Исследования поведения потребителей Проведение маркетинговых исследований поведения потребителей	2	3
74	Практическое занятие. Анализ поведения потребителей Проведение маркетинговых исследований поведения потребителей	2	3
	Консультации и самостоятельная работа обучающихся Подготовить презентацию на тему: «факторы, влияющие на поведение потребителей» Подготовить доклад на тему: « оценки поведения потребителей»	4	3
Итого за 6 семестр, часов		74	
Консультации и самостоятельная работа обучающегося		24	
Обязательная учебная нагрузка обучающихся		50	
в том числе практических занятий		26	
Всего по МДК.02.03, часов		218	
Консультации и самостоятельная работа обучающегося		70	
Обязательная учебная нагрузка обучающихся		148	
в том числе практических занятий		68	
Промежуточная аттестация по МДК.02.03 в форме экзамена		-	
Производственная практика ПП.02.01		36	
Виды работ: -оформление финансовых документов и отчетов; -проведение денежных расчетов; -расчет основных налогов; -анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации; -выявление потребностей (спроса) на товары; -реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка; -участие в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций; -анализ маркетинговой среды организации; -использование нормативных правовых актов в области налогообложения, регулирующих механизм и порядок налогообложения; -обеспечение распределения через каналы сбыта и продвижения товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций; -оценка конкурентоспособности товаров.			
Промежуточная аттестация по ПП.02.01 в форме дифференцированного зачета			
Всего по ПМ. 02, часов		386	
Промежуточная аттестация по ПМ.02 в форме экзамена квалификационного			

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

- 1-ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
- 2- репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством)
- 3- продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач)

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебных кабинета *Бухгалтерского учета, финансов, налогов и налогообложения; Гуманитарных и социально-экономических дисциплин.*

Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета: *учебная мебель, книжный шкаф, счетно-вычислительная техника*

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную производственную практику.

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест: *торгово-технологическое оборудование торговых организаций*

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Скворцов, О. В. Налоги и налогообложение [Текст]: учебник для студ. учреждений СПО / О. В. Скворцов. – 12-е изд., испр. и доп. – М.: ИЦ "Академия", 2019. – 272 с.

Федеральные законы и постановления Правительства

1. Гражданский кодекс Российской Федерации, часть 1, 2 и 4
2. Налоговый кодекс Российской Федерации, часть I, 2 и 3
3. Бюджетный кодекс Российской Федерации
4. Федеральные законы Российской Федерации, Указы Президента Российской Федерации, Постановления Правительства Российской Федерации, Инструкции Федерального агентства по налогам и сборам по вопросам финансового, бюджетного и налогового регулирования
5. ФЗ «О защите прав потребителей» от 07.02.92 № 2300/1-1 (с изменениями и дополнениями)
6. «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» № 149-ФЗ от 27.07.2006
7. «О рекламе», 38-ФЗ от 13.03.2006
8. «О техническом регулировании», № 184-ФЗ от 27.12.2002 с измен. и дополн. № 65-ФЗ от 01.05.2007
9. «О защите конкуренции», № 135-ФЗ от 26.07.2006

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля осуществляется преподавателем в процессе проведения текущего и промежуточного контроля, практических занятий, а также выполнения обучающимися индивидуальных (групповых) внеаудиторных самостоятельных работ (ВСР)

Раздел и/или тема	Результаты освоения		Вид контроля	Формы и методы контроля	Вид оценочного средства	Форма индивидуального учёта успеваемости	Оценка результатов **
	ЗУН *	Компетенции (код)					
МДК.02.01	Финансы, налоги и налогообложение						
Раздел 1 Тема 1.1-1.6	1,2	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 6 ОК 7 ОК 10 ОК 12 ПК 2.2 ПК 2.4	Текущий	Устный, письменный контроль Выполнение ВСР	Задания для устного и письменного контроля. Задания для выполнения ВСР.	Учебный журнал, Ведомость оценки ОК, ПК	Бальная (2-5) Дихотомическая оценка ОК, ПК
Раздел 2 Тема 2.1-2.2	1,2	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 6 ОК 7 ОК 10 ОК 12 ПК 2.2 ПК 2.4 ПК 2.9	Текущий	Устный, письменный контроль Выполнение практических работ и ВСР	Задания для устного и письменного контроля. Задания для выполнения практической работы и ВСР.	Учебный журнал, Ведомость оценки ОК, ПК	Бальная (2-5) Дихотомическая оценка ОК, ПК
МДК 02.02	Анализ финансово-хозяйственной деятельности						
Раздел 1 Тема 1.1-1.6	1,2	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 6 ОК 7 ОК 10 ОК 12 ПК 2.1 ПК 2.3 ПК 2.9	Текущий	Устный, письменный контроль Выполнение практических работ и ВСР	Задания для устного и письменного контроля. Задания для выполнения практической работы и ВСР.	Учебный журнал, Ведомость оценки ОК, ПК	Бальная (2-5) Дихотомическая оценка ОК, ПК
МДК.02.01. и МДК.02.02	1,2	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 6 ОК 7 ОК 10 ОК 12 ПК 2.1 ПК 2.3 ПК 2.9	Промежуточный	Комплексный экзамен	Задания для комплексного экзамена	Ведомость промежуточной аттестации, Ведомость оценки ОК,ПК, Зачетная книжка	Бальная (2-5) Дихотомическая оценка ОК, ПК
МДК 02.03	Маркетинг						

Раздел 1 Тема 1.1-1.3	1	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 6 ОК 7 ОК 10 ОК 12 ПК 2.5 ПК 2.6 ПК 2.7 ПК 2.8	Текущий	Устный, письменный контроль Выполнение ВСР	Задания для устного и письменного контроля. Задания для выполнения ВСР.	Учебный журнал, Ведомость оценки ОК, ПК	Бальная (2-5) Дихотомическая оценка ОК, ПК
Раздел 2 Темы 2.1-2.7	1,2	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 6 ОК 7 ОК 10 ОК 12 ПК 2.5 ПК 2.6 ПК 2.7 ПК 2.8	Текущий	Устный, письменный контроль Выполнение практических работ и ВСР	Задания для устного и письменного контроля. Задания для выполнения практической работы и ВСР.	Учебный журнал, Ведомость оценки ОК, ПК	Бальная (2-5) Дихотомическая оценка ОК, ПК
Раздел 3 Темы 3.1-3.4	1,2	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 6 ОК 7 ОК 10 ОК 12 ПК 2.5 ПК 2.6 ПК 2.7 ПК 2.8	Текущий	Устный, письменный контроль Выполнение практических работ и ВСР	Задания для устного и письменного контроля. Задания для выполнения практической работы и ВСР.	Учебный журнал, Ведомость оценки ОК, ПК	Бальная (2-5) Дихотомическая оценка ОК, ПК
Раздел 4 Темы 4.1-4.5	1,2	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 6 ОК 7 ОК 10 ОК 12 ПК 2.5 ПК 2.6 ПК 2.7 ПК 2.8	Текущий	Устный, письменный контроль Выполнение практических работ и ВСР	Задания для устного и письменного контроля. Задания для выполнения практической работы и ВСР.	Учебный журнал, Ведомость оценки ОК, ПК	Бальная (2-5) Дихотомическая оценка ОК, ПК
МДК 02.03	1,2	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 6 ОК 7 ОК 10 ОК 12 ПК 2.5 ПК 2.6 ПК 2.7 ПК 2.8	Промежуточный	Экзамен	Задания для экзамена (экзаменационные билеты)	Экзаменационная ведомость, Ведомость оценки ОК,ПК	Бальная (2-5) Дихотомическая оценка ОК, ПК
ПП 02.01	1,2,3	ОК 1 ОК 2 ОК 3	Текущий контроль	Практический – выполнение заданий	Задания на практику	Дневник практики. Отчет.	Бальная (2-5) Дихотомическая

		ОК 4 ОК 6 ОК 7 ОК 10 ОК 12 ПК 2.1-2.9	Промежуточный	Дифференцированный зачет	Задания для зачета	Характеристика Ведомость промежуточной аттестации. Ведомость оценки ОК, ПК	еская оценка ОК, ПК Бальная (2-5) Дихотомическая оценка ОК, ПК
ПМ.02	1,2,3	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 4 ОК 6 ОК 7 ОК 10 ОК 12 ПК 2.1-2.9	Промежуточный	Экзамен квалификационный	Задания для экзамена	Экзаменационная ведомость. Ведомость оценки ОК, ПК	Бальная (2-5) Дихотомическая оценка ОК, ПК

ЗУН *

1 – знания

2 - умения

3 - навыки

Оценка результатов **

1) в баллах (2-5)

2) дихотомическая оценка:

1 – оценка положительная, т.е. ОК (ПК) сформированы

0 – оценка отрицательная, т.е. ОК (ПК) не сформированы

КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля	Критерии оценки	Методы оценки
ПК 2.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.	75% правильных ответов Оценка процесса Оценка результатов	Тестирование Экзамен Экспертная оценка решения ситуационных задач
	Экспертное наблюдение Оценка процесса Оценка результатов	Ситуационная задача Практическая работа Экспертная оценка решения ситуационных задач
	Экспертное наблюдение	Практическая работа Виды работ на практике
ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.	75% правильных ответов Оценка процесса Оценка результатов	Тестирование Экзамен Экспертная оценка решения ситуационных задач
	Экспертное наблюдение Оценка процесса Оценка результатов	Ситуационная задача Практическая работа Экспертная оценка решения ситуационных задач
	Экспертное наблюдение	Практическая работа Виды работ на практике
ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.	75% правильных ответов Оценка процесса Оценка результатов	Тестирование Экзамен Экспертная оценка решения ситуационных задач
	Экспертное наблюдение Оценка процесса Оценка результатов	Ситуационная задача Практическая работа Экспертная оценка решения ситуационных задач
	Экспертное наблюдение	Практическая работа Виды работ на практике

ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.	75% правильных ответов Оценка процесса Оценка результатов	Тестирование Экзамен Экспертная оценка решения ситуационных задач
	Экспертное наблюдение Оценка процесса Оценка результатов	Ситуационная задача Практическая работа Экспертная оценка решения ситуационных задач
	Экспертное наблюдение	Практическая работа Виды работ на практике
ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.	75% правильных ответов Оценка процесса Оценка результатов	Тестирование Экзамен Экспертная оценка решения ситуационных задач
	Экспертное наблюдение Оценка процесса Оценка результатов	Ситуационная задача Практическая работа Экспертная оценка решения ситуационных задач
	Экспертное наблюдение	Практическая работа Виды работ на практике
ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.	75% правильных ответов Оценка процесса Оценка результатов	Тестирование Экзамен Экспертная оценка решения ситуационных задач
	Экспертное наблюдение Оценка процесса Оценка результатов	Ситуационная задача Практическая работа Экспертная оценка решения ситуационных задач
	Экспертное наблюдение	Практическая работа Виды работ на практике
ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.	75% правильных ответов Оценка процесса Оценка результатов	Тестирование Экзамен Экспертная оценка решения ситуационных задач
	Экспертное наблюдение Оценка процесса Оценка результатов	Ситуационная задача Практическая работа Экспертная оценка решения ситуационных задач
	Экспертное наблюдение	Практическая работа Виды работ на практике
ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества	75% правильных ответов Оценка процесса Оценка результатов	Тестирование Экзамен Экспертная оценка решения ситуационных задач
	Экспертное наблюдение Оценка процесса Оценка результатов	Ситуационная задача Практическая работа Экспертная оценка решения ситуационных задач
	Экспертное наблюдение	Практическая работа Виды работ на практике

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.	75% правильных ответов Оценка процесса Оценка результатов	Тестирование Экзамен Экспертная оценка решения ситуационных задач
	Экспертное наблюдение Оценка процесса Оценка результатов	Ситуационная задача Практическая работа Экспертная оценка решения ситуационных задач
	Экспертное наблюдение	Практическая работа Виды работ на практике
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Оценка результата	Тестирование
	Оценка результата	Ситуационная задача
	Оценка процесса	Ролевая игра
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Оценка результата	Тестирование
	Оценка результата	Ситуационная задача
	Оценка процесса	Ролевая игра
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Оценка результата	Тестирование
	Оценка результата	Ситуационная задача
	Оценка процесса	Ролевая игра
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Оценка результата	Тестирование
	Оценка результата	Ситуационная задача
	Оценка процесса	Ролевая игра
ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно	Оценка результата	Тестирование
	Оценка результата	Ситуационная задача
	Оценка процесса	Ролевая игра

общаться с коллегами, руководством, потребителями.		
ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Оценка результата	Тестирование
	Оценка результата	Ситуационная задача
	Оценка процесса	Ролевая игра
ОК 10. Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.	Оценка результата	Тестирование
	Оценка результата	Ситуационная задача
	Оценка процесса	Ролевая игра
ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.	Оценка результата	Тестирование
	Оценка результата	Ситуационная задача
	Оценка процесса	Ролевая игра

ОЦЕНКА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ ПРОГРАММЫ В ЧАСТИ ДОСТИЖЕНИЯ ЛИЧНОСТНЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ

Код личностных результатов реализации программы воспитания	Критерии ЛР	Методы измерения показателей ЛР
ЛР 2	Проявление правовой активности и навыков правомерного поведения, уважения к Закону; Оценка собственного продвижения, личностного развития; Конструктивное взаимодействие в учебном коллективе; Демонстрация навыков межличностного делового общения, социального имиджа; Добровольческие инициативы по поддержке инвалидов и пожилых граждан; Сформированность гражданской позиции; участие в волонтерском движении; Проявление экономической и финансовой культуры, экономической грамотности, а также	Анкетирования Опрос Тестирования различного вида Творческие задания и анализ их выполнения Личная книжка волонтера (сайт «DOBRO.RU»)

	собственной адекватной позиции по отношению к социально-экономической действительности.	
ЛР 3	Отсутствие фактов проявления идеологии терроризма и экстремизма среди обучающихся; Отсутствие социальных конфликтов среди обучающихся, основанных на межнациональной, межрелигиозной почве.	Наблюдение за поведением студентов Индивидуальные беседы Опросы Анкетирования Тестирования различного вида
ЛР 4	Демонстрация интереса к будущей профессии; Положительная динамика в организации собственной учебной деятельности по результатам самооценки, самоанализа и коррекции ее результатов; Проявление высокопрофессиональной трудовой активности; Участие в исследовательской и проектной работе; Участие в конкурсах профессионального мастерства, олимпиадах по профессии, викторинах, в предметных неделях; Конструктивное взаимодействие в учебном коллективе/бригаде; Проявление культуры потребления информации, умений и навыков пользования компьютерной техникой, навыков отбора и критического анализа информации, умения ориентироваться в информационном пространстве.	Опрос Анкетирования Конкурсы профмастерства Творческие задания и анализ их выполнения Тестирования различного вида Индивидуальные беседы