**Министерство образования, науки и молодежной политики**

**Нижегородской области**

**Государственное бюджетное профессиональное**

**образовательное учреждение**

**«Ветлужский лесоагротехнический техникум»**

РАССМОТРЕНА СОГЛАСОВАНО

на заседании МК

технолого-экономического цикла Заместитель директора

Руководитель МК по учебно-производственной работе

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Т.А. Лаврёнова

*подпись \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_М.В. Замышляева*

Протокол №  *подпись*

*от* « » 2*022 г. от « »\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2022г.*

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

**МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение**

**МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности**

**МДК 02.03. Маркетинг**

**УП.02 Учебная практика и ПП.02 Производственная практика**

образовательной программы среднего профессионального образования ППССЗ по специальности СПО

**38.02.04 Коммерция (по отраслям)**

**по программе базовой подготовки**

Форма обучения - очная

Профиль получаемого профессионального образования:

социально – экономический

СОГЛАСОВАНО:

**Ветлужский район,**

**2022 г.**

Рабочая программа профессионального модуля «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15 мая 2014 г. N 539.

Организация - разработчик: Государственное бюджетное профессиональное

образовательное учреждение «Ветлужский

лесоагротехнический техникум»

Разработчики:

Соколов А.Е. – преподаватель профессиональных модулей, ГБПОУ ВЛАТТ;

Соловьёва Н.Г. – преподаватель профессиональных модулей, ГБПОУ ВЛАТТ, высшая категория;

Ясинская И.В. – преподаватель профессиональных модулей, ГБПОУ ВЛАТТ, 1 кв. категория

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
| **1  ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ** | стр.  4 |
| **2  результаты освоения ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ** | 8 |
| **3  СТРУКТУРА и содержание профессионального модуля** | 10 |
| **4  условия реализации ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ** | 26 |
| **5  Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)** | 30 |

**1 паспорт рабочей ПРОГРАММЫ**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности**

**1.1 Область применения программы**

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности (реализация обязательных междисциплинарных курсов МДК.02.01 Финансы, налоги и налогообложение, МДК.02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности, МДК.02.03 Маркетинг), является обязательным разделом ОП по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям, разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) (утв. приказом Министерства образования и науки РФ от 15 мая 2014 г. № 539, с учетом потребностей работодателей, особенностей развития региона, науки, культуры, экономики, технологий, социальной сферы в рамках, установленных настоящим федеральным государственным образовательным стандартом в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): ПМ 02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности (ПК 2.1 - ПК 2.9)

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовке.

**1.2 Место профессионального модуля в структуре образовательной программы**

Профессиональный модуль ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности относится к профессиональному циклу

**1.3 Цели и задачи профессионального модуля – требования к результатам освоения профессионального модуля в соответствии с ФГОС**

Выпускник, освоивший программу профессионального модуля ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): ПМ 02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности (ПК 2.1 - ПК 2.9) (реализация обязательных междисциплинарных курсов МДК.02.01 Финансы, налоги и налогообложение, МДК.02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности, МДК.02.03 Маркетинг) должен обладать общими и профессиональными компетенциями, включающими способность:

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 11. Обеспечивать безопасность жизнедеятельности, предотвращать техногенные катастрофы в профессиональной деятельности, организовывать, проводить и контролировать мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций

ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.

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.

В результате освоения профессионального модуля ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности 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 документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;
* рассчитывать основные налоги;
* анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;
* применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;
* выявлять, формировать и удовлетворять потребности;
* обеспечивать распределение 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** ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности:

**Всего 626 часов**, в том числе:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 554 часа, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 369 часов,

в т.ч. практические занятия – 130 часов,

курсовая работа (проект) – не предусмотрено;

самостоятельной работы обучающегося – 185 часов;

учебной практики – 36 часов;

производственной практики – 36 часов.

Всего по пм.02 459 ч

МДК 02.01 96 ч

СР – 6 ч

Макс 90 ч

ЛПР 40 ч

Экзамен

МДК 02.02 96 ч

СР – 6 ч

Макс 90 ч

ЛПР 40 ч

Экзамен

МДК 02.03 195 ч

СР – 6 ч

189 ч всего

ЛПР 50 ч

Экзамен

УП и ПП по 36 ч комплексный ДЗ

ЭК 18 ч

**2 результаты освоения ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

|  |  |
| --- | --- |
| **Код** | **Наименование результата обучения** |
| ПК 2.1 | Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей), участвовать в их инвентаризации |
| ПК 2.2 | Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем |
| ПК 2.3 | Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов |
| ПК 2.4 | Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату |
| ПК 2.5 | Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров |
| ПК 2.6 | Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации |
| ПК 2.7 | Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений |
| ПК 2.8 | Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации |
| ПК 2.9 | Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты |
| ОК 1 | Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес |
| ОК 2 | Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество |
| ОК 3 | Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность |
| ОК 4 | Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития |
| ОК 5 | Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности |
| 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 8 | Вести здоровый образ жизни, применять спортивно-оздоровительные методы и средства для коррекции физического развития и телосложения |
| ОК 9 | Пользоваться иностранным языком как средством делового общения |
| ОК 10 | Логически верно, аргументированно и ясно излагать устную и письменную речь |
| ОК 11 | Обеспечивать безопасность жизнедеятельности, предотвращать техногенные катастрофы в профессиональной деятельности, организовывать, проводить и контролировать мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций |
| ОК 12 | Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий |

Проверь, сравни с ФГОС специальности

**3 СТРУКТУРА и содержание профессионального модуля**

**Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности**

**3.1 Тематический план профессионального модуля**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Коды профессиональных компетенций** | **Наименования разделов профессионального модуля[[1]](#footnote-2)\*** | **Всего часов** | **Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)** | | | | | **Практика** | |
| **Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося** | | | **Самостоятельная работа обучающегося** | | **Учебная,**  часов | **Производственная (по профилю специальности),**  часов |
| **Всего,**  часов | **в т.ч. лабораторные работы и практические занятия,**  часов | **в т.ч., курсовая работа (проект),**  часов | **Всего,**  часов | **в т.ч., курсовая работа (проект),**  часов |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** |
| **ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.9;  ОК 1 – ОК 12** | **МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение** | **135** | **90** | **40** | **-** | **45** | **-** |  |  |
| **ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.9;  ОК 1 – ОК 12** | **МДК 02.02. Анализ финансово-**  **хозяйственной деятельности** | **135** | **90** | **40** | **-** | **45** | **-** |  |
| **ПК 2.5- ПК 2.8.**  **ОК 1- ОК 12** | **МДК 02.03. Маркетинг** | **284** | **189** | **50** |  | **95** | **-** | **36** |
|  | **Производственная практика (по профилю специальности)**, часов | **36** |  | | | | | | **36** |
|  | **Всего:** | **655** | **384** | **210** | **-** | **192** | **-** | **36** | **72** |

**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, курсовая работа (проект)** *(если предусмотрены)* | | **Объем часов** | **Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы** |
| **1** | **2** | | **3** | **4** |
| **ПМ 02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности** | | |  |  |
| **МДК 02.01 Финансы, налоги и налогообложение** |  | | **135** |
| **Тема 1.1 *Финансы: сущность и роль в экономике, денежное обращение и кредит*** | **Содержание учебного материала** | | ***70*** |  |
| 1. | Сущность, функции и роль финансов в экономике. Финансовая политика государства в современных условиях. | **30** | ОК 1 – ОК 12, ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.9 |
| 2. | Сущность и функции денег. Сущность денежного обращения. |
| 3. | Денежная масса. Закон денежного обращения. Скорость оборота денег. Уравнение обмена И. Фишера. Денежная система РФ. |
| 4. | Финансовая система, ее сферы. Финансовые потоки. Финансовые ресурсы и источники их формирования. |
| 5. | Государственные финансы. Федеральный бюджет, его функции, состав и структура доходов и расходов. |
| 6. | Бюджеты субъектов РФ. Социально-экономическая сущность внебюджетных фондов. Государственный кредит и его функции. |
| 7. | Финансы предприятий как звено финансовой системы РФ. Формы коммерческих организаций и принципы их финансовой деятельности. Финансы некоммерческих организаций. |
| 8. | Страхование в системе государства, его сущность и функции. Участники страховых отношений и страхового рынка. Социальное страхование. Личное страхование. |
| 9. | Кредит. Функции кредита. Основные формы кредита. Кредитная система. |
| 10. | Банковская система РФ: сущность, структура. Коммерческие банки РФ, их функции и операции. |
| 11. | Капитальные вложения и источники их финансирования. Понятие инвестиций, их виды. |
| 12. | Рынок ценных бумаг: структура, функции, участники. Виды ценных бумаг. Деятельность предприятия на фондовом рынке. |
| 13. | Финансовое планирование: роль и задачи. Финансовое планирование на предприятиях. Перспективное финансовое планирование, текущее финансовое планирование. |
| 14. | Финансовый контроль: определение, методы проведения. |
| 15. | Валютная система РФ. Конвертируемость валюты. Валютный курс. |
| **Практические занятия** | | **20** | ОК 1 – ОК 12, ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.9 |
| 1. | Анализ движения денег. |
| 2. | Анализ структуры доходов и расходов федерального бюджета РФ. |
| 3. | Расчет показателей эффективности использования основных и оборотных средств предприятия. |
| 4. | Расчет показателей товарооборота. |
| 5-6. | Составление финансового плана предприятия: баланс доходов и расходов; план денежных потоков; кредитный план; |
| 7. | Определение страхового возмещения. |
| 8. | Расчёт простых процентов, наращение по простой ставке процента. Определение сложных процентов, начисление сложных годовых процентов. |
| 9. | Определение рентабельности инвестиционного проекта. |
| 10. | Конвертация валют. |
| **Самостоятельная работа**  Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы, работа с Интернет-ресурсами.  Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчётов и подготовка к их защите. Решение задач.   1. Подготовка докладов и рефератов по темам:  * Эволюция финансовой науки * Направления кредитно-денежной политики РФ * Бюджетная политика РФ на очередной финансовый год * Значение и роль бюджетных и внебюджетных фондов в современной финансовой системе  1. Изучение материалов средств массовой информации, Интернета по вопросам основных задач финансовой политики РФ на современном этапе. 2. Подготовка электронных презентаций об истории происхождения денег и о различных валютах 3. Решение задач по темам:  * уравнение обмена (Формула Фишера)   конвертация валют | | **20** |  |
| **Тема 1.2 *Налоги и налогообложение*** | **Содержание учебного материала** | | ***65*** |  |
| 1. | Понятие налога, сбора, пошлины. Принципы налогообложения. Функции налогов, роль налогов в формировании финансов общества. | **20** | ОК 1 – ОК 12, ПК 2.1, 2.3, ПК 2.4, ПК 2.9 |
| 2. | Элементы налогов. Классификация налогов. Налоговая политика государства. |
| 3. | Основные виды федеральных налогов: налог на прибыль организаций; налог на добавленную стоимость; налог на доходы физических лиц; страховые взносы; акцизы; таможенные пошлины и сборы; государственные пошлины; экологические сборы и платежи. |
| 4. | Региональные налоги и сборы: налог на имущество организаций; транспортный налог; земельный налог; упрощенная система налогообложения; единый налог на вмененный доход;. |
| 5. | Местные налоги и сборы: земельный налог, налог на имущество физических лиц, торговый сбор |
| **Практические занятия** | |  | ОК 1 – ОК 12, ПК 2.1, 2.3, ПК 2.4, ПК 2.9 |
| 1. | Расчет налога на прибыль организаций. | 20 |
| 2. | Расчет суммы налога на добавленную стоимость. |
| 4. | Расчет суммы налога на доходы физических лиц. |
| 3. | Заполнение налоговой декларации по НДФЛ. |
| 4. | Расчет и анализ страховых взносов. |
| 5. | Составление деклараций во внебюджетные фонды. |
| 6. | Расчет государственной пошлины. |
| 7. | Расчет налога на имущество организаций. |
| 8. | Расчет транспортного налога. |
| 9. | Расчет суммы земельного налога. |
| 10. | Расчет налога на доходы малого предприятия. |
| **Самостоятельная работа**  Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы, работа с Интернет-ресурсами.  Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчётов и подготовка к их защите. Решение задач.   1. Поиск и обработка информации (по заданию). 2. Конспектирование учебников и учебных пособий. 3. Изучение структуры Налогового Кодекса РФ. 4. Подготовка докладов и рефератов по темам:  * Изучение типовых форм налоговых деклараций по основным видам налогов * Особенности налогообложения в странах Европы (по выбору) * Проблемы, возникающие у налоговых служб при взимании налогов * Подоходное налогообложение граждан в европейских государствах в сравнении с Россией, преимущества и недостатки.  1. Решение задач по темам:  * расчет налога на имущество физических лиц * единый налог на вмененный доход   Составление схемы «Классификация налогов в РФ» | | 25 |  |
| ***Промежуточная аттестация в виде экзамена*** | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ПМ 02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности** | | | | | | | | **135** |  |
| **МДК 02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности** | | | | | | | | **90** |
| **Тема 2.1 *Методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности*** | **Содержание учебного материала** | | | | | | | **6** |  |
| 1. | | | Понятие анализа. Сущность, цели и задачи анализа финансово-хозяйственной деятельности. Роль анализа для устойчивой работы организации. | | | | 6 | ПК 2.9;  ОК 1 – ОК 12 |
| 2. | | | Методы и приёмы анализа. Виды анализа. Информационное обеспечение анализа. Основные источники информации для проведения экономического анализа. Этапы проведения комплексного анализа. | | | |
| **Тема 2.2 *Анализ товарооборота*** | **Содержание учебного материала** | | | | | | | **12** |  |
| 1. | | | Анализ производства и реализации продукции. Анализ динамики, состава и структуры товарооборота. Ритмичность работы предприятия. | | | | 6 | ПК 2.3, ПК 2.4,  ПК 2.9;  ОК 1 – ОК 12 |
| 2. | | | Анализ факторов и резервов увеличения объёма продаж. | | | |
| **Практические занятия** | | | | | | | 6 | ПК 2.3, ПК 2.4,  ПК 2.9;  ОК 1 – ОК 12 |
| 1. | | | Анализ товарооборота по общему объёму и структуре. | | | |
| 2. | | | Анализ выполнения ассортиментного плана. | | | |
| 3. | | | Анализ ритмичности работы торгового предприятия. | | | |
| **Тема 2.3 *Анализ состояния и эффективности использования основных средств*** | **Содержание учебного материала** | | | | | | | **12** |  |
| 1. | | | Анализ состава и структуры основных средств. | | | | 6 | ПК 2.3, ПК 2.4,  ПК 2.9;  ОК 1 – ОК 12 |
| 2. | | | Анализ движения основных средств. | | | |
| 3. | | | Оценка технического состояния основных средств. | | | |
| 4. | | | Анализ показателей использования основных средств. | | | |
| 5. | | | Анализ эффективности использования основных средств. | | | |
| 6. | | | Анализ изменения объема товарооборота за счет изменения среднегодовой суммы основных фондов. | | | |
| **Практические занятия** | | | | | | | 6 | ПК 2.3, ПК 2.4,  ПК 2.9;  ОК 1 – ОК 12 |
| 1. | | | Анализ структуры, технического состояния и движения основных средств. | | | |
| 2. | | | Анализ эффективности использования основных средств. | | | |
| 3. | | | Анализ использования торговой площади предприятия. | | | |
| **Тема 2.4 *Анализ обеспеченности и эффективности использования товарных ресурсов*** | **Содержание учебного материала** | | | | | | | **10** |  |
| 1. | | | Анализ обеспеченности товарными ресурсами. | | | | 6 | ПК 2.3, ПК 2.4,  ПК 2.9;  ОК 1 – ОК 12 |
| 2. | | | Анализ выполнения плана по поступлению товаров. | | | |
| 3. | | | Анализ состояния товарных запасов и товарооборачиваемости. | | | |
| 4. | | | Анализ эффективности использования товарных ресурсов. | | | |
| **Практические занятия** | | | | | | | 4 | ПК 2.3, ПК 2.4,  ПК 2.9;  ОК 1 – ОК 12 |
| 1. | | | Определение скорости обращения товаров. | | | |
| 2. | | | Анализ показателей эффективности использования товарных ресурсов. | | | |
| **Тема 2.5 *Анализ использования трудовых ресурсов*** | **Содержание учебного материала** | | | | | | | **12** |  |
| 1. | | | Анализ численности, состава, структуры персонала и уровня квалификации. | | | | 6 | ПК 2.3, ПК 2.4,  ПК 2.9;  ОК 1 – ОК 12 |
| 2. | | | Анализ движения рабочей силы. | | | |
| 3. | | | Анализ производительности труда. | | | |
| 4. | | | Анализ использования рабочего времени. | | | |
| 5. | | | Анализ влияния трудовых факторов на объем товарооборота. | | | |
| **Практические занятия** | | | | | | | 6 | ПК 2.3, ПК 2.4,  ПК 2.9;  ОК 1 – ОК 12 |
| 1. | | | Анализ численности работников и их уровня квалификации в магазине. | | | |
| 2. | | | Анализ производительности труда. | | | |
| 3. | | | Анализ влияния трудовых факторов на объем товарооборота. | | | |
| **Тема 2.6 *Анализ издержек обращения*** | **Содержание учебного материала** | | | | | | | **10** |  |
| 1. | | | Анализ издержек обращения: анализ по общему объему и по отдельным статьям. | | | | 6 | ПК 2.3, ПК 2.4,  ПК 2.9;  ОК 1 – ОК 12 |
| 2. | | | Внешние и внутренние факторы, влияющие на издержки обращения. | | | |
| 3. | | | Анализ факторов, влияющих на уровень издержек. | | | |
| 4. | | | Выявление резервов экономии издержек. | | | |
| **Практические занятия** | | | | | | | 4 | ПК 2.3, ПК 2.4,  ПК 2.9;  ОК 1 – ОК 12 |
| 1. | | | Анализ издержек обращения по общему объёму. | | | |
| 2. | | | Анализ издержек по отдельным статьям. | | | |
| **Тема 2.7 *Анализ финансовых результатов деятельности организации*** | **Содержание учебного материала** | | | | | | | **8** |  |
| 1. | | | Анализ состава прибыли. | | | | 6 | ПК 2.3, ПК 2.4,  ПК 2.9;  ОК 1 – ОК 12 |
| 2. | | | Факторный анализ прибыли от продаж. | | | |
| 3. | | | Система показателей рентабельности. | | | |
| 4. | | | Факторный анализ рентабельности. | | | |
| 5. | | | Резервы увеличения прибыли, повышения рентабельности. | | | |
| **Практические занятия** | | | | | | | 2 | ПК 2.3, ПК 2.4,  ПК 2.9;  ОК 1 – ОК 12 |
| 1. | | | Анализ влияния факторов на прибыль от продаж и рентабельность. | | | |
| **Тема 2.8 *Оценка финансового состояния и деловой активности организации*** | **Содержание учебного материала** | | | | | | | **20** |  |
| 1. | | | Задачи, основные направления и информационное обеспечение анализа финансового состояния предприятия. | | | | 8 | ПК 2.9;  ОК 1 – ОК 12 |
| 2. | | | Экспресс-анализ финансового состояния. | | | |
| 3. | | | Анализ структуры бухгалтерского баланса (агрегированный баланс). | | | |
| 4. | | | Анализ имущества организации. | | | |
| 5. | | | Анализ источников формирования имущества. | | | |
| 6. | | | Анализ финансового состояния организации. | | | |
| 7. | | | Анализ источников формирования запасов и затрат. | | | |
| 8. | | | Типы финансовой устойчивости организации. | | | |
| 9. | | | Расчёт коэффициентов, характеризующих финансовую устойчивость. | | | |
| 10. | | | Анализ ликвидности баланса. | | | |
| 11. | | | Группировка активов и пассивов баланса. | | | |
| 12. | | | Платёжный баланс. | | | |
| 13. | | | Расчёт текущей и перспективной ликвидности. | | | |
| 14. | | | Расчёт коэффициентов ликвидности. | | | |
| 15. | | | Рейтинговая оценка организации. | | | |
| 16. | | | Анализ деловой активности. | | | |
| 17. | | | Оценка структуры, состава и динамики собственных оборотных средств. | | | |
| 18. | | | Анализ дебиторской и кредиторской задолженности. | | | |
| 19. | | | Анализ движения капитала. | | | |
| 20. | | | Анализ движения денежных средств. | | | |
| 21. | | | Анализ прогнозирования возможного банкротства организации. | | | |
| **Практические занятия** | | | | | | | 12 | ПК 2.9;  ОК 1 – ОК 12 |
| 1. | | | Составление агрегированного баланса. Анализ имущества и источников формирования имущества. | | | |
| 2. | | | Анализ финансовой устойчивости организации. | | | |
| 3. | | | Расчёт коэффициентов финансовой устойчивости. | | | |
| 4. | | | Анализ ликвидности баланса и платёжеспособности организации. | | | |
| 5. | | | Расчёт коэффициентов ликвидности. Рейтинговая оценка организации. | | | |
| 6. | | | Анализ деловой активности. | | | |
| **Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ****02.**  Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы, работа с Интернет-ресурсами.  Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчётов и подготовка к их защите.  Решение задач. | | | | | | | | **45** |  |
| **Тематика домашних заданий**   1. Поиск и обработка информации (по заданию). 2. Конспектирование учебников и учебных пособий. 3. Составление таблицы: «Классификация видов экономического анализа» 4. Подготовка докладов и рефератов по темам:  * Методы прогнозирования возможного банкротства (несостоятельности) организации  1. Задачи по различным темам:  * Решение задач способом цепных подстановок и арифметических разниц * Решение задач «Анализ ритмичности продаж» * Решение задач «Факторный анализ реализации продукции» * Решение задач «Анализ выполнения плана и динамики розничного товарооборота» * Решение задач «Анализ структуры и движения основных средств» * Решение задач «Анализ эффективности использования основных средств» * Решение задач «Расчет и анализ показателей товарооборота и товарооборачиваемости». * Решение задач «Факторный анализ использования товарных ресурсов» * Решение задач «Анализ использования рабочего времени» * Решение задач «Анализ динамики фонда оплаты труда» * Решение задач «Анализ эффективности использования фонда оплаты труда» * Решение задач «Анализ обеспеченности и эффективности использования трудовых ресурсов» * Решение задач «Расчет и анализ издержек обращения». * Решение задач «Факторный анализ издержек обращения» * Решение задач «Расчет и анализ резервов снижения издержек обращения» * Решение задач «Анализ динамики валового дохода, прибыли и рентабельности» * Решение задач «Факторный анализ прибыли и рентабельности» * Решение задач «Анализ финансовых результатов деятельности» * Решение задач «Анализ показателей финансовой устойчивости организации» * Решение задач «Анализ деловой активности» * Решение задач «Расчет и анализ финансовых коэффициентов»  1. Разработка мероприятий по использованию выявленных резервов повышения эффективности работы организации. | | | | | | | |
| ***Промежуточная аттестация в виде экзамена*** | | | | | | | | | |
| **ПМ 02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности** | | | | | | | |  |  |
| **МДК. 02.03. Маркетинг** | | | | | | | | **189** |  |
| Введение. Понятие и сущность маркетинга. | | **Содержание учебного материала** | | | | | |  |  |
| **Введение. Понятие и сущность маркетинга.**  Маркетинг как экономическая категория. Определение маркетинга. История и эволюция маркетинговой концепции. | | | | | | 2 | ПК 2.5 – ПК 2.8,  ОК 1 – ОК 12 |
| **Цели и задачи маркетинга. Основные сферы применения маркетинга.**  Цели и задачи маркетинга. Восемь состояний спроса и соответствующие им задачи маркетинга; основные сферы применения маркетинга. | | | | | | 2 |
| ***Внеаудиторная самостоятельная работа***  Подготовить сообщение на тему: «Возникновение маркетинга и его эволюция» | | | | | |  |
| Тема 1. Комплекс маркетинга 4 Р. | | **Содержание учебного материала** | | | | | |  |  |
| Классический комплекс маркетинга: товар, цена, распределение (сбыт), стимулирование (продвижение товара): понятие назначение. | | | | | | 2 | ПК 2.5 – ПК 2.8,  ОК 1 – ОК 12 |
| ***Внеаудиторная самостоятельная работа***  подготовить сообщение на тему: «Структура маркетинговой деятельности». | | | | | |  |
| Тема 2. Окружающая среда маркетинга | | **Содержание учебного материала** | | | | | |  |  |
| **Основные элементы окружающей среды фирмы.**  Маркетинговая среда фирмы (микросреда, медиасреда, макросреда), факторы макросреды (демографические, социально-экономические, политические, природно-географические, научно-технические, культурно-исторические). | | | | | | 2 | ПК 2.5 – ПК 2.8,  ОК 1 – ОК 12 |
| **Маркетинг как сфера деятельности фирмы.**  Функциональная структура маркетинговой службы. Товарная структура маркетинговой службы. Региональная структура маркетинговой службы. | | | | | | 2 |
| **Тематика практических занятий** | | | | | |  |
| 1 | | | Комплекс маркетинга 4 «Р». | | | 2 |
| 2 | | | Анализ окружающей среды предприятия торговли. | | | 2 |
| Тема 3. Объекты маркетинговой деятельности. | | **Содержание учебного материала** | | | | | |  |  |
| **Потребности как объекты маркетинга:** понятие. Уровни потребностей: нужда, обмен, сделка, потребность, товар, запрос и спрос. Определение понятий, их общность и различия. | | | | | | 2 | ПК 2.5 – ПК 2.8,  ОК 1 – ОК 12 |
| **Классификация потребностей:** физиологические, социальные, психические, интеллектуальные и духовные: приоритетность потребностей. | | | | | | 2 |
| **Виды спроса, их краткая характеристика.**  Маркетинговые мероприятия при разных видах спроса. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий. | | | | | | 2 |
| **Тематика практических занятий** | | | | | |  |
| 3 | | | | | **Методика проведения опроса потребителей по выявлению потребностей**. | 2 |
| Тема 4. Субъекты маркетинговой деятельности | | **Содержание учебного материала** | | | | | |  |  |
| **Субъекты маркетинговой деятельности юридические и физические лица.**  **Службы и отделы маркетинга в организациях, специализированные маркет инговые организации (фирмы). Положение об отделе маркетинга. Требования к специалисту по маркетингу. Нормативные документы, регламентирующие указанные требования. Организационная структура управления маркетингом: функциональная, товарно -функциональная, рыночно - функциональная и др. Взаимосвязь отдела маркетинга с руководством, другими структурными подразделениями организации. Международные и национальные организации по маркетингу** | | | | | | 2 | ПК 2.5 – ПК 2.8,  ОК 1 – ОК 12 |
| **Субъекты маркетинговой деятельности 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.** | | | | | | 2 |
| Тема 5. Основы товарной политики и планирования продукции | | **Содержание учебного материала** | | | | | |  |  |
| **Понятие товара в маркетинге. Виды классификации товаров.**  Понятие товара в маркетинге. Классификация товаров и услуг. | | | | | | 2 | ПК 2.5 – ПК 2.8,  ОК 1 – ОК 12 |
| **Методы создания новых товаров.**  Методы создания новых товаров. Процесс создания новых товаров. | | | | | | 2 |
| **Использование товарных марок и упаковок.**  Подход к фирме к присвоению марочных названий. | | | | | | 2 |
| **Жизненный цикл товара.**  Задачи маркетинга на каждом этапе жизненного цикла. | | | | | | 2 |
| **Тематика практических занятий** | | | | | |  |
| 4 | | | Разработка товарных знаков и марок. | | | 2 |
| 5 | | | Определение этапа жизненного цикла товара и разработка маркетинговых мероприятий. | | | 2 |
| 6 | | | Составление схемы жизненного цикла товаров | | | 2 |
|  | | | ***Внеаудиторная самостоятельная работа***  Составление опорного конспекта на тему «Сравнительная характеристика методов изучения спроса по назначению, возможностям и недостаткам» | | |  |
| Тема 6. Рынок и рыночные показатели | | **Содержание учебного материала** | | | | | |  |  |
| **Понятие рынка, его виды и принципы функционирования.**  Понятие рынка, рынок покупателя и рынок продавца, субъекты рынка и рыночной экономики, виды рынков. | | | | | | 2 | ПК 2.5 – ПК 2.8,  ОК 1 – ОК 12 |
| **Рыночные показатели, их содержание и основное назначение.**  Рыночные показатели, исследование конъюнктуры рынка, показатели конъюнктуры, прогнозирование конъюнктуры рынка. | | | | | | 2 |
| **Тематика практических занятий** | | | | | |  |
| 7 | | | Первичный анализ рынка. | | | 2 |
|  | | | ***Внеаудиторная самостоятельная работа***  Составить глоссарий основных терминов и определений по теме: «Рынок как условие и экономическая основа маркетинга» | | |  |
| Тема 7. Сегментация рынка | | **Содержание учебного материала** | | | | | |  |  |
| **Основные принципы сегментации потребительского рынка.**  Процесс сегментации рынка. Критерии сегментации рынков потребительских товаров (географический, демографический, психографический, поведенческий) | | | | | | 2 | ПК 2.5 – ПК 2.8,  ОК 1 – ОК 12 |
| **Особенности сегментации рынка товаров промышленного назначения.**  Выбор целевых сегментов рынка, подходы к определению и удовлетворению целевых сегментов (массовый маркетинг, целевой маркетинг, дифференцированный маркетинг), планирование товара на рынке. | | | | | | 2 |
| **Тематика практических занятий** | | | | | |  |
| 8 | | | | Признаки сегментации рынка. | | 2 |
| Тема 8. Поведение покупателей на рынке | | **Содержание учебного материала** | | | | | |  |  |
| **Потребительский рынок и поведение на нем покупателей.**  Потребительский рынок, поведение потребителей, модель покупательского поведения, побудительные факторы маркетинга ( экономические, политические, социальные, культурные, национальные, психологические, личностные) теории мотивации, процесс принятия решения о покупке. | | | | | | 2 | ПК 2.5 – ПК 2.8,  ОК 1 – ОК 12 |
| **Рынок предприятий. Поведение потребителей промышленных товаров.**  Рынок предприятий ( рынок товаров промышленного назначения, рынок промежуточных продавцов, рынок потребления), особенности поведения покупателей на рынке товаров промышленного назначения. | | | | | | 2 |
| **Моделирование поведения потребителей.**  Процесс моделирования конечного потребителя. Виды моделирования поведения потребителя-организации. Моделирование потребительского поведения на финансовом рынке. | | | | | | 2 |
| **Тематика практических занятий** | | | | | |  |
| 9 | | Анализ поведения потребителей при совершении покупки. | | | | 2 |
|  | | ***Внеаудиторная самостоятельная работа***  Подготовить сообщение по темам: «Обязанности продавца и права потребителей» по федеральному закону «О защите прав потребителей»;  Подготовить реферат на тему: "Риски покупателей". | | | |  |
| Тема 9. Конкуренция и конкуренты | | **Содержание учебного материала** | | | | | |  |  |
| **Понятие и виды конкуренции.**  Понятия и виды конкуренции; ценовая и неценовая конкуренция; конкурентные структуры рынка ( монополия, олигополия, монополистическая конкуренция, чистая конкуренция). | | | | | | 2 | ПК 2.5 – ПК 2.8,  ОК 1 – ОК 12 |
| **Стратегии конкурентов.**  Стратегия конкурентов; ключевые факторы успеха. | | | | | | 2 |
| **Конкурентоспособность организаций и товаров**.  Понятие конкурентоспособности; параметры, характеризующие уровень конкурентоспособности. | | | | | | 2 |
| **Моделирование показателей конкурентоспособности.**  Моделирование показателей конкурентоспособности. Управление конкурентоспособностью. | | | | | | 2 |
| **Тематика практических занятий** | | | | | |  |
| 10 | | | | | Оценка конкурентоспособности организации и товаров и установление её конкурентных преимуществ. | 2 |
| 11 | | | | | Анализ конкурентоспособности товара и фирмы. | 2 |
| Тема 10. Ценовая политика в условиях рынка | | | **Содержание учебного материала** | | | | |  |  |
| **Понятие и сущность цены. Виды цен.**  Понятие и сущность цены. Виды цен. Связь цены с другими факторами маркетинга; специфика мировых цен; мировые базисные цены; факторы, влияющие на решения по ценам. | | | | | 2 | ПК 2.5 – ПК 2.8,  ОК 1 – ОК 12 |
| **Влияние цены на спрос и предложение.**  Ценовая и неценовая конкуренция; эластичность спроса по ценам. | | | | | 2 |
| **Общие подходы к ценообразованию.**  Особенности ценообразования на различных типах рынка; методы расчета исходной цены. | | | | | 2 |
| **Тематика практических занятий** | | | | |  |
| 12 | | | | Ценовая политика предприятия (решение ситуационных задач) | 2 |
|  | | | | ***Внеаудиторная самостоятельная работа***  составить кроссворд по теме: «Ценовая политика предприятия |  |
| Тема 11. Маркетинговые исследования рынка | | | **Содержание учебного материала** | | | | |  |  |
| **Маркетинговая информация.**  Понятие маркетинговой информации; система маркетинговой информации – система внутрифирменной отчетности; система внешней текущей информации. | | | | | 2 | ПК 2.5 – ПК 2.8,  ОК 1 – ОК 12 |
| **Процесс маркетинговых исследований.**  Определение потребности в проведении маркетинговых исследований: этапы и процедуры, их краткая характеристика. Определение потребности в проведении маркетинговых исследований и обоснование их необходимости. | | | | | 2 |
| **Система маркетинговых исследований.**  Система анализа маркетинговой информации; цели маркетинговых исследований; первичная и вторичная информация; методы получения первичной информации; анкетирование; процедуры и средства проведения опросов. | | | | | 2 |
| **Тематика практических занятий** | | | | |  |
| 13 | | | | Разработка и составление анкеты для проведения анализа спроса. | 2 |
| 14 | | | | Маркетинговая информационная система. | 2 |
| ***Внеаудиторная самостоятельная работа***  Подготовка сообщений на тему: Анализ цен на товар (конкретный) в торговых сетях города". | | | | |  |
| Тема 12. Аналитические инструменты маркетинговых исследований | | | **Содержание учебного материала** | | | | |  | ПК 2.5 – ПК 2.8,  ОК 1 – ОК 12 |
| **Методология маркетингового аудита как способа оценки эффективности маркетинговой деятельности.**  Задачи маркетингового аудита. Принципы результативности маркетингового аудита. Объекты маркетингового аудита. Этапы процесса маркетингового аудита. | | | | | 2 |
| **Методика Тематика практических занятий**  Объект SWOT-анализа. Процесс SWOT-анализа. Процедура матричного формата SWOT-анализа. | | | | | 2 |
| **Конкурентный анализ.**  Компоненты конкурентного анализа. Типичные информационные  блоки конкурентного анализа | | | | | 2 |
| **Метод «слепых зон» в процессе сбора конкурентной информации.**  Источники слепых зон. Уровни слепых зон. | | | | | 2 |
| **Анализ уровня качества услуг.**  Критерии оценки качества услуг. Оценка качества услуг. | | | | | 2 |
| **Методы оценки нововведений.**  Социологические факторы. Факторы делового риска. Факторы анализа спроса. Шкала факторов признания на рынке. Шкала факторов конкуренции. | | | | | 2 |
| **Аудит маркетинга методом 4P.**  Перечень показателей для анализа маркетинговой деятельности методом 4P. | | | | | 2 |
| **Тематика практических занятий** | | | | |  |
| 15 | | | | SWOT-анализ организации. | 4 |
| Тема 13. Стратегическое маркетинговое планирование и контроль | | | **Содержание учебного материала** | | | | |  |  |
| **Стратегическое планирование.**  Стратегическое планирование и его основные этапы; пирамида принятия стратегических решений; альтернативные маркетинговые решения. | | | | | 2 | ПК 2.5 – ПК 2.8,  ОК 1 – ОК 12 |
| **Планирование маркетинга.**  Разработка плана маркетинга. | | | | | 2 |
| **Маркетинговый контроль.**  Показатели по которым осуществляется маркетинговый контроль. Ревизия маркетинга и основные этапы ее проведения. | | | | | 2 |
| Тема 14. Сбытовая политика | | | **Содержание учебного материала** | | | | |  |  |
| **Сбытовая политика. Методы сбыта товаров.**  Основные понятия: сбыт, распределение товаров, реализация, сбытовая политика  Цели, задачи и методы сбыта товаров. | | | | | 2 | ПК 2.5 – ПК 2.8,  ОК 1 – ОК 12 |
| **Каналы распределения товаров.**  Каналы распределения товаров и их функции. Факторы влияющие на выбор каналов распределения. Вертикальные и горизонтальные маркетинговые системы распределения. Многоканальные маркетинговые системы распределения. | | | | | 2 |
| **Товародвижение.**  Товародвижение. Элементы системы товародвижения. | | | | | 2 |
| **Торговые посредники: типы и виды.**  Оптовая и розничная торговля. | | | | | 2 |
| **Формирование спроса и стимулирование сбыта**: **виды, назначение, методы.**  Методы изучения рынка. Назначение, разновидности методов  Методика проведения наблюдений и опросов, виды и разновидности опросов Сущность системы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОССТИС); | | | | | 2 |
| **Формирование спроса и стимулирование сбыта: преимущества, недостатки.**  Методы и средства стимулирования сбыта, виды, характеристика  Приемы и методы стимулирования продавцов, посредников и покупателей | | | | | 2 |
| **Тематика практических занятий** | | | | |  |
| 16 | | | | Установление уровней каналов распространения товаров, оценка сбытовой политики | 2 |
|  | | | | ***Внеаудиторная самостоятельная работа***  Подготовить реферат на тему: "Сбытовая политика фирмы".  Подготовить доклад на тему: Розничная и оптовая торговля как основные каналы сбыта. |  |
| Тема 15. Коммуникационная политика предприятия | | | **Содержание учебного материала** | | | | |  |  |
| **Коммуникации в маркетинге.**  Понятие «продвижение товаров». Основные задачи фирмы при организации системы маркетинговых коммуникаций. | | | | | 2 | ПК 2.5 – ПК 2.8,  ОК 1 – ОК 12 |
| **История возникновения и тенденции развития рекламы в России и за рубежом.**  Особенности рекламы В Древнем Египте, Греции, Риме. Настенные рекламные надписи. Эмблема и клеймо как прообраз товарного знака. Глашатаи – передатчики устной рекламы. Реклама в средневековой Европе. Рукописные рекламные объявления. Реклама в период перехода от феодализма к капитализму. Реклама в условиях конкуренции. Световые вывески начала ХХ века в США.  История отечественной рекламы. Реклама в Древней Руси. Функции зазывал, первые живописные вывески, печатные объявления. Народные рекламные картинки (лубки). Первые рекламные каталоги. | | | | | 2 |
| **Российская реклама ХIХ века:** рекламные издания и конторы, скрытая реклама, фотоиллюстрации, девизы и заголовки, календари, сувениры, реклама на маркировке товара. Реклама на российских ярмарках. Реклама в период социализма. Современное состояние рекламного дела и тенденции его развития. Перспективные направления рекламной деятельности в России и за рубежом. | | | | | 2 |
| **Реклама и её роль в коммуникационной политике предприятия.**  Рекламная деятельность. Определение рекламы. Специфические особенности рекламы. | | | | | 2 |
| **Планирование рекламной компании.**  Этапы планирования рекламной компании. Планирование рекламного бюджета. Каналы распространения рекламы. | | | | | 2 |
| **Законодательное регулирование рекламной деятельности.**  Контроль за соблюдение законодательства РФ о рекламе. | | | | | 2 |
| **Авторское право в рекламной деятельности.** Особенности рекламы отдельных видов товаров и услуг, в том числе финансовых, страховых, инвестиционных, товаров для детей, медицинских товаров и др. Контрреклама. Государственное  регулирование рекламной деятельности. Ответственность за нарушение российского и международного законодательства по рекламе. Защита прав потребителей от недобросовестной рекламы. | | | | | 2 |
| **Профессиональные кодексы этики.**  Правовое регулирование рекламной деятельности за рубежом. Международный кодекс рекламной практики: основные принципы и нормы. | | | | | 2 |
| **Эффективность рекламы**: понятие, сущность. 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 |
| **Критерии социальной эффективности рекламы**: переориентация  потребителей на социально значимые товары и услуги, предотвращение рисков и опасностей, обеспечение безопасности потребителей и окружающей среды.  Методы прогнозирования эффективности рекламы. Корректирующие мероприятия на основе анализа эффективности рекламы | | | | | 2 |
| **Рекламная акция и компания**: понятие, цели, задачи, сущность. Сфера применения ( целевые группы и область). Организация рекламных акций и компаний, выбор объекта, планирование этапов и средства рекламы, формирование бюджета, разработка стратегии. Подготовка участников рекламной акции и компании | | | | | 2 |
| **Средства рекламы:** печатная, живописная, световая, внешняя, витринная и внутримагазинная, их содержание, назначение и характеристика | | | | | 2 |
| **Виды товарной рекламы** по характеру рекламного сообщения: уведомительная, увещевательная, напоминающая, сравнительная, убеждающая, подкрепляющая. | | | | | 2 |
| **Классификация средств рекламы.**  Средства распространения рекламы: понятие, классификация. Элементы рекламы ( текст, изображение, свет, звук, шрифт), характеристика и использование. | | | | | 2 |
| **Разработка рекламного сообщения.**  Правила создания рекламного солгана. Особенности составления рекламных текстов. | | | | | 2 |
| **Перспективные средства рекламы , виды, характеристика.**  Реклама в интернете: носители, требования к созданию, приёмы оформления, особенности использования. | | | | | 2 |
| **Участие в выставках и ярмарках** | | | | | 2 |
| **Личная продажа** | | | | | 2 |
| **Пиар и пропаганда** | | | | | 2 |
| **Товарный знак и его сущность.** **Упаковка и маркировка товара.** | | | | | 2 |
| **Тематика практических занятий** | | | | |  |
| 17 | | | | Организация рекламной кампании, выбор средств, составление рекламных текстов на товары вашей фирмы. | 4 |
| 18 | | | | Изучение законодательных актов, регулирующих рекламную деятельность | 2 |
| 19 | | | | Подготовка рекламного письма. | 2 |
| 20 | | | | Средства распространения рекламы. | 2 |
|  | | | | ***Внеаудиторная самостоятельная работа***  Составить презентацию сообщения на тему «История рекламы»  Подготовить доклад на тему: Реклама как элемент системы продвижения товаров.  Подготовить сообщение на тему: "Стимулирование продаж".  Подготовить реферат на тему: Ярмарки и выставки как форма маркетинговых коммуникаций. |  |
| Тема 16. Планирование маркетинговой деятельности. | | | **Содержание учебного материала** | | | | |  |  |
| **План маркетинга как составная часть бизнес плана предприятия.**  Бизнес план – определение. Структура бизнес плана. | | | | | 2 | ПК 2.5 – ПК 2.8,  ОК 1 – ОК 12 |
| **Планирование маркетинга на предприятии.**  Процесс разработки плана. Цель разработки плана. Основные компоненты маркетингового плана. | | | | | 2 |
| **Базисные стратегии развития бизнеса.**  Уровни стратегии развития бизнеса. Матрица И. Ансоффа «товар — рынок». Преимущества и недостатки матрицы И. Ансоффа. | | | | | 2 |
| **Тематика практических занятий** | | | | |  |
| 21 | | | | Структура бизнес плана. | 4 |
| Тема 17. Анализ маркетинговой деятельности организации | | | **Содержание учебного материала** | | | | |  |  |
| Задачи анализа маркетинговой деятельности. | | | | | 2 | ПК 2.5 – ПК 2.8,  ОК 1 – ОК 12 |
| Анализ спроса на продукцию и формирование портфеля заказчика. | | | | | 2 |
| Оценка риска невостребованной продукции. | | | | | 2 |
| Анализ рынков сбыта продукции. | | | | | 2 |
| Анализ ценовой политики организации. | | | | | 1 |
| **Тематика практических занятий** | | | | |  |
| 22 | | | | Анализ ценовой политики организации | 2 |
| **Учебная практика**  **Виды работ**   * 1. Маркетинговые коммуникации.   2. Проведение маркетинговых исследований рынка.   3. Сбытовая политика организации.   4. Ознакомление с видами и методами изучения покупательского спроса на предприятии   5. Реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с коньюктурой рынка.   6. Участие в проведении рекламных акций, компаний, других маркетинговых коммуникаций,   проведенных в организации в течение года. | | | | | | | | 36 |  |
| **Производственная практика****(по профилю специальности)**  **Виды работ**   1. Миссия и цели предприятия. 2. Выявление потребностей (спроса) на товары и соответствующих типов маркетинга. 3. Реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка. 4. Участие в проведении рекламных акций, кампаний, других маркетинговых коммуникаций, проводимых в организации. 5. Анализ маркетинговой среды. 6. Сегментирование рынка. | | | | | | | | 36 |  |
| **Всего** | | | | | | | |  |  |
| ***Промежуточная аттестация в виде экзамена*** | | | | | | | |  |  |

**Тематический план учебной практики УП.02 по ПМ.02**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Разделы (этапы) учебной практики** | **Виды работ учебной практики** | **Кол-во часов** |
| 1 | Маркетинговые коммуникации | Содержание | 6 |
| 1. Решение ситуационных задач  2. Расчет затрат на осуществление маркетинговых коммуникации  3. Преимущества и недостатки основных средств распространения рекламы  4. **Расчет эффективности рекламной деятельности.** | 6 |
| 2 | Проведение маркетинговых исследований | Содержание | 6 |
| 1. **Разработать анкету по проведению опроса потребителей**  **2.** Решите задачи по определению емкости рынка на основе  вторичной информации.  3 Составьте список первичных и вторичных источников маркетинговой информации. | 6 |
| 3 | Сбытовая политика организации | Содержание | 6 |
| 1. Методы распространения товаров.  2. Решение ситуационных задач. | 6 |
| 4 | Ознакомление с видами и методами изучения покупательского спроса | Содержание |  |
| Видами и методами изучения покупательского спроса | 6 |
| 5 | Реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с коньюктурой рынка | Содержание |  |
| Определение коньюктуры рынка. | 6 |
| 6 | Проведение рекламных акций, компаний, других маркетинговых коммуникаций | Содержание |  |
| Планирование рекламной компании.  Товарный знак и его сущность | 4 |
| 7 | Дифференцированный зачёт | Содержание | 2 |
| Защита индивидуальных заданий | 2 |
|  | **Итого** |  | **36** |

**Тематический план производственной практики ПП.02 по ПМ.02**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Разделы (этапы) производственной практики** | **Виды работ производственной практики** | **Кол-во часов** |
| 1 | Миссия и цели предприятия | Содержание | 6 |
|  | 6 |
| 2 | Выявление потребностей (спроса) на товары и соответствующих типов маркетинга. | Содержание | 6 |
| 1.Ознакомление с видами и методами изучения покупательского спроса на предприятии.  2.Определение вида и характера спроса на товары разных поставщиков, относящихся к одному виду (не менее 10 товаров).  3.Проведение анализа факторов, влияющих на спрос.  4. Проведение опросов потребителей для выявления предпочтений разных товаров. |  |
| 3 | Реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка | Содержание | 6 |
| 1.Ознакомление со сбытовой политикой организации и каналами распределения.  2.Участие в реализации сбытовой политики организации.  3.Ознакомление со стратегиями ценообразования на различные товары. Реализация стратегий ценообразования в организации.  4.Выявление мероприятий по стимулированию потребителей и персонала. Реализация мероприятий по стимулированию потребителей. | 6 |
| 4 | Участие в проведении рекламных акций, кампаний, других маркетинговых коммуникаций, проводимых в организации. | Содержание | 6 |
| 1.Составление проекта рекламных акций.  2.Участие в проведении рекламных акций и кампаний. Участие в организации рекламы в местах продаж. Участие в выставках – продажах или дегустациях, или демонстрациях товаров.  3.Проведение консультаций покупателей для проведения товаров и услуг.  4.Обоснование целесообразности выбора и применения маркетинговых коммуникаций. | 6 |
| 5 | Анализ маркетинговой среды. | Содержание | 6 |
| 1. Анализ внутренней (выявление структурных подразделений, осуществляющих маркетинговую деятельность), социально – экономической (по уровню доходов, анализ суммы покупок), демографической (методом наблюдения по полу и возрасту), конкурентной (их количество, составление перечня конкурентных преимуществ организации) среды организации.  2.Оценка конкурентоспособности товаров по объёму продаж, потребительским и экономическим показателям. | 6 |
| 6 | Сегментирование рынка. | Содержание | 4 |
| Просегментировать рынок (выбрать и обосновать критерии сегментации, описать полученные сегменты, выбрать целевой сегмент). | 4 |
| 7 | Дифференцированный зачёт | Содержание | 2 |
| Защита индивидуальных заданий | 2 |
|  | **Итого** |  | **36** |

**4 условия реализации программы ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебных кабинетов: «Финансы, налоги и налогообложение»; «Анализ финансово-хозяйственной деятельности»; «Маркетинг».

**Оборудование учебного кабинета «Финансы, налоги и налогообложение»:**

* посадочные места по количеству обучающихся;
* рабочее место преподавателя;
* комплект учебно-наглядных пособий по дисциплине;
* комплект учебно-методической документации (учебники и учебные пособия, сборники задач и упражнений, карточки-задания, комплекты тестовых заданий).

**Технические средства обучения:**

Аудио-, видео-, проекционная аппаратура, экран настенный.

**Оборудование учебного кабинета «Анализ финансово-хозяйственной деятельности»:**

* рабочее место преподавателя;
* посадочные места для обучающихся;

**Наглядные и технические средства обучения:**

* ноутбуки, модем, ММП, экран настенный;
* мультимедийные презентации;
* микрокалькуляторы;
* стенды;
* комплект учебно-методической документации;
* комплект инструкционных карт;
* бланки форм бухгалтерской (финансовой) отчётности;
* карточки с заданиями.

**Оборудование учебного кабинета «**Маркетинг**»:**

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную производственную практику, которую рекомендуется проводить на профильных предприятиях.

**4.2 Информационное обеспечение обучения**

**Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

**Основные источники**

**Учебники:**

1. Барышев, А.Ф.Маркетинг: учебник /А.Ф. Барышев. – М.: Академия ИЦ, 2005. - 224 с.
2. Басовский, Л.Е. Маркетинг : учеб. для студ. среднего проф. образования и вузов / Л.Е. Басовский – М.: «Инфра-М», 2010. – 219 с.
3. Блоусова, С.Н. Маркетинг: учеб. пособие / С.Н. Белоусова. – Ростов н/Д: Феникс, 2009. - 381 с.
4. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс: учеб. для студ. вузов и среднего проф. образования / Ф. Котлер. – М.: Вильямс, 2006. – 656 с.
5. Мурахтанова Н.М., Еремина Е.И. Маркетинг: учебник для сред.проф.образования. – М.: Издательский центр "Академия", 2014. - 304 с.
6. Пястолов С.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник для студентов учреждений среднего профессионального образования/ –14-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2017 – 384 с.
7. Скворцов О.В. Налоги и налогообложение. М., Академия, 2014, 272с.
8. Скворцов О.В. Налоги и налогообложение. Практикум. М., Академия, 2014, 208с.
9. Чечевицына Л. Н., Чечевицын К. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник/ – Изд. 6-е, перераб. – Ростов н/Д: Феникс, 2017. – 368 с. – (Среднее профессиональное образование).
10. Янин, О.Е. Финансы, денежное обращение и кредит [Текст]: учебник для студ. учреждений сред.проф. образования / О.Е. Янин. – 10-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2014 – 256 с.

**Дополнительные источники:**

1. Нешитой, А.С. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник / А.С. Нешитой. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 640 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01394-
2. То же [Электронный ресурс]. - URL: [http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495802](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=495802)
3. Кузнецова, Е.И. Финансы. Денежное обращение. Кредит : учебное пособие / Е.И. Кузнецова. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 688 с. - ISBN 978-5-238-02204-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118187>
4. Федеральный закон от 02.12.1990 N 395-1 (ред. от 26.07.2017) "О банках и банковской деятельности"
5. Федеральный закон от 19.12.2016 N 415-ФЗ (ред. от 01.07.2017) "О федеральном бюджете на 2017 год и на плановый период 2018 и 2019 годов"
6. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 N 145-ФЗ (ред. от 30.09.2017)
7. Савицкая Г.В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия. Учебник/ – Инфра-М, 2016. – 608 с. – (Высшее образование. Бакалавриат).
8. Фридман А.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник/ – Инфра-М, 2019. – 264 с. – (Среднее профессиональное образование).

**Периодические издания:**

***Газеты:***

1. Финансовая газета.
2. Экономика и жизнь.

***Журналы:***

1. Главбух.
2. Налоги и налогообложение.
3. Популярные финансы.
4. Финансы и кредит.

**Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины:**

1. Материалы сайта «Официального сайта «Центрального банка РФ»» [Электронный ресурс] – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <https://www.cbr.ru/>
2. Материалы сайта «Официальный сайт «Министерства финансов РФ» [Электронный ресурс] – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <https://www.minfin.ru/>
3. Материалы сайта «Официальный сайт «Счётной палаты РФ»» [Электронный ресурс] – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.ach.gov.ru/>
4. Материалы сайта «Официальный сайт «Казначейства России»» [Электронный ресурс] – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.roskazna.ru/>
5. Всем, кто учится. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – <http://www.alleng.ru/>
6. Кодексы и Законы Российской Федерации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – <http://www.zakonrf.info/>
7. Официальный сайт Федеральной налоговой службы России [Электронный ресурс]. – Режим доступа – <http://www.nalog.ru/rn52/>
8. Пособие. Финансовый анализ на предприятии. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – <http://www.dist-cons.ru/modules/fap/index.html>
9. Учет. Налоги. Право. Еженедельная профессиональная газета. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – <http://www.gazeta-unp.ru/>
10. Федеральный образовательный портал. Экономический портал. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – <http://institutiones.com/>
11. Формы, образцы, бланки документов бухгалтерской отчетности и налогового учета. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – <http://www.garant.ru/doc/forms/>
12. Энциклопедия Экономиста! [Электронный ресурс]. – Режим доступа – <http://www.grandars.ru/>

**Электронные справочные системы**

1. Справочно-правовая система «Консультант Плюс».
2. Справочно-правовая система «Гарант»

**4.3 Общие требования к организации образовательного процесса**

Занятия должны проводиться в оснащённых кабинетах. При работе над докладами, рефератами, практическими занятиями, решениями задач обучающимся оказываются консультации. Обязательным условием допуска к учебной и производственной практикам в рамках профессионального модуля «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» является полное освоение учебного материала.

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную учебную и производственную практики, которые проводятся концентрированно. Производственная практика проводится в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

**4.4 Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам):

наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю профессионального модуля «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» и специальности «Коммерция (по отраслям)».

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой:

Инженерно-педагогический состав: дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов.

Нет нашей литературы

**5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля (вида профессиональной деятельности)**

Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля осуществляется преподавателями в процессе освоения материала: опросы в устной и письменной форме, промежуточное тестирование, самостоятельная работа студентов. В качестве форм и методов текущего контроля используются устные и письменные опросы, защита практических работ, решение производственных ситуаций, тестирование, презентации проектов и др.

Формы и методы промежуточной аттестации и текущего контроля по профессиональному модулю доводятся до сведения обучающихся не позднее двух месяцев от начала обучения по ППССЗ.

Для промежуточной аттестации и текущего контроля образовательной организацией созданы комплексы оценочных средств (КОС): контрольные задания и методические указания для студентов по подготовке к практическим занятиям, рабочие тетради, сборники тестовых заданий, задачники, практикумы, учебно-методические пособия и др. Данные КОС включают в себя педагогические контрольно-измерительные материалы, предназначенные для определения соответствия (или несоответствия) индивидуальных образовательных достижений основным показателям оценки результатов.

Планируемые формы и методы контроля и оценки результатов обучения предусматривают у обучающихся анализ сформированности общих и профессиональных компетенций, знаний и умений

**Формы промежуточной аттестации**

**по ПМ 04. Составление и использование бухгалтерской (финансовой) отчетности**

**(в соответствии с рабочим планом учебного процесса)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Профессиональный модуль, элементы модуля** | **Формы промежуточной аттестации** |
| МДК.02.01 Финансы, налоги и налогообложение | *Экзамен по МДК.02.01.* – 2 семестр 2 курс |
| МДК.02.02 Анализ финансово-  хозяйственной деятельности | *Экзамен по МДК.02.02.* – 2 семестр 3 курс |
| МДК.02.03 Маркетинг | *Экзамен по МДК.02.03.* – 2 семестр 3 курс |
| УП.02 Учебная практика | *Комплексный дифференцированный зачет* –  2 семестр 3 курс |
| ПП.02 Производственная практика |
| ПМ. 02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности | **Экзамен (квалификационный)** |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Результаты**  **(освоенные профессиональные компетенции)** | **Основные показатели оценки результата** | **Формы и методы контроля и оценки** |
| ПК 2.1 Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей), участвовать в их инвентаризации | * Умение формировать оборотные средства предприятия и источники их финансирования, рассчитывать потребность в оборотных средствах предприятия и показатели эффективности использования основных и оборотных средств предприятия | экспертная оценка на практических занятиях;  устный опрос;  тестирование; экспертная оценка письменных работ; самоконтроль;  экспертная оценка выполнения работ на учебной и производственной практиках  ***Экзамен*** |
| ПК 2.2 Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем | * Умение рассчитывать налоговую базу, сумму налогов и заполнять формы расчета с помощью автоматизированных систем | экспертная оценка на практических занятиях;  устный опрос;  тестирование; экспертная оценка письменных работ; самоконтроль;  экспертная оценка выполнения работ на учебной и производственной практиках  ***Экзамен*** |
| ПК 2.3 Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов | * Умение обосновывать выбор экономических методов в конкретных практических ситуациях; * Умение рассчитывать микроэкономические показатели; * Умение проводить анализ микроэкономических показателей и рынков ресурсов | экспертная оценка на практических занятиях;  устный опрос;  тестирование; экспертная оценка письменных работ; самоконтроль;  экспертная оценка выполнения работ на учебной и производственной практиках  ***Экзамен*** |
| ПК 2.4 Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату | * Умение определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату; * Умение рассчитывать отчисления во внебюджетные фонды государства и налог на доходы физических лиц | экспертная оценка на практических занятиях;  устный опрос;  тестирование; экспертная оценка письменных работ; самоконтроль;  экспертная оценка выполнения работ на учебной и производственной практиках  ***Экзамен*** |
| ПК 2.5 Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров. | Выявление потребностей и товаров - средств их удовлетворения;  формирование инструментов маркетинга в зависимости от видов спроса и типов маркетинга;  овладение методикой проведения опросов по выявлению потребностей;  выбор методов формирования спроса и стимулирования сбыта | экспертная оценка на практических занятиях;  устный опрос;  экспертная оценка выполнения работ на учебной и производственной практиках;  экспертная оценка письменных работ; самоконтроль  ***Экзамен*** |
| ПК 2.6 Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации. | * Выбор маркетинговых коммуникаций для продвижения товаров на рынок | экспертная оценка на практических занятиях;  устный опрос;  экспертная оценка выполнения работ на учебной и производственной практиках  экспертная оценка письменных работ; самоконтроль  ***Экзамен*** |
| ПК 2.7 Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений. | Анализ рынка, товаров, цен, окружающей среды, продвижения товаров, доведения до потребителей;  качество разработки и реализации маркетинговых решений;   * проведения маркетинговых исследований рынка | экспертная оценка на практических занятиях;  устный опрос;  экспертная оценка выполнения работ на учебной и производственной практиках  экспертная оценка письменных работ; самоконтроль  ***Экзамен*** |
| ПК 2.8 Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации. | Установление уровней каналов распределения;   * анализ сбытовой политики организации; оценка конкурентоспособности организации и товаров: качество анализа конкурентов предприятия | экспертная оценка на практических занятиях;  устный опрос;  экспертная оценка выполнения работ на учебной и производственной практиках  экспертная оценка письменных работ; самоконтроль  ***Экзамен*** |
| 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. | * Умение применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа, составлять финансовые документы предприятия, рассчитывать потребность в кредите и суммы процентов с него, составлять финансовый плана предприятия, заполнять формы расчета по налогам | экспертная оценка на практических занятиях;  устный опрос;  тестирование; экспертная оценка письменных работ; самоконтроль;  экспертная оценка выполнения работ на учебной и производственной практиках  ***Экзамен*** |
| ***Квалификационный экзамен по модулю*** | | |

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Результаты**  **(освоенные общие компетенции)** | **Основные показатели оценки результата** | **Формы и методы контроля и оценки** |
| ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес | * регулярное участие в различных мероприятиях по тематике модуля (олимпиадах, научно-практических конференциях и пр.); * создание портфолио студента по тематике профессионального модуля; * демонстрация интереса к будущей профессии | наблюдение, мониторинг, оценка содержания портфолио обучающегося |
| ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество | выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области организации и проведения экономической и маркетинговой деятельности; оценка эффективности и качества выполнения профессиональных задач | мониторинг и рейтинг выполнения работ на учебной и производственной практиках |
| ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность | решение стандартных и нестандартных ситуаций в работе организации | оценка практических заданий на моделирование и решение нестандартных ситуаций |
| ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития | * демонстрация эффективного поиска необходимой информации; * демонстрация использования различных источников, включая электронные | оценка выполненных докладов, рефератов, использования электронных источников |
| ОК 5 Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности | применение информационно-коммуникационных технологий в области организации и проведения экономической и маркетинговой деятельности | наблюдение и оценка роли обучающихся в деловых играх при моделировании социальных и профессиональных ситуаций,  мониторинг развития личностно-профессиональных  качеств обучающегося,  оценка выполнения работ на учебной и производственной практиках |
| ОК 6 Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями | * соблюдение правил внутреннего трудового распорядка в ходе обучения и практик; * демонстрация взаимодействия с обучающимися, преподавателями и руководителями производственных подразделений при освоении программы профессионального модуля; * успешное выполнение групповых заданий при освоении программ профессионального модуля | наблюдение за ролью обучающихся в группе, оценка содержания портфолио обучающегося,  оценка выполнения работ на производственной практике |
| ОК 7 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации | * планирование организации самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля; * самостоятельный профессионально-ориентированный выбор тематики творческих и работ; * посещение дополнительных занятий | контроль графика выполнения индивидуальной самостоятельной работы обучающегося, оценка защиты практических работ по ПМ |
| ОК 8 Вести здоровый образ жизни, применять спортивно-оздоровительные методы и средства для коррекции физического развития и телосложения | применение спортивно-оздоровительных методов и средств для коррекции физического развития и телосложения | наблюдение за участием в спортивных мероприятиях |
| ОК 9 Пользоваться иностранным языком как средством делового общения | демонстрация использования иностранного языка в профессиональной деятельности | наблюдение за участием в дискуссиях, выступлениях на конференциях |
| ОК 10 Логически верно, аргументированно и ясно излагать устную и письменную речь | демонстрация использования языковых коммуникативных и этических норм | наблюдение за участием в дискуссиях, выступлениях на конференциях |
| ОК 11 Обеспечивать безопасность жизнедеятельности, предотвращать техногенные катастрофы в профессиональной деятельности, организовывать, проводить и контролировать мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций | * обеспечение безопасности жизнедеятельности, предотвращение техногенных катастроф в профессиональной деятельности; * проведение и контроль мероприятий по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций | оценка результативности обеспечения безопасности жизнедеятельности и проведения и контроля мероприятий по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций |
| ОК 12 Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий | * соблюдение норм действующего законодательства; * учет в профессиональной деятельности обязательных требований нормативных документов, стандартов, технических условий | оценка результативности работы с законодательными и нормативными документами |

Оценка индивидуальных образовательных достижений по результатам текущего контроля и промежуточной аттестации производится в соответствии с универсальной шкалой (таблица):

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Процент результативности (правильных ответов)** | **Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений** | |
| **Балл (отметка)** | **Вербальный аналог** |
| 90 – 100  80 – 89  70 – 79  менее 70 | 5  4  3  2 | отлично  хорошо  удовлетворительно  неудовлетворительно |

На этапе промежуточной аттестации по медиане качественных оценок индивидуальных образовательных достижений экзаменационной комиссией определяется интегральная оценка освоенных обучающимися профессиональных и общих компетенций как результатов освоения профессионального модуля.

1. [↑](#footnote-ref-2)