

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Дмитриев Николай Николаевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 14.07.2023 10:55:36
Уникальный программный ключ:
f7c6227919e4cdbfb4d7b682991f8553b37cafb

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ПЕРМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени А.А. ЕЖЕВСКОГО

Колледж автомобильного транспорта и агротехнологий

УТВЕРЖДАЮ:
Директор



Н.Н. Бельков
« 31 » марта 2023 г

Рабочая программа профессионального модуля

**ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И
МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Специальность 38.02.04 Коммерция (по отраслям)
(программа подготовки специалистов среднего звена)

Форма обучения: очная / заочная
3 курс, семестр 5,6 / 4 курс

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИН ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Цель профессионального модуля (ПМ.02.) является освоение теоретических знаний в области финансово-хозяйственной и маркетинговой деятельности, налогообложения, приобретение умений и практического опыта применения этих знаний и формирования необходимых профессиональных и общих компетенций.

Задачи профессионального модуля:

- усвоение основных понятий в указанных областях знаний;
- изучение теоретических положений в области финансов, налогообложения, анализа финансово-хозяйственной деятельности и маркетинга;
- приобретение умений составлять финансовые документы и отчеты, использовать необходимые нормативные документы, рассчитывать налоги, анализировать финансово-хозяйственную деятельность;
- овладение умениями и практическим опытом потребностей (спроса), обоснования и применения маркетинговых коммуникаций, реализации сбытовой политики, анализа конкурентной среды.

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- оформления финансовых документов и отчетов;
- проведения денежных расчетов;
- расчета основных налогов;
- анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;
- выявления потребностей (спроса) на товары;
- реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;
- участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;
- анализа маркетинговой среды организации;

уметь:

- составлять финансовые документы и отчеты;
- осуществлять денежные расчеты;
- пользоваться нормативными 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

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИН ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Профессиональный модуль ПМ.02. «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» относится к обязательной части цикла профессиональных модулей (ПМ.00).

Для освоения ПМ.02. студенты должны использовать знания, умения и навыки, сформированные в ходе изучения дисциплин «Математика», «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Статистика», «Бухгалтерский учет», «Менеджмент (по отраслям)», «Экономика организации», ПМ.01. «Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью»

Освоение ПМ.02. «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» является основой для последующего изучения

профессионального модуля ПМ.03. «Управление ассортиментом, оценка качества и обеспечение сохранности товаров», в т.ч. учебной и производственной практики.

Общая трудоемкость профессионального модуля – 284 ч.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

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

Код	Наименование компетенции (планируемые результаты освоения ОП)	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенции
	Общие компетенции	В области знания и понимания (А)
ОК.01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	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;
ОК.02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	
ОК.03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;	
ОК.04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	
ОК.09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	
	Профессиональные компетенции	
ПК1.1	Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции.	
ПК1.2	На своём участке работы управлять товарными запасами и потоками,	

	организовывать работу на складе, размещать товарные запасы на хранение.	методы изучения рынка, анализа окружающей среды; конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности; этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом.
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.	Уметь: составлять финансовые документы и отчеты;
ПК 2.2	Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.	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;
ПК 2.3	Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.	применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;
ПК 2.4	Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату	выявлять, формировать и удовлетворять потребности;
ПК 2.5	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
ПК 2.6	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	проводить маркетинговые исследования рынка; оценивать конкурентоспособность товаров;
ПК 2.7	Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	Иметь практический опыт: оформления финансовых документов и отчетов;
ПК 2.8	Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации	проведения денежных расчетов; расчета основных налогов; анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой 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.	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;
--	--	--------------

**4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ В ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦАХ С
УКАЗАНИЕМ КОЛИЧЕСТВА ЧАСОВ, ВЫДЕЛЕННЫХ НА
КОНТАКТНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ПРЕПОДАВАТЕЛЕМ
(ПО ВИДАМ УЧЕБНЫХ ЗАНЯТИЙ) И НА САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ
РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Общая трудоемкость дисциплин профессионального модуля составляет 284 часа.

4.1. Объем дисциплины и виды учебной работы:

4.1.1. Очная форма обучения: 3 курс, семестр – 5-6; виды отчетности: контрольная работа, курсовая работа, дифференцированный зачет, экзамен, квалификационный экзамен

Объем учебной дисциплины и виды учебной работы (очное обучение)

Вид учебной работы	Объем часов		
	Всего	5 семестр	6 семестр
Максимальная учебная нагрузка (всего)	284	157	127
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	188	104	84
в том числе:			
лекции	89	52	37
практические занятия	79	42	37
курсовое проектирование	10	10	-
практическая подготовка	10	-	10
Самостоятельная работа студента (всего)	96	53	43
Самостоятельная работа над рефератом, исследованием проблемы	50	30	20
Самостоятельное изучение законодательных, нормативных правовых актов	46	23	23

4.1.2 Объем учебной дисциплины и виды учебной работы (заочное обучение):

4 курс; виды отчетности: контрольная работа, курсовая работа, дифференцированный зачет, экзамен, квалификационный экзамен

Вид учебной работы	Объем часов
Максимальная учебная нагрузка (всего)	284
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего)	58
в том числе:	
лекции	20
практические занятия	18
курсовое проектирование	10
	10
Самостоятельная работа студента (всего)	226
Самостоятельная работа над рефератом, исследованием проблемы	126
Самостоятельное изучение законодательных, нормативных правовых актов	100

5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

5.1.1 Очная форма обучения:

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика		
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)	
			Всего, часов	в т.ч. лекционные и 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 2.1 - 2.9	МДК.02.01 Финансы, налоги и налогообложение	55	36	36		19				
ПК 2.1-2.9	МДК.02.01 Анализ финансово-хозяйственной деятельности	90	60	60		30				
ПК 2.1-2.9	МДК.02.03 Маркетинг	139	92	92	10	47				
ПК 2.1-2.9	УП.02.01 Практика для получения первичных профессиональных навыков (учебная)		36							
ПК 2.1-2.9	ПП.02.01 Практика по профилю специальности								72	
ПК 2.1-2.9	ПМ.2.ЭК Экзамен квалифицированный									
	Всего:	284	188	188	10	96				

Заочное обучение

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов (если предусмотрена рассредоточенная практика)
			Всего, часов	в т.ч. лекционные и лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов		
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>
ПК 2.1-2.9	МДК.02.01 Финансы, налоги и налогообложение	55	16	16		39			
ПК 2.1-2.9	МДК.02.01 Анализ финансово-хозяйственной деятельности	90	16	16		74			
ПК 2.1-2.9	МДК.02.03 Маркетинг	139	92	26	10	113			
ПК 2.1-2.9	УП.02.01 Практика для получения первичных профессиональных навыков (учебная)		36						
ПК 2.1-2.9	ПП.02.01 Практика по профилю специальности								72
ПК 2.1-2.9	ПМ.2.ЭК Экзамен квалифицированный								
	Всего:	284	58	58	10	226			

**3.2. СОДЕРЖАНИЕ ОБУЧЕНИЯ ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ (ПМ) «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности»
(ОЧНОЕ ОБУЧЕНИЕ)**

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	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение			
Тема 1.1. Финансы: сущность и роль в экономике, денежное обращение	Содержание	9	
	1 Сущность, функции и роль финансов в экономике. Экономическая сущность финансов в условиях рыночных отношений. Назначение и функции финансов в процессе общественного производства. Финансовая политика государства в современных условиях.	2	1
	2 Сущность и функции денег. Деньги: происхождение, сущность виды. Функции и роль денег в условиях рыночных отношений	2	1
	3 Сущность денежного обращения. Денежная система Российской Федерации.	1	2
	4 Денежная масса, ее роль в денежно-кредитной политике государства. Скорость денежного обращения. Уравнение обмена И. Фишера.	2	2
	5 Финансирование и денежно-кредитная политика. Понятие финансирования, его виды и цели. Денежно-кредитная политика государства и ее инструменты.	2	2
	Практическое занятие	9	
	1.Финансы предприятий разных организационно-правовых форм.	2	3
	2.Закон денежного обращения	2	2
	3.Кредитование – условия и порядок оформления и выдачи кредитов юридическим и физическим лицам.	3	2
4. Изучение и оформление платежных документов предприятий	2	2	

Тема 1.2. Налоги и налогообложение	Содержание			
	1	Налоговое законодательство. Налоговый кодекс РФ. Нормативные документы Министерства финансов РФ.	9	
	2	Налоги и их функции. Классификация налогов. Сущность налогов, роль налогов в формировании финансов государства. Основные и вспомогательные функции налогов. Федеральные, региональные и местные налоги.	2	2
	3	Организация налоговой службы. Федеральные, региональные и местные налоговые службы	2	2
	4	Методика расчетов основных видов налогов. Методики расчета налога на доходы физических лиц, страховых взносов, транспортного налога, налога на добавленную стоимость, налога на имущество организаций, земельного налога, налога на прибыль организаций.	3	2
	5	Специальные налоговые режимы, упрощенная система налогообложения, методика расчета единого налога на вмененный доход	2	2
	Практические работы		9	
	1.Расчет налога на доходы физических лиц			
	2.Расчет страховых взносов		2	3
	3.Расчет транспортного налога		1	3
	4.Расчет налога на добавленную стоимость		2	3
	5.Расчет налога на имущество		1	3
	6.Расчет налога на прибыль организаций		3	3
Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ1 Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1.Изучение плана и исполнения доходов и расходов Федерального бюджета в динамике за последние пять лет, построение аналитических таблиц, написание выводов о тенденциях изменений в структуре доходов и расходов. 2.Сбор и обработка информации о видах и условиях выдачи потребительских кредитов, ипотечных кредитов, кредитов юридическим лицам, предоставления займов и рассрочек при приобретении товаров для физ.лиц. Проведение сравнительного анализа условий кредитования для разных категорий заемщиков. 3.Изучение прав и обязанностей налогоплательщика – физического лица. 4.Написание рефератов.		19	3	

МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности				
Тема 2.1. Методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности	Содержание		10	
	1	Цели, задачи, методы, приемы и виды анализа финансово-хозяйственной деятельности.	2	1
	2	Метод экономического анализа, его теоретические основы. Классификация видов экономического анализа в зависимости от следующих признаков: функций управления, содержания процесса управления, характера объектов управления, субъектов, периодичности, содержания и полноты изучаемых процессов, методов, изучения объектов, способов механизации - вычислительных работ.	2	2
	3	Приемы и способы экономического анализа на различных этапах исследования при первичной обработке информации и изучении состояния и закономерностей развития исследуемых объектов.	2	2
	4	Приемы и способы экономического анализа на различных этапах исследования при проведении факторного анализа и выявлении резервов роста эффективности деятельности.	2	2
	5	Виды экономического анализа	2	2
	Практическое занятие		10	
		1. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации с использованием различных методов факторного анализа	2	2
		2. Оборот розничной торговли в системе экономических показателей торгового предприятия, его состав, показатели измерения, значение.	2	3
		3. Изучение влияния факторов на результаты хозяйственной деятельности предприятия	2	3
		4. Оценка результатов деятельности предприятия и диагностика его положения на рынке	2	2
		5. Использование различных методов факторного анализа	2	3

Тема 2.2. Информационное обеспечение, организация аналитической работы.	Содержание		10	
	1	Информационное обеспечение анализа. Основные источники информации для проведения экономического анализа.	2	1
	2	Организация аналитической работы на предприятии. Методика аналитической работы. План и этапы аналитической работы: установление цели и объема экономического анализа, составление программы анализа, подбор и подготовка данных к анализу, проверка достоверности источников информации, приведение данных в сопоставимый вид.	4	2
	3	Группировка данных и составление графиков, диаграмм, аналитических таблиц.	2	2
	4	Обобщение и оформление результатов анализа, составление пояснительных записок, принятие решений. Контроль за выполнением предложений по результатам анализа	2	2
Тема 2.3. Анализ деятельности оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности	Содержание		10	
	1	Значение, задачи и информационное обеспечение анализа оптового и розничного товарооборота. Анализ выполнения плана и динамики оптового и розничного товарооборота. Анализ рациональности товародвижения.	1	1
	2	Методика и последовательность проведения анализа издержек обращения: анализ по общему объему и по отдельным статьям. Анализ факторов, влияющих на уровень издержек, выявление резервов экономии издержек.	1	2
	3	Методика и последовательность проведения анализа валового дохода: анализ по общему объему и по составу, анализ факторов, влияющих на сумму и уровень валового дохода: выявление резервов роста валового дохода.	2	2
	4	Расчет показателей прибыли и рентабельности. Анализ и оценка динамики, уровня и структуры прибыли.	2	2
	5	Задачи, основные направления и информационное обеспечение анализа финансового состояния предприятия. Финансовая отчетность как основной источник информации для оценки финансового состояния. Анализ имущественного состояния предприятия.	2	2

6	Факторный анализ валового дохода, прибыли и рентабельности в розничной торговле. Оценка платежеспособности предприятия. Оценка финансовой устойчивости. Расчет системы коэффициентов финансовой устойчивости.	2	2
Практические работы		20	
1.	Анализ динамики товарооборота, изменений структуры ассортимента.	4	3
2.	Анализ издержек обращения.	4	3
3.	Анализ валового дохода, прибыли и рентабельности в розничной торговле.	4	3
4.	Анализ результатов финансово-хозяйственной деятельности торговых предприятий.	4	3
5.	SVOT - анализ	4	3
Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ.01 Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной экономической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите. Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1.Выполнение расчётной работы: Использование методов экономического факторного анализа на практике: индексный метод, метод цепных подстановок. 2. Изучение основных форм финансовой отчетности (отчета о прибыли и убытках, бухгалтерского баланса предприятия) 3. Анализ использования персонала предприятия. Выявление резервов повышения производительности труда и рационального использования средств на оплату труда. 4. Поиск резервов увеличения прибыли и рентабельности на предприятиях 5. Самостоятельное изучение: Процедуры и экономические последствия несостоятельности хозяйствующего субъекта. Диагностика банкротства. 6. Изучение типовых форм налоговых деклараций по основным видам налогов		30	3
МДК 02.03. Маркетинг			
Раздел 1. Основы маркетинга			
	Содержание	8	

Тема 3.1. Теоретические основы маркетинга	1	Предметы, цели, задачи МДК. Предмет маркетинга и связь его с другими дисциплинами. Цели и задачи маркетинга. Маркетинг отношений.	1	1
	2	Маркетинг – концепция современной рыночной экономики. История и основные этапы развития маркетинга. Необходимость возникновения и совершенствования маркетинга в современных условиях. Основные концепции развития рыночных отношений, их отличительные потребности. Маркетинг как одна из концепций, его сущность. Понятие социально-этического маркетинга.	1	2
	3	Объекты и субъекты маркетинговой деятельности. Объекты маркетинга: нужда, потребность, спрос. Классификация потребностей. Субъекты маркетинга: юридические и физические лица, осуществляющие маркетинговую деятельность. Службы и отделы маркетинга в организациях, специализированные маркетинговые организации. Нормативные документы, регламентирующие деятельность этих служб. Международные и национальные организации по маркетингу.	2	2
	4	Окружающая среда маркетинга: понятие, виды. Факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда и контролируемые факторы. Разновидности макросреды. Конъюнктура рынка.	2	2
	5	Контроль и регулирование спроса. Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия при разных видах спроса. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, анхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий	2	2
	Практические занятия		6	
		1. Установление основных видов потребностей, товаров и услуг их удовлетворяющих. Решение проблемных ситуаций.	2	2
		2. Анализ окружающей среды предприятия сферы услуг на конкретном примере	2	3
		3. Методы воздействия на уровень спроса на конкретном примере	2	
	Тема 3.2. Анализ маркетинговых возможностей и разработка маркетинговых стратегий	Содержание		8
1		Маркетинговые исследования и маркетинговые коммуникации. Маркетинговая информационная система, процесс маркетингового исследования	2	2
2		Потребительские рынки и покупательское поведение. Модель покупательского поведения.	2	2
3		Типы поведения потребителей при принятии решения о покупке. Процесс принятия решения о покупке. Поведение покупателей товаров производственного назначения.	2	2

	4.	Сегментирование и выбор целевого рынка и позиционирования. Сегментирование рынка. Оценка и выбор целевых сегментов.	2 2
	Практические занятия		4
		1.Проведение маркетинговых исследований, постановка целей, задач. Методы исследования рынка: кабинетные, эксперименты, наблюдение, фокус - группы, преимущества и недостатки.	2 2
		2.Построение схемы и принципов сегментирования рынка потребителей	2 3
Тема 3.3 Маркетинговые коммуникации	Содержание		6
	1	Комплекс продвижения товаров. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Процесс коммуникаций.	2 2
	2	Реклама, стимулирование сбыта и связи с общественностью. Реклама. Стимулирование сбыта. Связи с общественностью. Личная продажа и управление службой сбыта. Прямой и интерактивный маркетинг. Роль и преимущества прямого маркетинга. Формы прямого маркетинга.	2 2
	3	Интерактивный маркетинг и электронная торговля. Интегрированный прямой маркетинг. Общественное мнение и этические вопросы в прямом маркетинге.	2 2
	Практические занятия		6
		1. Анализ рекламных средств с точки зрения их полезности и эффективности	2 3
		2. Организация рекламных мероприятий в магазине. Составление плана рекламных мероприятий	2 3
		3. Организация рекламных мероприятий в магазине. Составление плана рекламных мероприятий.	2 3
	Тема 3.4. Маркетинговая деятельность фирмы	Содержание	
1		Маркетинговая информация и маркетинговые исследования. Маркетинговая информация: назначение, источники (внутренние и внешние), принципы их отбора. Классификация маркетинговой информации. Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты. Особенности маркетинговых исследований. Виды исследований, особенности. Схема исследований. Коррекция и оптимизация результатов.	1 2
2		Основные приемы маркетинга. Сегментирование рынка. Оценка и выбор целевых рынков. Маркетинговые стратегии для сегментов рынков. Позиционирование - выбор и реализация стратегии.	2 2
3		Анализ конкурентной среды и создание конкурентных принципов. Основные	2 2

	понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров. Анализ слабых и сильных сторон конкурентов. Создание собственных конкурентных преимуществ. Выбор политики конкурентных ходов		
4	Маркетинговые коммуникации. Основные решения при создании рекламы. Рекламная стратегия. Выбор средств распространения рекламы. Оценка рекламы. Бюджет рекламы. Организация рекламной компании. Связи с общественностью.	2	2
5	Ценовая политика. Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Назначение цен в маркетинге. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Факторы, влияющие на формирование цен.	2	2
6	Сбытовая политика. Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товаров, сбытовая политика - ее цели и задачи. Средства сбыта: каналы распространения, распределения, их виды, уровни. Критерии выбора каналов сбыта. Торговые посредники, факторы, влияющие на выбор посредников. ФОССТИС. Анализ и оценка эффективности сбытовой политики.	2	2
Практические занятия		11	
	1. Сегментирование рынка определенного товара на основе географического и демографического принципа. Сегментирование на основе психологического и поведенческого принципа	2	2
	2. Оценка сильных и слабых сторон конкурентов - на примере конкретной ситуации. Формирование конкурентной стратегии - на примере конкретной ситуации.	4	2
	3. Организация рекламной компании: выбор средств, составление рекламных текстов, оценка эффективности	2	2
	4. Анализ ценовой политики организации. Выбор средств стимулирования объекта – для конкретного товара, услуги.	3	2
Раздел 2. Искусство продаж			
Тема 2.1 Определение мерчандайзинга	Содержание	6	
1	Определение мерчандайзинга. Задачи мерчандайзинга, функции, инструменты: организация эффективного запаса, эффективная выкладка, представление товаров.	2	2
2	Мерчандайзинг. Типичные ошибки. Сущность и значение мерчандайзинга в розничной сети.	2	2
3	Продюценты и ритейлеры. Общие стратегические цели. Различия, факторы успешности деятельности продавцов. Система мерчандайзинга в магазине. Разработка и внедрение стандартов, регулярная оценка и контроль результатов.	1	2

	4	Система мерчандайзинга в магазине. Разработка и внедрение стандартов, регулярная оценка и контроль результатов.	1	22
	Практические занятия		2	
	1.Разработка стандарта мерчандайзинга для магазина (по вариантам). Общие правила выкладки, эффективный запас, планограмма выкладки товара		2	3
Тема 2.2 Психологические аспекты поведения покупателей	Содержание		2	
	1	Психологические аспекты поведения покупателей. Восприятие человека, эмоции, цвета. Восприятие магазина целевой группой покупателей	1	2
	2	Оформление магазина с учётом знания целевой группы, название, вывеска, слоган. Входная зона, витрины, цветовое оформление торгового зала, парковка	1	2
	Практические занятия		2	
	1.Вывеска магазина, название. Разработка названия магазина, примеры удачных и неудачных названий, особенности.		2	3
Самостоятельная работа при изучении раздела МДК.01.02. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной экономической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите. Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Рефераты: «Проблемы текущего столетия. Необходимость повышения уровня моральной и социальной ответственности»; «Маркетинговые стратегии рынков»; «Выбор конкурентов, которых следует атаковать и которых следует избегать»; «Международное рекламное законодательство»; «Установление цен по географическому признаку на примере России». Домашние задания: «Информация к размышлению: Nike (ответить на предложенный перечень вопросов); «Составить резюме к теме и перечень основных понятий»; «Составить резюме к статье «Иногда мнения эксперта бывают курьезными». Добавить 2-3 собственных примера»; «Составить анкету для проведения маркетингового исследования на любой выбранный обучающимся товар»; «Анализ статьи: IBM – реструктуризация службы сбыта. Сделать вывод».			47	3
Учебная практика			36	

Производственная практика (по профилю специальности) Виды работ: - оформление финансовых документов и отчетности; - 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	72	
ГИА		
Всего:	284	

5.1.2 Заочная форма обучения:

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	Уровень освоения	
1	2	3	4	
МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение				
Тема 1.1. Финансы: сущность и роль в экономике, денежное обращение	Содержание			
	1	Сущность, функции и роль финансов в экономике. Экономическая сущность финансов в условиях рыночных отношений. Назначение и функции финансов в процессе общественного производства. Финансовая политика государства в современных условиях.	4	1
	2	Сущность и функции денег. Деньги: происхождение, сущность виды. Функции и роль денег в условиях рыночных отношений		1

	3	Сущность денежного обращения. Денежная система Российской Федерации. Денежная масса, ее роль в денежно-кредитной политике государства. Скорость денежного обращения. Уравнение обмена И. Фишера.		2
	4	Финансирование и денежно-кредитная политика. Понятие финансирования, его виды и цели. Денежно-кредитная политика государства и ее инструменты.		2
	Практическое занятие 1. Составление отчета о прибылях и убытках юридических лиц 2. Изучение и оформление платежных документов предприятий		2	3
Тема 1.2. Налоги и налогообложение	Содержание			
	1	Налоговое законодательство. Налоговый кодекс РФ. Нормативные документы Министерства финансов РФ.	6	2
	2	Налоги и их функции. Классификация налогов. Сущность налогов, роль налогов в формировании финансов государства. Основные и вспомогательные функции налогов. Федеральные, региональные и местные налоги.		2
	3	Организация налоговой службы. Федеральные, региональные и местные налоговые службы		2
	4	Методика расчетов основных видов налогов. Методики расчета налога на доходы физических лиц, страховых взносов, транспортного налога, налога на добавленную стоимость, налога на имущество организаций, земельного налога, налога на прибыль организаций. Специальные налоговые режимы, упрощенная система налогообложения, методика расчета единого налога на вмененный доход		2
	Практические работы 1. Расчет налога на доходы физических лиц 2. Расчет страховых взносов 3. Расчет транспортного налога 4. Расчет налога на добавленную стоимость 5. Расчет налога на имущество 6. Расчет налога на прибыль организаций		4	3

Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ1		39	3
Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы:			
МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности			
Тема 2.1. Методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности	Содержание		
	1 Цели, задачи, методы, приемы и виды анализа финансово-хозяйственной деятельности.	1	1
	2 Метод экономического анализа, его теоретические основы. Классификация видов экономического анализа в зависимости от следующих признаков: функций управления, содержания процесса управления, характера объектов управления, субъектов, периодичности, содержания и полноты изучаемых процессов, методов, изучения объектов, способов механизации - вычислительных работ.	1	2
	3 Приемы и способы экономического анализа на различных этапах исследования при первичной обработке информации и изучении состояния и закономерностей развития исследуемых объектов.	1	2
	4 Приемы и способы экономического анализа на различных этапах исследования при проведении факторного анализа и выявлении резервов роста эффективности деятельности. Виды экономического анализа	1	2
	Практическое занятие Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации с использованием различных методов факторного анализа	2	3

Тема 2.2. Информационное обеспечение, организация аналитической работы.	Содержание		10	
	1	Информационное обеспечение анализа. Основные источники информации для проведения экономического анализа.	1	1
	2	Организация аналитической работы на предприятии. Методика аналитической работы. План и этапы аналитической работы: установление цели и объема экономического анализа, составление программы анализа, подбор и подготовка данных к анализу, проверка достоверности источников информации, приведение данных в сопоставимый вид.	1	2
	3	Группировка данных и составление графиков, диаграмм, аналитических таблиц.	1	2
	4	Обобщение и оформление результатов анализа, составление пояснительных записок, принятие решений. Контроль за выполнением предложений по результатам анализа	1	2
Тема 2.3. Анализ деятельности оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности	Содержание		2	
	1	Значение, задачи и информационное обеспечение анализа оптового и розничного товарооборота. Анализ выполнения плана и динамики оптового и розничного товарооборота. Анализ рациональности товародвижения.		1
	2	Методика и последовательность проведения анализа издержек обращения: анализ по общему объему и по отдельным статьям. Анализ факторов, влияющих на уровень издержек, выявление резервов экономии издержек.	1	2
	3	Методика и последовательность проведения анализа валового дохода: анализ по общему объему и по составу, анализ факторов, влияющих на сумму и уровень валового дохода: выявление резервов роста валового дохода.		2
	4	Расчет показателей прибыли и рентабельности. Анализ и оценка динамики, уровня и структуры прибыли.	1	2
	5	Задачи, основные направления и информационное обеспечение анализа финансового состояния предприятия. Финансовая отчетность как основной источник информации для оценки финансового состояния. Анализ имущественного состояния предприятия.		2

	6	Факторный анализ валового дохода, прибыли и рентабельности в розничной торговле. Оценка платежеспособности предприятия. Оценка финансовой устойчивости. Расчет системы коэффициентов финансовой устойчивости.		2
	Практические работы 6. Анализ динамики товарооборота, изменений структуры ассортимента. 7. Анализ издержек обращения. 8. Анализ валового дохода, прибыли и рентабельности в розничной торговле. 9. Анализ результатов финансово-хозяйственной деятельности торговых 10. предприятий.		4	3
Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ1 Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной экономической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите. Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1. Выполнение расчётной работы: Использование методов экономического факторного анализа на практике: индексный метод, метод цепных подстановок. 2. Изучение основных форм финансовой отчетности (отчета о прибыли и убытках, бухгалтерского баланса предприятия) 3. Анализ использования персонала предприятия. Выявление резервов повышения производительности труда и рационального использования средств на оплату труда. 4. Поиск резервов увеличения прибыли и рентабельности на предприятиях 5. Самостоятельное изучение: Процедуры и экономические последствия несостоятельности хозяйствующего субъекта. Диагностика банкротства. 6. Изучение типовых форм налоговых деклараций по основным видам налогов			44	3
МДК 02.03. Маркетинг				
Тема 3.1. Теоретические	Содержание			
	1	Предметы, цели, задачи МДК. Предмет маркетинга и связь его с другими дисциплинами. Цели и задачи маркетинга. Маркетинг отношений.	2	1

основы маркетинга	2	Маркетинг – концепция современной рыночной экономики. История и основные этапы развития маркетинга. Необходимость возникновения и совершенствования маркетинга в современных условиях. Основные концепции развития рыночных отношений, их отличительные потребности. Маркетинг как одна из концепций, его сущность. Понятие социально-этического маркетинга.	2	2
	3	Объекты и субъекты маркетинговой деятельности. Объекты маркетинга: нужда, потребность, спрос. Классификация потребностей. Субъекты маркетинга: юридические и физические лица, осуществляющие маркетинговую деятельность. Службы и отделы маркетинга в организациях, специализированные маркетинговые организации. Нормативные документы, регламентирующие деятельность этих служб. Международные и национальные организации по маркетингу.	2	2
	4	Окружающая среда маркетинга: понятие, виды. Факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда и контролируемые факторы. Разновидности макросреды. Конъюнктура рынка.	2	2
	5	Контроль и регулирование спроса. Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия при разных видах спроса. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, анхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий	2	2
	Практические занятия 1. Установление основных видов потребностей, товаров и услуг их удовлетворяющих. Решение проблемных ситуаций. 2. Анализ окружающей среды предприятия сферы услуг на конкретном примере 3. Методы воздействия на уровень спроса на конкретном примере			3
Тема 3.2. Маркетинговая деятельность фирмы	Содержание			
	1	Маркетинговая информация и маркетинговые исследования. Маркетинговая информация: назначение, источники (внутренние и внешние), принципы их отбора. Классификация маркетинговой информации. Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты. Особенности маркетинговых исследований. Виды исследований, особенности. Схема исследований. Коррекция и оптимизация результатов.	2	2
	2	Основные приемы маркетинга. Сегментирование рынка. Оценка и выбор целевых рынков. Маркетинговые стратегии для сегментов рынков. Позиционирование - выбор и реализация стратегии.	2	2

3	Анализ конкурентной среды и создание конкурентных принципов. Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров. Анализ слабых и сильных сторон конкурентов. Создание собственных конкурентных преимуществ. Выбор политики конкурентных ходов	1	2
4	Маркетинговые коммуникации. Основные решения при создании рекламы. Рекламная стратегия. Выбор средств распространения рекламы. Оценка рекламы. Бюджет рекламы. Организация рекламной компании. Связи с общественностью.	1	2
5	Ценовая политика. Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Назначение цен в маркетинге. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Факторы, влияющие на формирование цен.	2	2
6	Сбытовая политика. Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товаров, сбытовая политика - ее цели и задачи. Средства сбыта: каналы распространения, распределения, их виды, уровни. Критерии выбора каналов сбыта. Торговые посредники, факторы, влияющие на выбор посредников. ФОССТИС. Анализ и оценка эффективности сбытовой политики.	2	2
Практические работы 1.Анализ маркетинговой информации. Решение ситуационных задач 2.Анализ целевого рынка. Решение ситуационных задач 3.Сегментирование рынка определенного товара на основе географического и демографического принципа. 4.Сегментирование на основе психологического и поведенческого принципа". 5.Оценка сильных и слабых сторон конкурентов - на примере конкретной ситуации. 6.Формирование конкурентной стратегии - на примере конкретной ситуации. 7.Организация рекламной компании: выбор средств, составление рекламных текстов, оценка эффективности 8.Анализ ценовой политики организации 9.Выбор средств стимулирования объекта – для конкретного товара, услуги		4	3
Самостоятельная работа при изучении раздела МДК.01.02. Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной экономической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление		113	3

<p>практических работ, отчетов и подготовка к их защите.</p> <p>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</p> <p>Рефераты: «Проблемы текущего столетия. Необходимость повышения уровня моральной и социальной ответственности»; «Маркетинговые стратегии рынков»; «Выбор конкурентов, которых следует атаковать и которых следует избегать»; «Международное рекламное законодательство»; «Установление цен по географическому признаку на примере России».</p> <p>Домашние задания: «Информация к размышлению: Nike (ответить на предложенный перечень вопросов); «Составить резюме к теме и перечень основных понятий»; «Составить резюме к статье «Иногда мнения эксперта бывают курьезными». Добавить 2-3 собственных примера»; «Составить анкету для проведения маркетингового исследования на любой выбранный обучающимся товар»; «Анализ статьи: IBM – реструктуризация службы сбыта. Сделать вывод».</p>		
<p>Учебная практика</p>	<p>36</p>	
<p>Производственная практика (по профилю специальности)</p> <p>Виды работ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оформление финансовых документов и отчетности; - 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 	<p>72</p>	
<p>Всего:</p>	<p>284</p>	

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины:

6.1.1 Основная литература

1. Васильева Л. С. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятий: учеб. пособие для вузов / Л. С. Васильева, Е. М. Штейн, М. В. Петровская ; под ред. Е. М. Штейн. - М. : Экзамен, 2008. - 319 с.
2. Губина О. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : практикум : учеб. пособие для сред. проф. образования / О. В. Губина, В. Е. Губин. - М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2007. - 191 с.
3. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. для сред. спец. учеб. заведений / Г. В. Савицкая. - 5-е изд., испр. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2008. - 344 с.
4. Савицкая Г. В. Анализ производственно-финансовой деятельности сельскохозяйственных предприятий: учеб. для сред. спец. учеб. заведений / Г. В. Савицкая. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2008. - 368 с.
5. Котлер Филип. Маркетинг от А до Я : 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер [Текст] / Ф. Котлер ; пер. с англ. Т. В. Виноградовой, А. А. Чеха, Л. Л. Царук. - 3-е изд. - М. : Альпина Паблишер, 2011. - 212 с.
6. Мазилкина Е. И. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учеб. для вузов по спец. "Маркетинг" : допущено Учеб.-метод. об-нием / Е. И. Мазилкина. - Ростов н/Д : Феникс, 2012. - 333 с.
7. Романенко С. Н. Маркетинг : учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования / С. Н. Романенко. - 2-е изд. - М. : Дашков и К°, 2013. - 271 с.

6.1.2. Дополнительная литература

1. Винокуров Г. М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятий: учеб. пособие для студентов спец. 080502.65 : рек. Сиб. учеб.-метод. центром / Г. М. Винокуров ; Иркут. гос. с.-х. акад. - Иркутск : ИрГСХА, 2006. - 358 с
2. Макарьева В. И. Анализ финансово-хозяйственной деятельности организации / В. И. Макарьева, Л. В. Андреева. - М. : Финансы и статистика, 2005. - 263 с.
3. Купцов М. М. Финансы: учеб. пособие для вузов / М. М. Купцов. - М. : ИНФРА-М : РИОР, 2010. - 188 с.
4. Миляков, Н. В. Налоги и налогообложение [Электронный ресурс] : электрон. учеб. : рек. УМО / Н. В. Миляков. - Электрон. текстовые дан. и прогр. - М. : КноРус, 2009. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM)

5. Налоги и налогообложение [Электронный ресурс] : учеб. для вузов по спец. "Финансы и кредит", "Бухгалтерский учет, анализ и аудит", "Мировая экономика" / под ред. И. А. Майбурова. - 4-е изд., перераб. и доп. - Электрон. текстовые дан. и прогр. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2011. - 1 эл. опт. диск
6. Налоги и налогообложение в АПК : учеб. пособие для вузов : рек. УМО / Н. Ф. Зарук [и др.]. - М. : КолосС, 2008. - 223 с.
7. Нешиной А.С. Финансы, денежное обращение, кредит: учеб. для вузов по группе спец. "Экономика и управление" / А. С. Нешиной. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К°, 2012. - 639 с.
8. Скрипниченко В. А. Налоги и налогообложение: учеб. пособие для вузов / В.А. Скрипниченко. - СПб. : Питер ; М. : БИНФА, 2008. - 492 с.
Финансы, денежное обращение и кредит: учеб. для бакалавров / Л. А. Чалдаева [и др.] ; под ред. Л. А. Чалдаевой. - М. : Юрайт, 2012. – 540
- 9.Беляев В. И. Маркетинг: основы теории и практики [Электронный ресурс] : электрон. учеб. : рек. УМО / В. И. Беляев. - Электрон. текстовые дан. и прогр. - М. : КноРус, 2009. - 1 эл. опт. диск (CD-ROM)
- 10.Выгодская Э. Г. Маркетинг: учеб.-нагляд. пособие : допущено Учеб.-метод. об-нием / Э. Г. Выгодская, Н. П. Колпакова. - СПб. : Гиорд, 2008. - 127 с.
- 11.Дубровин И. А. Маркетинг продовольственных товаров / И. А. Дубровин. - М. : КолосС, 2008. - 406 с.
- 12.Крылова Г. Д. Маркетинг : практикум : учеб. пособие для вузов / Г. Д. Крылова, М. И. Соколова. - М. : Проспект, 2008. - 359 с.
- 13.Маркетинг : краткий толковый словарь основных маркетинговых понятий и современных терминов / авт.-сост. Н. И. Перцовский. - М. : Дашков и К°, 2008. - 139 с.
- 14.Маркетинг: большой толковый словарь / под ред. А. П. Панкрухина. - М. : Омега-Л, 2008. - 261 с.

7. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

№ п/п	Наименование оборудованных учебных кабинетов, лабораторий и др. объектов для проведения учебных занятий	Основное оборудование	Форма использования
1.	Ауд. 227	Специализированная мебель: комплект учебной мебели для преподавателя, комплект учебной	

		<p>мебели для обучающихся на 64 места, трибуна 1 шт.</p> <p>Технические средства обучения: мультимедиа проектор Optoma X302 - 1 шт., доска 3-х элементная меловая 1 шт., учебно-наглядные пособия.</p> <p>Список ПО на компьютере: Microsoft Windows 7, Microsoft Office 2010, Kaspersky Business Space Security Russian Edition, LibreOffice 6.3.3, Adobe Acrobat Reader, Mozilla Firefox 83.x, Opera 72.x, Google Chrome 86.x.</p>	<p>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации</p>
2.	Ауд. 318	<p>Специализированная мебель: комплект учебной мебели для преподавателя, комплект учебной мебели для обучающихся на 80 мест, трибуна 1 шт.</p> <p>Технические средства обучения: 2 доски 3-х элементных меловых, учебно-наглядные пособия.</p>	<p>Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа</p>
3.	Ауд. 303	<p>Специализированная мебель: Стол - 11 шт.; Стул - 11 шт.</p> <p>Технические средства обучения: 11 персональных компьютеров, подключенных к сети "Интернет" и доступом в электронную информационно-образовательную среду ФГБОУ ВО Иркутского ГАУ и электронно-библиотечную систему (электронной библиотеки); сканер CanoScan LIDE 110 - 2 шт.; Принтер HP Lazer Jet P 2055 - 1 шт.; Принтер HP Lazer Jet M 1132 MFP - 1 шт.</p> <p>Список ПО на компьютере: Microsoft Windows 7, Microsoft Office 2010, Kaspersky Business Space Security Russian Edition, LibreOffice 6.3.3, Adobe Acrobat Reader, Mozilla Firefox 83.x, Opera 72.x, Google Chrome 86.x.</p>	<p>Аудитория для проведения консультационных и самостоятельных занятий; занятий семинарского типа, индивидуальных консультаций, курсового проектирования (выполнения курсовых работ)</p>

8. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Результаты обучения (освоенные умения, усвоенные знания)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
Умения:	
<ul style="list-style-type: none"> - 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; 	<p>Практическая работа, контроль самостоятельной работы обучающихся, тестирование</p>
Знания:	
<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; - составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; - средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику; - методы изучения рынка, анализа окружающей среды; - конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности; - этапы маркетинговых исследований, их результат; - управление маркетингом 	<p>Самостоятельная работа обучающихся с учебной литературой Практические занятия, самостоятельная работа обучающихся с учебной литературой, контрольная работа</p>

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

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК.01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	демонстрация интереса к будущей профессии	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК.02Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;	– 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 – решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области организации и проведения экономической и маркетинговой деятельности	- экспертное наблюдение и оценка деятельности студента в процессе обучения на практических занятиях;
ОК.03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;	– эффективный поиск необходимой информации; – использование различных источников, включая электронные	Оценка курсовой работы. Отзывы руководителя практики
ОК.04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;	– взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения	- наблюдение за ролью обучающихся в группе;
ОК.09Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.	– организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля; – соблюдение норм действующего законодательства;	- контроль выполнения индивидуальной самостоятельной работы

	– учет в профессиональной деятельности обязательных требований нормативных документов, стандартов, технических условий	обучающегося;
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.	Эксплуатация торгово-технологического оборудования	Наблюдение Защита отчета по практике
ПК.2.2.Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.	Использование данных бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проведение учета товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участие в их инвентаризации.	Наблюдение Защита отчета по практике
ПК.2.3.Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.	Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.	Наблюдение Защита отчета по практике
ПК.2.4.Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату	Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.	Наблюдение Защита отчета по практике
ПК.2.5.Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.	Наблюдение Защита отчета по практике
ПК.2.6.Обосновывать	Выявлять потребности, виды	Наблюдение

целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.	Защита отчета по практике
ПК.2.7.Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	Проведение маркетинговых исследований рынка	Наблюдение Защита отчета по практике
ПК.2.8.Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации	Умение оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.	Наблюдение Защита отчета по практике
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.	Применение методов и приемов анализа финансово-хозяйственной деятельности.	Наблюдение Защита отчета по практике

Рабочая программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

Программу составил: 

(подпись)

преподаватель высшей квалификационной категории, Е.А.Хуснудинова
(должность, И.О. Фамилия)

Программа одобрена на заседании предметно-цикловой комиссии социально-экономических дисциплин

протокол № 8 от «29» марта 2023 г.

Председатель ПЦК  _____ Е.А.Хуснудинова

(подпись)

СОГЛАСОВАНО:

Внешний эксперт:



(подпись)

Н.И. Емельянов
(И.О. Фамилия)