

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Дмитриев Николай Николаевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 01.09.2022 09:53:48
Уникальный программный ключ:
f7c6227919e4cdbfb4d7b682991f8553b57cafb0

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

Колледж автомобильного транспорта и агротехнологий

УТВЕРЖДАЮ:

Директор



Н.Н. Бельков

« 25 » марта 2022 г

Рабочая программа профессионального модуля

ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И
МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Специальность 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)
(программа подготовки специалистов среднего звена)

Форма обучения: очная / заочная
2 курс, семестр 3,4 / 3 курс

Молодежный 2022

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.01 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности»

1.1. Область применения 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 – 349 ч.

1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения 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

1.3. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 284 часа, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 188 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 96 часа.

учебная практика – 36 часов

производственная практика-72 часа

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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:

ПК 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.	Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.

ПК 3.	Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.
ПК 4.	Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату
ПК 5.	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров
ПК 6.	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации
ПК 7.	Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений
ПК 8.	Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации
ПК 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.	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями
ОК 6.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации
ОК 7.	Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь
ОК 8.	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

Очное 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				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
ПК 1-4;9	МДК.02.01 Финансы, налоги и налогообложение	55	36	36		19					
ПК 1-4;9	МДК.02.01 Анализ финансово-хозяйственной деятельности	90	60	60		30					
ПК 5-8	МДК.02.03 Маркетинг	139	92	92	10	47					
	УП.02.01 Практика для получения первичных профессиональных навыков (учебная)		36								
	ПП.02.01 Практика по профилю специальности								72		
	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 1-4;9	МДК.02.01 Финансы, налоги и налогообложение	55	16	16		39			
ПК 1-4;9	МДК.02.01 Анализ финансово-хозяйственной деятельности	90	16	16		74			
ПК 5-8	МДК.02.03 Маркетинг	139	92	26	10	113			
	УП.02.01 Практика для получения первичных профессиональных навыков (учебная)		36						
	ПП.02.01 Практика по профилю специальности								72
	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			
	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.	9	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		9	3
Тема 1.2. Налоги и налогообложение	Содержание			
	1	Налоговое законодательство. Налоговый кодекс РФ. Нормативные документы Министерства финансов РФ.	9	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		9	3
Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ1 Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы:			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.		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

	3	Приемы и способы экономического анализа на различных этапах исследования при первичной обработке информации и изучении состояния и закономерностей развития исследуемых объектов.		2
	4	Приемы и способы экономического анализа на различных этапах исследования при проведении факторного анализа и выявлении резервов роста эффективности деятельности. Виды экономического анализа		2
	Практическое занятие Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации с использованием различных методов факторного анализа		10	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 1. Анализ динамики товарооборота, изменений структуры ассортимента. 2. Анализ издержек обращения. 3. Анализ валового дохода, прибыли и рентабельности в розничной торговле. 4. Анализ результатов финансово-хозяйственной деятельности торговых 5. предприятий.		20	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		30	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.		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
	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
	4	Окружающая среда маркетинга: понятие, виды. Факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда и контролируемые факторы. Разновидности макросреды. Конъюнктура рынка.		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
	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		15	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.	4	2
	2	Основные приемы маркетинга. Сегментирование рынка. Оценка и выбор целевых рынков. Маркетинговые стратегии для сегментов рынков. Позиционирование - выбор и реализация стратегии.	5	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	8	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.	8	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.	8	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.	8	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		16	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			47	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>	

(ЗАОЧНОЕ 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			
	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 Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы:			39	3
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>	

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», «Маркетинг», лаборатории «Информационные технологии в профессиональной деятельности».

Оборудование учебных кабинетов и рабочих мест кабинетов:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методической документации;
- наглядные пособия (комплект плакатов по финансам, налогообложению и маркетингу).

Оборудование лаборатории «Информационные технологии в профессиональной деятельности»:

- персональные компьютеры по количеству обучающихся;
- лицензионная компьютерная программа 1С: Предприятие 8.

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную учебную практику, которую рекомендуется проводить концентрировано.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

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.

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.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

При освоении программы профессионального модуля «Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью» занятия МДК и производственной практики (по специальности) могут проводиться рассредоточено или концентрировано. Промежуточные консультации преподавателя – не большими группами – 10-12 обучающихся. Консультация предэкзаменационная – общая.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля «Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью».

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой

Руководители практики: представитель педагогического коллектива образовательного учреждения, обеспечивающий обучение по междисциплинарному курсу (курсам) профессионального модуля «Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью»

Инженерно-педагогический состав: дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов и общепрофессиональных дисциплин: «Финансы, налоги и

налогообложение», «Анализ финансово-хозяйственной деятельности», «Маркетинг», «Бухгалтерский учет»,

Мастера: наличие 4–5 квалификационного разряда с обязательной стажировкой в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года. Опыт деятельности в организациях соответствующей профессиональной сферы является обязательным.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
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	<ul style="list-style-type: none"> – Обоснованность выбора данных бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности; – Соблюдение последовательности действий при проведении учета товаров; – Соответствие оформления документации по учету товаров установленным требованиям (стандартам); – Соблюдение последовательности действий при проведении инвентаризации; – Соответствие оформления результатов инвентаризации установленным требованиям (стандартам) 	<p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - защиты практических работ; - контрольных работ по темам МДК. <p>Зачеты по производственной практике и по каждому из разделов профессионального модуля.</p> <p>Квалификационный экзамен по профессиональному модулю</p>
Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем	<ul style="list-style-type: none"> – Соответствие оформления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов установленным требованиям (стандартам); – Правильность составления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов; – Организация хранения организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов в соответствии с установленными требованиями (стандартами); – Грамотность и скорость составления и оформления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов 	

	при работе с автоматизированными системами	
Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов	<ul style="list-style-type: none"> – Обоснованность выбора экономических методов в конкретных практических ситуациях; – Правильность расчета микроэкономических показателей; – Полнота анализа микроэкономических показателей; – Полнота анализа рынков ресурсов 	
Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату	<ul style="list-style-type: none"> – Обоснованность выбора экономических методов в конкретных практических ситуациях; – Правильность расчета микроэкономических показателей; – Полнота анализа микроэкономических показателей; – Полнота анализа рынков ресурсов 	
Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату	<ul style="list-style-type: none"> – Правильность расчета основных экономических показателей коммерческой организации; – Правильность расчета цены продукции; – Правильность расчета заработной платы сотрудников и ФОТ предприятия 	
Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации. Формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	<ul style="list-style-type: none"> – Правильность определения потребности; – Правильность выявления типа маркетинга в соответствии с потребностями потребителя; – Аргументированность формирования спроса; – Аргументированность выбора методов стимулирования сбыта 	
Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	<ul style="list-style-type: none"> – Логичность обоснования целесообразности использования маркетинговых коммуникаций; – Правильность применения маркетинговых коммуникаций 	
Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	<ul style="list-style-type: none"> – Правильность соблюдения последовательности проведения маркетинговых исследований; – Обоснованности принятия маркетинговых решений 	
Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных	<ul style="list-style-type: none"> – Обоснованность принятия решений при реализации сбытовой политики; – Правильность оценки конкурентоспособности товаров; 	

обязанностей. Оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации	– Правильность оценки конкурентных преимуществ организации	
Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты	– Обоснованность выбора методов и приемов анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности; – Соблюдение последовательности действий при осуществлении денежных расчетов с покупателями; – Правильность составления финансовой документации и отчетности в соответствии требованиями (стандартами)	

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
Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	– демонстрация интереса к будущей профессии; – активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности; – наличие высоких результатов при освоении учебных дисциплин и профессиональных модулей; – наличие положительных отзывов по итогам производственной практики	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	– 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	

Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	<ul style="list-style-type: none"> – эффективный поиск необходимой информации; – использование различных источников, включая электронные 	
Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	<ul style="list-style-type: none"> – взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения 	
Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	<ul style="list-style-type: none"> – организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля; – ориентация на обучение в течение всей жизни 	
Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь	<ul style="list-style-type: none"> – использование в речи специальных терминов в соответствии со спецификой получаемой профессии; – отсутствие недостатков в развитии речи 	
Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий	<ul style="list-style-type: none"> – соблюдение норм действующего законодательства; – учет в профессиональной деятельности обязательных требований нормативных документов, стандартов, технических условий 	
Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей)	<ul style="list-style-type: none"> – проявление интереса к военной службе; – готовность к исполнению воинской обязанности 	

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, О.В. Долгих
(должность, И.О. Фамилия)

Программа одобрена на заседании предметно-цикловой комиссии социально-экономических и естественнонаучных дисциплин протокол № 7 от «14» марта 2022 г.

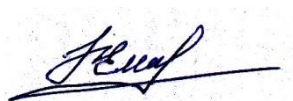


Председатель ПЦК

(подпись)

И.В. Юдина

СОГЛАСОВАНО:



Внешний эксперт:

(подпись)

Н.И. Емельянов
(И.О. Фамилия)