

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Худин Александр Николаевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 28.07.2017 19:42:23
Уникальный программный ключ:
08303ad8de1c60b987361de7085acb509ac3da143f415362ffaf0ee37e73fa19

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Курский государственный университет»

Колледж коммерции, технологий и сервиса

УТВЕРЖДЕНО
протокол заседания
ученого совета от 30.08.2017г., № 1

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

**Организация и проведение
экономической и маркетинговой деятельности**



Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования (далее – СПО) 38.02.04 **Коммерция** (по отраслям) (базовой подготовки).

Организация – разработчик: ФГБОУ ВО «Курский государственный университет».

Разработчики:

Шашкова Л.Н. – преподаватель колледжа коммерции, технологии и сервиса ФГБОУ ВО «Курский государственный университет»;

Изварина С.А. – преподаватель колледжа коммерции, технологии и сервиса ФГБОУ ВО «Курский государственный университет»

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	9
4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	26
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИО- НАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	29

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

1.1 Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее рабочая программа) - является частью рабочей программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО **38.02.04 Коммерция (по отраслям)** (базовой подготовки) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности** и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

ПК 2.1.Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации;

ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.

ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов;

ПК 2.4.Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату;

ПК 2.5.Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров;

ПК 2.6.Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации;

ПК 2.7.Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений;

ПК 2.8.Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации;

ПК 2.9.Применять методы и приемы анализа финансово- хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты;

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании, а также для повышения квалификации, переподготовки и профессиональной подготовки по

профессиям продавец, продавец-консультант, кассир-контролер, в рамках специальности **38.02.04 Коммерция (по отраслям)** при наличии среднего (полного) общего образования. Опыт работы не требуется.

1.2 Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующим профессиональным 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 классификация 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 потребителей, распределения и продвижение 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:

всего – 333, в том числе:

- максимальной учебной нагрузки обучающегося – 297 часов, включая: обязательной аудиторской учебной нагрузки обучающегося – 198 часов;
- самостоятельной работы обучающегося – 99, в т.ч. 20 часов консультаций;
- производственной практики – 36 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения 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 результата обучения
ПК 2.1.	Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.
ПК 2.2.	Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.
ПК 2.3.	Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.
ПК 2.4.	Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.
ПК 2.5.	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.
ПК 2.6.	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.
ПК 2.7.	Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.
ПК 2.8.	Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.
ПК 2.9.	Применять методы и приемы анализа финансово- хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты;
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 10.	Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь
ОК 12.	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика		
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов	
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ПК 2.1-2.3	МДК, 02.01 Финансы, налоги и налогообложение	75	50	24	–	25 ¹	-	–	-	
ПК 2.4 ПК 2.9	МДК, 02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности	72	48	24		24 ²		-	-	
ПК 2.5-2.8	МДК, 02.03 Маркетинг	150	100	50		50 ³			-	
	Производственная практика (по профилю специальности), часов	36								36
	Всего:	333	198	98	-	99⁴	-	-	36	

- 1- в т.ч. 4 часа консультаций
- 2- в т.ч. 4 часа консультаций
- 3- в т.ч. 12 часов консультаций
- 4- в т.ч. 20 часов консультаций

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел ПМ 1. Характеристика финансов и налогообложения		75	
МДК 02.01 Финансы, налоги и налогообложение		50	
Тема 1.1. Изучение сущности финансов, денежного обращения и кредита	Содержание	26	
	1 Ознакомление с функциями и видами денег Функции денег. Денежная эмиссия денег. Деньги в сфере международного экономического оборота. Различные трактовки определения сущности денег. Деньги как экономическая категория. Виды денег. Действительные деньги. Металлические деньги. Заместители действительных денег. Кредитные деньги. Бумажные деньги. Новые виды денег.	14	1
	2 Характеристика денежного обращения Скорость обращения денег. Денежная масса. Денежные агрегаты. Денежное обращение. Наличное и безналичное обращение. Преимущества безналичного обращения. Элементы денежной системы РФ. Содержание денежной системы. Эмиссионный механизм. Инфляция и формы ее проявления. Виды инфляции. Умеренная инфляция. Галопирующая инфляция. Гиперинфляция.		2
	3 Управление финансами Социально-экономическая сущность и функции финансов; управление финансами; органы управления финансами в РФ. Министерство Финансов РФ и его структурные подразделения. Счетная палата РФ. Финансовая политика и финансовая система. Финансовая политика и ее типы. Классическая политика, регулирующая политика, планово-директивная политика. Финансовая система и ее звенья. Централизованные финансы и децентрализованные финансы. Финансовый рынок.		2
	4 Характеристика бюджетной системы РФ		2

		<p>Бюджетный процесс. Бюджетная система РФ и принципы ее построения. Структура доходов и расходов бюджета. Социально-экономическое значение внебюджетных фондов. Источники формирования внебюджетных фондов. Порядок формирования и использования внебюджетных фондов. Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации, Федеральный и территориальный фонды обязательного медицинского страхования.</p>		
5		<p>Организация и методы финансового контроля Формы и методы проведения финансового контроля. Виды финансового контроля. Понятие финансового контроля. Задачи финансового контроля. Задачи по проверке соблюдения законодательных и иных нормативных актов различного уровня. Задачи по обеспечению интересов собственника. Предмет финансового контроля. Принципы организации финансового контроля. Государственные структуры, осуществляющие финансовый контроль. Методы финансового контроля. Результат финансового контроля. Классификация финансового контроля.</p>		2
6		<p>Характеристика кредитной системы Функции кредита. Виды. Формы и уровни кредита. Ссудный процент. Ссудный капитал. Кредитный рынок. Кредитный договор. Участники кредитных отношений: Кредитор и заемщик. Принципы кредитования Основные принципы кредитования: возвратность, срочность и платность. Границы применения ссудного процента и источники его уплаты. Кредитный риск. Обеспеченность кредита. Банковская система: понятие и функции Центральный банк России, его цели и структура Ликвидность банка. Основная функция ЦБ РФ – эмиссия кредитных денег (банкнот) и регулирование денежного обращения. Уровни банковской системы. Пассивные и активные операции коммерческого банка. Виды коммерческих банков. Коммерческие банки и их функции. Депозиты до востребования и срочные депозиты. Специализированные банки. Универсальные банки. Собственные и привлеченные ресурсы банка.</p>		2
7		<p>Характеристика рынка ценных бумаг Цели, задачи и системы управления. Участники рынка ценных бумаг. Ключевые проблемы развития. Виды ценных бумаг. Основы деятельности фондовой биржи. Ключевые проблемы развития рынка ценных бумаг. Классификация рынка ценных бумаг. Первичный и вторичный рынок цен-</p>		2

		ных бумаг. Организованный и неорганизованный рынок ценных бумаг. Биржевой и внебиржевой рынок ценных бумаг.		
	Практические занятия		12	
	1	Составление заявления на открытие расчетного счета организации и заполнение карточки с образцами подписей лиц. Составление заявления на получение чековой книжки. Анализ объема и структуры совокупной денежной массы.		
	2	Распределение налогов по уровням бюджетной системы РФ.		
	3	Определение наращенной суммы.		
	4	Определение суммы процентов по вкладам.		
	5	Расчет рыночной стоимости ценных бумаг.		
	6	Расчет суммы дивидендов по акциям, процентного дохода по облигациям.		
Тема 1.2. Изучение налоговой системы Российской Федерации	Содержание		24	
	1	Организация налогового контроля, понятие и принципы налогообложения Налоговый кодекс РФ. Понятие налога, сбора. Принципы налогообложения. Функции налогов, роль налогов в формировании финансов общества. Составные элементы налога: налогоплательщик, объект налогообложения, налоговая база, налоговые льготы, налоговая ставка, налоговый оклад, порядок исчисления, срок уплаты налога и предоставления отчетности. Классификация налогов. Принципы построения налоговой системы РФ. Налоговая реформа и ее основные направления.	12	1
	2	Характеристика федеральных налогов, их классификация Налог на добавленную стоимость: понятие НДС, плательщики, объект налогообложения. Льготы по НДС, ставки, расчет суммы налога. Налоговые вычеты при исчислении НДС (зачет НДС). Определение суммы НДС, подлежащей уплате в бюджет. Сроки уплаты НДС в бюджет и предоставления отчетности.		2
	3	Характеристика акцизов Акцизы: назначение, плательщики, объект обложения. Ставки и методика расчета акциза. Сроки и порядок уплаты акцизов уплаты акцизов и предоставления отчетности.		2

	4	Характеристика НДФЛ, налога на прибыль Налог с доходов физических лиц: плательщики, объект налогообложения. Налоговые вычеты с доходов физических лиц, ставки, порядок исчисления, уплаты и предоставления отчетности. Доходы физических лиц, не подлежащие налогообложению. Налог на прибыль: плательщики, объект налогообложения, налоговая база. Доходы, учитываемые при налогообложении прибыли. Расходы, учитываемые при налогообложении прибыли. Доходы и расходы, не учитываемые при налогообложении прибыли. Методы признания доходов и расходов при расчете налоговой базы по налогу на прибыль. Налог на прибыль, ставки, порядок расчета, сроки уплаты и предоставления отчетности.		2
	5	Характеристика региональных, местных налогов, их классификация Налог на имущество организации: плательщики, объект налогообложения, ставки, расчет суммы налога, льготы. Порядок и сроки уплаты в бюджет. Транспортный налог: плательщики, объект налогообложения, ставки, расчет суммы налога, льготы. Порядок и сроки уплаты в бюджет. Земельный налог: плательщики, ставки, методика расчета, сроки уплаты. Арендная плата за землю и методика расчета.		2
	6	Изучение специальных налоговых режимов Упрощенная система налогообложения: налогоплательщики, объект налогообложения, налоговая база, налоговые ставки, порядок исчисления и уплаты налога. Единый налог на вмененный доход для отдельных видов деятельности: налогоплательщики, объект налогообложения, налоговая база, ставки, порядок расчета и уплаты.		2
	Практические занятия		12	
	1	Расчет налога на добавленную стоимость на товары.		
	2	Расчет акцизного налога с подакцизных товаров.		
	3	Расчет налога на доходы с физических лиц. Расчет налога на прибыль.		
	4	Расчет налога на имущество организаций.		
	5	Расчет транспортного и земельного налога.		
	6	Расчет единого налога при УСН и ЕНВД.		
	Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ Систематическая проработка конспектов занятий, учебной литературы (по вопро-		25 ¹	

	сам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ. Написание рефератов по темам дисциплины.		
	<p>Примерная тематика самостоятельной внеаудиторной работы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Исследование истории развития денег в России. 2. Изучение денежных единиц разных стран. 3. Тест «Сущность, функции и виды денег». 4. Исследование истории развития налоговой системы в России. 5. Написание реферата на тему: «Особенности инфляционного процесса в России». 6. Тест «Денежное обращение и денежная система». 7. Написание рефератов на темы «Выдающиеся финансисты в истории России», «Эволюция казначейской службы в России». 8. Составление схем «Финансовая система», «Финансовый контроль». 9. Тест «Финансы и финансовая система». 10. Составление схемы «Налоговые доходы бюджета». 11. Написание рефератов на темы: «Основные направления бюджетной политики России на современном этапе», «Роль налогов в формировании финансов государства». 12. Написание рефератов на темы: «Пенсионная реформа в России», «Перспективы развития медицинского страхования в России». 13. Составление схемы «Государственные социальные внебюджетные фонды». 14. Тест «Бюджет и внебюджетная система». 15. Написание рефератов на темы: «Рынок кредитных ресурсов и его структура», «Вексель как орудие коммерческого кредита». 16. Составление схемы «Формы кредита». 17. Изучение ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации». 18. Изучение ФЗ «О банках и банковской деятельности». 19. Составление схемы «Кредитная система РФ». 20. Изучение ФЗ «О рынке ценных бумаг». 21. Изучение ФЗ «Об акционерных обществах». 22. Составление схемы «Виды ценных бумаг». 23. Тематические тесты по налогообложению. 24. Написание рефератов на темы: «Экономическая и правовая сущность налогов», «Налоги в экономической системе общества», «Основы налогового права», «Кон- 		

	цепция налогового планирования».		
Раздел ПМ 2. Проведение анализа финансово-хозяйственной деятельности		72	
МДК.02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности		48	
Тема 2.1 Характеристика основ АФХД	Содержание	2	
1	<p>Характеристика целей и задач АФХД Содержание и предмет АФХД. Принципы анализа финансово-хозяйственной деятельности, связь анализа хозяйственной деятельности с другими науками. Цели и задачи АФХД. Виды и источники экономической информации. Требования к экономической информации. Классификация видов АФХД. Роль анализа финансово-хозяйственной деятельности. Место экономического анализа в системе управления.</p> <p>Применение методов и приемов АФХД Представление о методике анализа финансово-хозяйственной деятельности. Содержание методики. Последовательность проведения анализа финансово-хозяйственной деятельности. Способы анализа и их значение. Классификация методов АФХД. Особенности и область применения методов АФХД. Этапы анализа хозяйственной деятельности. Система показателей комплексного АФХД.</p>	2	2
Тема 2.2. Анализ реализации продукции	Содержание	8	
1	<p>Оценка динамики реализации продукции, ритмичности продаж Задачи и информационное обеспечение анализа. Анализ ассортимента и структуры продукции. Показатели объема реализации, оценка динамики реализации,</p>	4	2

		ритмичности продаж. Анализ выполнения плана, динамики товарооборота. Анализ и пути увеличения объемов продаж.		
	2	Анализ факторов влияющих на объем продаж Методика расчета влияния факторов на объем производства и реализации продукции. Порядок определения и обобщения величины резервов увеличения выпуска и реализации продукции. Источники резервов увеличения объема и реализации продукции.		2
	Практические занятия		4	
	1	Анализ динамики товарооборота, ритмичности продаж.		
	2	Расчет влияния факторов на показатели объема реализации продукции. Расчет резервов увеличения объема реализации.		
Тема 2.3. Анализ состояния и эффективности использования основных фондов	Содержание		6	
	1	Анализ состава и структуры основных фондов предприятия Цели, задачи, источники анализа. Анализ состава структуры и движения основных средств. Оценка технического состояния основных средств.	2	3
		Анализ эффективности использования основных фондов предприятия Показатели эффективности использования основных средств. Анализ эффективности основных средств. Резервы повышения эффективности основных средств.		
	Практические занятия		4	
	1	Анализ структуры технического состояния, движения основных средств.		
	2	Анализ показателей эффективности использования основных средств.		
Тема 2.4. Анализ эффективности использования материальных ресурсов	Содержание		4	
	1	Анализ состояния товарных запасов и скорости товарного обращения Задачи анализа. Источники образования. Расчет товарных запасов в днях оборота. Расчет товарооборачиваемости. Расчет суммы высвобожденных или замороженных средств.	2	2
		Анализ объема ритмичности, комплектности поставок Задачи анализа. Источники информации. Методика анализа объема ритмичности. Методика анализа комплектности поставок.		
	Практические занятия		2	
	1	Анализ показателя эффективности использования материальных ресурсов. Анализ товарных запасов и товарооборачиваемости.		

Тема 2.5. Анализ использования трудовых ресурсов	Содержание		8	
	1	Анализ обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами и эффективность их использования Анализ численности состава, структуры кадров и их классификация. Анализ производительности труда. Анализ использования фонда рабочего времени. Анализ эффективности использования трудовых ресурсов. Анализ трудоемкости продукции.	4	2
	2	Анализ фонда оплаты труда Значение и задачи анализа. Методика анализа фонда заработной платы. Определение абсолютного и относительного отклонения по фонду заработной платы. Анализ уровня оплаты труда персонала предприятия с учетом инфляции. Анализ эффективности использования фонда заработной платы.		2
	Практические занятия		4	
	1	Анализ состава, движения кадров. Анализ производительности труда.		
	2	Анализ фонда оплаты труда и факторов, влияющих на объем реализации.		
Тема 2.6. Анализ затрат	Содержание		4	
	1	Анализ общей суммы затрат на производство и реализацию продукции Значение, объекты, задачи анализа себестоимости продукции. Источники данных для анализа. Группировка затрат по элементам и статьям затрат. Постоянные и переменные издержки. Факторы изменения общей суммы затрат на производство продукции.	2	2
		Определение резервов снижения себестоимости продукции Источники и методика определения резервов снижения себестоимости. Порядок расчета резервов сокращения производственных и коммерческих расходов, увеличения выпуска продукции и суммы дополнительных затрат на их освоение.		
Практические занятия		2		
	1	Анализ издержек обращения в целом и по отдельным статьям расходов. Анализ издержек обращения в целом по элементам затрат. Расчет влияния факторов на издержки обращения.		

2.7. Анализ финансовых результатов	Содержание		8	
			4	
	1	Анализ прибыли организации Формирование и расчет показателей прибыли от реализации, прибыли до налогообложения, чистой прибыли. Анализ динамики структуры прибыли. Факторный анализ прибыли.		2
	2	Анализ рентабельности Система показателей рентабельности, их характеристика и факторный анализ рентабельности. Резервы увеличения прибыли, повышения рентабельности. Оценка показателей финансовой устойчивости организации.		2
	Практические занятия		4	
	1	Анализ влияния факторов на прибыль от продаж.		
2	Анализ влияния факторов на прибыль до налогообложения. Анализ влияния факторов на уровень рентабельности.			
Тема 2.8. Анализ финансового состояния, деловой активности организации	Содержание		8	
	1	Анализ финансового состояния предприятия Экспресс – анализ финансового состояния. Анализ имущественного положения. Оценка структуры, состава и динамики собственных оборотных средств.	4	2
	2	Анализ и оценка финансовой устойчивости организации. Характеристика типов финансовой устойчивости. Понятие ликвидности организации, ликвидности активов, платежеспособности организации. Анализ финансовых коэффициентов и их группировка по экономическому смыслу. Расчет коэффициента финансовой независимости, платежеспособности, финансовой устойчивости.		3
Практические занятия		4		
	1	Анализ финансового состояния организации		
	2	Анализ деловой активности организации		

<p>Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ Систематическая проработка конспектов занятий, учебной литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ. Написание рефератов по темам дисциплины.</p> <p style="text-align: center;">Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Определение показателей хозяйственной деятельности организации по формам отчетности. 2. Расчет показателей, характеризующих эффективность использования капитала. 3. Исследование бухгалтерского баланса и оформление заключения о степени его ликвидности. 4. Определение показателей деловой активности и оформление заключения о конкурентоспособности. 5. Составление аналитической записки по результатам исследований 		24²		
<p>Раздел ПМ 3. Организация и проведение маркетинговой деятельности</p>		150		
<p>МДК.02. 03 Маркетинг</p>		100		
<p>Тема 3.1 Изучение теории и практики маркетинга, его социально-экономической сущности</p>	Содержание		8	
	1	<p>Понимание сущности маркетинга и его роли в экономике Характеристика основных понятий маркетинга. Экономическая значимость маркетинга как науки.</p>	6	1
	2	<p>Концепция развития рыночных отношений Интерпретация основных концепций развития рыночных отношений, их отличительные особенности. Маркетинг как одна из современных концепций. История возникновения и основные этапы развития маркетинга.</p>		1
	3	<p>Типы маркетинга в зависимости от состояния спроса на рынке Комбинация различных стратегических и тактических приемов маркетинга в зависимости от условий на рынке. Виды спроса и соответствующие им типы маркетинга .</p>		2
	Практические занятия		2	

	1	Выявления потребности и применение соответствующего типа маркетинга с целью формирования спроса и стимулирования сбыта товаров.		
	Содержание		6	
Тема 3.2 Понимание маркетинга как философии бизнеса и интегрирующей функции менеджмента предприятия	1	Классификация маркетинга. Разработка комплекса маркетинга Структурирование видов маркетинга по приоритетности задач. Характеристика видов маркетинговой деятельности. Составляющие комплекса маркетинга. Характеристика ключевых элементов. Изучение расширенной модели маркетинга - микс.	4	2
	2	Организационные структуры службы маркетинга на предприятии Их характеристика по графическому, товарному, рыночному и матричному принципу. Особенности инновационного маркетинга.		2
	Практические занятия		2	
	1	Выбор типа организационной структуры предприятия (линейный, функциональный, матричный, дивизиональный) и составление варианта укрупненной оргструктуры управления предприятием.		
Тема 3.3 Характеристика маркетинговой среды предприятия	Содержание		6	
	1	Окружающая среда маркетинга Понятие маркетинговой среды. Виды маркетинговой среды, факторы, формирующие окружающую среду.	4	2
	2	Основные факторы макросреды и микросреды функционирования фирмы Характеристика поставщиков, конкурентов, контактных аудиторий, маркетинговых посредников. Характеристика законодательных, технологических, экономических, климатических, социально-демографических, культурных факторов.		2
	Практические занятия		2	
1	Анализ окружающей среды торговой организации.(на примере конкретного предприятия) и выработка конструктивных решений, оптимизирующих работу предприятия.			
Тема 3.4 Изучение субъектов маркетинговой деятельности	Содержание		6	
	1	Субъекты маркетинговой деятельности, их характеристика Основные группы субъектов маркетинга. Актуальные направления маркетинговой деятельности организации.	4	2
	2	Характеристика потребителей. Классификация потребителей по различ-		2

		ным признакам. Факторы, влияющие на поведение потребителей на рынке. Модель покупательского поведения. Изучение теорий мотивации поведения потребителей и их анализ. Поиск информации и принятие решений о покупке.		
	Практическое занятие		2	
	1	Анализ поведения потребителей при совершении покупки (решение ситуационных задач).		
Тема 3.5 Сегментирование рынка по наиболее значимым параметрам	Содержание		10	
	1	Применение многофакторной модели сегментирования рынка Назначение сегментирования. Признаки сегментирования потребительского рынка.	6	2
	2	Выбор целевого сегмента Критерии выбора сегмента рынка: количественные параметры, доступность сегмента для предприятия, существенность сегмента		2
	3	Позиционирование товара Факторы, определяющие позицию товара на рынке. Назначение, условия правильного позиционирования товара на рынке, альтернативные способы позиционирования товаров.		2
	Практические занятия		4	
	1	Определение места предложение товара на рынке. Выделение сегмента потребителей внутри идентифицированного рынка и выработка решений относительно целевой аудитории (решения ситуационных задач).		
	2	Выбор и обоснование стратегии позиционирования товара, учитывая наиболее значимые факторы. Решение ситуационных задач		
Тема 3.6 Характеристика товара как объекта маркетинга	Содержание		12	
	1	Маркетинговое понимание товара Понятие товара. Интегрированная модель товара. Три уровня товара. Функции товара, их особенности	4	2
	2	Концепция жизненного цикла товара. Классификация товаров Факторы маркетинга, учитываемые на различных фазах жизненного цикла товара..Рыночная атрибутика товара. Инновационная политика предприятия. Понятие бренда.		2
	Практические занятия		8	
	1	Определение этапа жизненного цикла продукции и разработка инновационных		

		маркетинговых мероприятий		
	2	Построение графиков жизненного цикла товаров, используя результаты маркетинговой информации.		
	3	Применение товарно-знаковой символики. Анализ товарного знака как гаранта качества продукции. Анализ объективных и субъективных компонентов оценки бренда.		
	4	Разработка позиционирования торговой марки. Применение пирамиды ценностей товарной марки.		
Тема 3.7 Изучение конкурентной среды и конкурентоспособности товаров	Содержание		8	
	1	Конкуренция и конкурентоспособность Понятие конкуренции, роль в рыночной экономике. Виды конкуренции и их характеристика.	4	2
	2	Конкурентоспособность предприятия и товара Методы оценки конкурентоспособности. Факторы, определяющие конкурентоспособность предприятия. Параметры качества и конкурентоспособности товаров.		2
	Практические занятия		4	
	1	Оценка конкурентоспособности товара. Применение закона потребительской ценности.		
	2	Оценка конкурентоспособности организации и установление ее конкурентных преимуществ (решение ситуационных задач)		
Тема 3.8 Понимание современной стратегии ценообразования в маркетинге	Содержание		8	
	1	Применение стратегии ценообразования Основные понятия: цена, политика и стратегия ценообразования. Цели, задачи и направления формирования цен.	.	2
	2	Особенности стратегии ценообразования на новые и известные товары Методы ценообразования: ориентированные на затраты, на потребителей, на конкурентов. Их характеристика. Формирование рыночной равновесной цены.		2
	Практические занятия		4	
	1	Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики организации		
2	Выбор и обоснование конкурентной стратегии установления цены по заданным параметрам. Решение ситуационных задач			
Тема 3.9 Применение эффектив-	Содержание		8	
	1	Актуальные направления сбытовой политики предприятия	4	2

ных средств распространения товара		Понятие о сбыте и сбытовой политике. Каналы сбыта, их виды. Стратегия сбыта.		
	2	Торговые посредники: виды и типы Краткая характеристика посредников разных типов. Факторы, влияющие на выбор посредников.		2
	Практические занятия		4	
	1	Установление уровней каналов распространения товаров и оценка эффективности сбытовой политики организации (решение ситуационных задач).		
	2	Анализ посредников разных типов, оценка эффективности их деятельности		
Тема 3.10. Методология маркетинговых исследований	Содержание		14	
	1	Сущность маркетинговых исследований и алгоритм их проведения Маркетинговые исследования, цели и объекты. Основные виды и этапы исследований.	4	2
	2	Систематизация маркетинговой информации Классификация типов маркетинговой информации и источников ее получения Изучение методов исследования		2
	Практические занятия		10	
	1	Овладение методикой проведения опросов потребителей по выявлению потребностей. Анализ результатов опроса		
	2	Применение методов формирования спроса и стимулирования сбыта (семинар).		
	3	Использование методов сбора маркетинговой информации и составление анкет потребительских предпочтений.		
	4 5	Участие в проведении маркетинговых исследований рынка и выработка маркетинговых решений (на примере конкретной группы товаров)		
Тема 3.11 Разработка комплекса маркетинговых коммуникаций	Содержание		10	
	1	Маркетинговые коммуникации: понятие, цель Средства продвижения товара. Функции promotion. Продвижение как процесс маркетинговых коммуникаций	4	2
	2	Характеристика рекламы как средства коммуникации Изучение видов маркетинговых коммуникаций и их характеристика. Создание модели потребительского восприятия рекламы. Факторы, влияющие на эффективность рекламы.		2
	Практические занятия		6	

	1	Измерение коммуникативной эффективности рекламы. Методы оценки.		
	2	Анализ правовых аспектов рекламы в соответствии с законом РФ «О рекламе».		
	3	Решение ситуационных задач на предмет определения экономической эффективности рекламных акций, применяемых фирмами по стимулированию задач		
Тема 3.12 Планирование маркетинговой деятельности	Содержание		4	
	1	План маркетинга как составная часть бизнес-плана предприятия Планирование маркетинга на предприятии Основные компоненты маркетингового плана. Базисные стратегии развития бизнеса	2	2
	Практические занятия		2	
	1	Анализ трех уровней стратегического развития предприятия. Применение матрицы И.Ансоффа «товар – рынок». Преимущества и недостатки матрицы.		
Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ			50 ³	
<p>- систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной экономической литературы, выполнение практических заданий по основополагающим темам дисциплины;</p> <p>-решение практических заданий, предлагаемых преподавателем, используя действующую нормативную и правовую базу.</p> <p>-прочтение дополнительной литературы по актуализации теоретических знаний, полученных в процессе изучения данной дисциплины;</p> <p>-подготовка и составление кратких обзоров (докладов) по темам, предложенным преподавателем с последующим обсуждением на практических занятиях и семинарах;</p> <p>-проведение самостоятельных маркетинговых исследований по изучению спроса потребителей и выработка рекомендаций по улучшению торгового обслуживания покупателей;</p> <p>-составление словаря базовых понятий при изучении учебной дисциплины;</p> <p>-поиск и обзор литературы и электронных источников информации по индивидуальным заданиям;</p> <p>-написание рефератов о состоянии и прогнозах развития потребительского рынка России;</p> <p>-использование Интернет-ресурсов при подготовке к учебным занятиям.</p> <p>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Проведение маркетинговых исследований на предмет потребительских предпочтений, используя разнообразие полевого метода сбора информации 2. Расчет показателей, характеризующих конкурентоспособность организаций 3. Определение этапа жизненного цикла продукции и разработка инновационных маркетинговых мероприятий 4. Определение параметров качества и конкурентоспособности товаров 				

5. Решение ситуационных задач, моделирующих профессиональную деятельность менеджера по продажам для принятия оптимальных управленческих решений в торговых предприятиях.		
<p>Производственная практика – (по профилю специальности) итоговая</p> <p>Виды работ:</p> <p>1. Пользование нормативными документами в области налогообложения, регулируемыми механизм и порядок налогообложения организации;</p> <p>2. Расчет основных налогов: НДС, акцизы, НДФЛ, Налог на имущество организаций, транспортный налог, земельный налог.</p> <p>3. Составление и расчет аналитических таблиц основных показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятия на основе данных бухгалтерской отчетности. Динамика результатов финансово-хозяйственной деятельности предприятия за 2 года (приросты и темпы прироста).</p> <p>4. Обобщение выводов и рекомендаций по результатам расчетов, их интерпретация и выявление резервов улучшения финансового состояния предприятия.</p> <p>5. Участие в проведении маркетинговых исследований рынка на предмет изучения потребительских предпочтений. Разработка анкеты и анализ основных стадий процесса принятия решения о покупке.</p> <p>6. Оценка конкурентоспособности товаров, конкурентных преимуществ организации и степени удовлетворенности потребителей. Построение диаграммы. Проведение опроса потребителей и систематизация полученных данных.</p>	36	
ВСЕГО:	333	

- 1- в т.ч. 4 часа консультаций
- 2- в т.ч. 4 часа консультаций
- 3- в т.ч. 12 часов консультаций

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинетов:

Кабинет финансов, налогов и налогообложения

Кабинет оборудован:

- стол преподавателя – 1 шт.
- стол аудиторный двухместный - 18 шт.,
- стулья аудиторные - 35 шт.
- компьютерные столы – 6 шт.
- доска аудиторная для написания мелом – 1 шт.
- тумба – 2 шт.

Технические средства обучения:

- персональный компьютер в сборе - 8 шт.
- МФУ лазерное Canon i-sensys MF 4410 - 1 шт.

Программное обеспечение:

- Microsoft Windows XP Professional Open License: 47818817;
- Microsoft Office Professional Plus 2007 Open License: 43219389;
- 7-Zip Свободная лицензия GNU LGPL;
- Adobe Acrobat Reader DC Бесплатное программное обеспечение;
- Mozilla Firefox Свободное программное обеспечение GNU GPL и GNU LGPL;
- Google Chrome Свободная лицензия BSD;
- “1С: Предприятие” версии 8 Договор о сотрудничестве от 27.07.2011
- комплект бланков документации;
- комплект учебно-методической документации;
- наглядные пособия (комплект плакатов по экономике);
- презентации;
- аудио- и видеоматериалы.

Кабинет менеджмента, управления персоналом и маркетинга

Кабинет оборудован:

- стол преподавателя – 1 шт.;
- стол аудиторный двухместный – 15 шт.;
- стулья аудиторные – 30 шт.;
- доска аудиторная для написания мелом – 1 шт.;
- тумба – 2 шт.;
- персональный компьютер в сборе - 1 шт.
- мобильный ПК (ноутбук) Asus M51V - 1 шт.
- МФУ лазерное Canon i-sensys MF 4018 - 1 шт.

Программное обеспечение:

- Microsoft Windows XP Professional Open License: 47818817;
- Microsoft Office Professional Plus 2007 Open License: 43219389;

- 7-Zip Свободная лицензия GNU LGPL;
- Adobe Acrobat Reader DC Бесплатное программное обеспечение;
- Mozilla Firefox Свободное программное обеспечение GNU GPL и GNU LGPL;
- Google Chrome Свободная лицензия BSD
- комплект учебно-методической документации;
- наглядные пособия (комплект плакатов по экономике);
- презентации;
- аудио- и видеоматериалы

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику, которую рекомендуется проводить концентрированно.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основная литература

1. Рубцова, Л.Н. Финансы, денежное обращение и кредит [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/Л.Н.Рубцова; Ю.А. Чернявская. - Финансы, денежное обращение и кредит, 2019-03-06 . - Москва: Русайнс, 2016 . - 309 с. - Книга находится в базовой версии ЭБС IPRbooks. - ISBN 978-5-4365-0677-7
2. Налоги в Российской Федерации [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Колчин С.П.-М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10500>.-ЭБС «IPRbooks»
3. Чалдаева, Л. А. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник для СПО / А. В. Дыдыкин ; под ред. Л. А. Чалдаевой. - 3-е изд., испр. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2018. -381 с. - (Серия : Профессиональное образование). - ISBN 978-5-534-02963-5. - Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/ECF949DB-7BB0-4E04-886D-53864A19D7D5
4. Теория анализа хозяйственной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Стражев В.И. Минск: Вышэйшая школа, 2014. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35551>.- ЭБС «IPRbooks»
5. Романов А.А. Маркетинг: учебное пособие / Романов А.А., Басенко В.П., Жуков Б.М.— М.: Дашков и К, 2016. 440— с. <http://www.iprbookshop.ru/35291>
6. Маркетинг: учебник/ Т.М. Дьякова.-М.: Вузовское образование,2014. Режим доступа: (<http://www.iprbookshop.ru/21548.html>)

Дополнительная литература

1. Финансы, денежное обращение и кредит: учебник /Л.В. Перекрестова, Н.М. Романенко, С.П. Сазонов. -11-е изд., перераб. и доп.- М.: Академия, 2014.

2. Финансы и кредит [Электронный ресурс]: учебное пособие / Балихина Н.В., Косов М.Е.- Электрон. текстовые данные.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.- 303 с.- Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/21010>.- ЭБС «IPRbooks»
3. Налоги и налогообложение: учебник и практикум/под ред. Д.Г. Черника, Ю.Д. Шмелева. –М.: Юрайт, 2015.
4. Налоги и налогообложение: учебник/ О.В. Скворцов.-М.: Академия, 2014.
5. Финансы, денежное обращение и кредит/ О.Е. Янин. – М.: Академия, 2014.
6. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник / Л.Н. Чечевицына, К.В. Чечевицын.-7-е изд.- Ростов н/Д, 2014.
7. Маркетинг: учебник для бакалавров/ под ред. Л.А. Данченко.- М.: Юрайт, 2015.

Интернет- ресурсы

1. www.minfin.ru (официальный сайт министерства финансов РФ)
2. www.budgetrf.ru (сайт «Бюджетная система РФ»)
3. www.gks.ru (официальный сайт Госкомстата РФ)
4. <http://www.nalog.ru> -официальный сайт Федеральной налоговой службы
5. www.rg.ru (официальный сайт Российской газеты)
6. www.retailclub.ru (официальный сайт Консалтинговая группа супер-розница)
7. www.vitrina.ru (официальный сайт Ассоциация Коммуникационных Агентств России)
8. www.4p.ru (официальный сайт Маркетинг журнал 4p.ru)
9. www.marketing.spb.ru (официальный сайт Интернет-проект «Энциклопедия маркетинга».)

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Обязательным условием проведения учебных занятий по профессиональному модулю является наличие оборудованных рабочих мест учебных кабинетов по количеству обучающихся.

Обязательным условием допуска к производственной практике (по профилю специальности) в рамках профессионального модуля **Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности** является наличие у обучающегося документально оформленного медицинского заключения о соответствии состояния здоровья условиям работы в данной профессиональной области.

Предшествовать освоению модуля **Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности** должно изучение дисциплин «Экономика организации», «Статистика», «Бухгалтерский учет», «Правовое обеспечение профессиональной деятельности». При изучении модуля с обучающимися проводятся консультации как со всей группой, так и индивидуально.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических (инженерно-педагогических) кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля **Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности** и специальности **38.02.04 Коммерция (по отраслям)**.

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой.

Инженерно-педагогический состав: дипломированные специалисты - преподаватели междисциплинарных курсов, а также общепрофессиональных дисциплин: «Экономика организации», «Статистика», «Бухгалтерский учет», «Правовое обеспечение профессиональной деятельности».

Мастера: дипломированные специалисты, имеющие высшее профильное образование. Обязательным требованием является стажировка 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) и участвовать в их инвентаризации.	<ul style="list-style-type: none"> - правильность выборки и группировки данных оперативного учета и отчетности для расчета основных показателей деятельности организации; - точность сравнения показателей отчетного периода с плановыми показателями для определения результатов деятельности организации; - соблюдение порядка учета товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) в соответствии с инструкцией №94н от 31.10.2000г. - соблюдение требований инструкции №49 13.06.1995 г. «Методические указания по инвентаризации проведения имущества и финансовых обязательств» 	<p>Наблюдение и оценка в ходе практической работы, практики;</p> <p>Тестирование;</p> <p>Оценка в рамках текущего контроля в ходе проведения производственной практики;</p> <p>Экзамен квалификационный.</p>
Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизирован-	<ul style="list-style-type: none"> -своевременность и правильность документального оформления операций по движению товаров с использованием программного обеспечения; -составление документов на основе привлеченной нормативной документа- 	

ных систем.	ции; -соблюдение порядка хранения товарных документов;	
Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.	-верность применения экономических методов в практических ситуациях; - точность расчетов основных экономических показателей текущего планирования деятельности организации; -последовательность и точность анализа эффективности использования ресурсных возможностей организации.	
Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.	-верность расчетов основных экономических показателей работы организации; -точность определения цены товара; -грамотность в планировании фонда оплаты труда; -правильность расчетов заработной платы различным категориям работников.	
Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.	-правильность оценки степени выявления потребностей ; -последовательность и точность соответствия типам маркетинга; -точность обеспечения целей организации по формированию спроса и стимулированию сбыта.	
Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.	-сформировать комплекс маркетинговых коммуникаций; -целесообразность приме-	

	<p>нения средств продвижения товара;</p> <p>-эффективность применения маркетинговых коммуникаций.</p>	
<p>Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.</p>	<p>-последовательность сбора, отображения маркетинговых исследований рынка;</p> <p>-анализ данных по разным аспектам маркетинговых исследований;</p> <p>-точность в разработке и реализации маркетинговых решений;</p>	
<p>Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.</p>	<p>-грамотность осуществления сбытовой политики организации;</p> <p>-последовательность и точность в оценке конкурентоспособности товаров;</p> <p>-точность в оценке конкурентных преимуществ организации.</p>	
<p>Применять методы и приемы анализа финансово- хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты;</p>	<p>-правильность выбора методов и приемов анализа финансово-хозяйственной деятельности;</p> <p>-верность анализа финансового состояния организации;</p> <p>-верность расчетов с банками и другими кредитными организациями, бюджетом, покупателями, поставщиками;</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 результа- тов подготовки	Формы и методы контроля
Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация интереса к будущей профессии; - участие в олимпиадах по специальности, студенческих конференциях, профессиональных конкурсах; - положительная динамика успеваемости; - минимизация пропусков занятий. 	<p>Интерпретация результатов наблюдения за деятельностью обучающихся.</p> <p>Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практик.</p>
Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	<ul style="list-style-type: none"> - рациональность планирования собственной деятельности; - осознанность выбора общепринятых способов решения профессиональных задач; - своевременность и полнота выполнения планируемых мероприятий; - адекватность оценки собственной деятельности. 	<p>Участие в конференциях, внеурочных мероприятиях.</p> <p>Экспертная оценка решений ситуационных задач.</p> <p>Защита рефератов.</p>
Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	<ul style="list-style-type: none"> - проявление инициативы в управлении стандартными и нестандартными ситуациями; - обоснованность выбора способов решения стандартных и нестандартных ситуаций; - готовность нести ответственность за собственные решения. 	<p>Анализ самостоятельной работы.</p>
Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	<ul style="list-style-type: none"> - оперативность поиска и использования информации для выполнения профессиональной деятельности; - систематизация и обобщение необходимой информации для выполнения профессиональных задач; - эффективность применения информации для профессионального и личностного роста. 	

<p>Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями</p>	<ul style="list-style-type: none"> - эффективность общения и взаимодействия в коллективе и команде для достижения общих целей; - осознанность выполнения своих функций в коллективе и команде; - соблюдение принципов делового общения; - отсутствие конфликтов. 	
<p>Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации .</p>	<ul style="list-style-type: none"> - осуществление организации работы членов команды (подчиненных); - своевременность контроля над деятельностью членов команды (подчиненных); - самоанализ и коррекция результатов собственной работы. 	
<p>Логически верно, аргументированно и ясно излагать устную и письменную речь</p>	<ul style="list-style-type: none"> - демонстрация навыков делового общения, культуры поведения, взаимодействия с членами коллектива; - соблюдение принципов профессиональной этики. 	
<p>Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.</p>	<ul style="list-style-type: none"> -отслеживание изменений в законодательстве, нормативных документах в области экономики, финансов, налогообложения. 	