

Приложение № 30.1
к основной образовательной программе
подготовки специалистов среднего звена

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ» (МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

**Ивантеевский филиал
Московского политехнического университета**

УТВЕРЖДАЮ
Заместитель директора филиала
по учебной работе

Н.А. Барышникова

01 сентября 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ.02. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И
МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**для специальности среднего профессионального образования
38.02.04 Коммерция (по отраслям)**

Рабочая программа учебной дисциплины **ПМ.02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности** разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования 38.02.04 Коммерция (по отраслям) (утв. приказом Министерства образования и науки РФ от 15 мая 2014 г. N 539, зарегистрировано Министерстве юстиции Российской Федерации 25 июня 2014 года, регистрационный № 32855)

Организация-разработчик:	<u>Ивантеевский филиал Московского политехнического университета</u>
Разработчики:	<u>Е.Н. Губашева, преподаватель</u> <u>В.В. Хорошилова, преподаватель</u> <u>Е.К. Лобашевская, преподаватель</u>
Рецензент:	<u>О.М. Смирнов, генеральный директор ООО «Адвентика»</u>

Одобрена цикловой комиссией
Экономики и управления
Протокол № 1 от «30» августа 2021 г.

Председатель ЦК _____ Е.К. Лобашевская

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	7
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	9
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ.....	25
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	28

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1. Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО **38.02.04 Коммерция** 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.

1.2. Цели и задачи модуля – требования к результатам освоения модуля

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 правовыми актами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;
- рассчитывать основные налоги;
- анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;
- применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;
- выявлять, формировать и удовлетворять потребности;
- обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
- проводить маркетинговые исследования рынка;
- оценивать конкурентоспособность товаров;
- *определять виды финансовых инструментов;*
- *рассчитывать ссудные проценты;*
- *рассчитывать страховые взносы в ПФ РФ, ФФОМС, ФСС;*
- *прогнозировать финансовые результаты;*
- *определять жизненный цикл товаров;*
- *планировать рекламную кампанию;*
- *создавать рекламные тексты, рекламные плакаты.*

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. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 416 часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 60 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 284 часа;

учебная практика - 36 часов;

производственная практика - 36 часов.

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:

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 в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного роста, 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

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля*	Всего часов (макс. учебная нагрузка и практики)	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Консультации, часов	Практика	
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося			Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
			Всего, часов	в т.ч. 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 2.1-2.4	Раздел 1. Финансы, налоги и налогообложение	132	10	6		122	-	-	-	-
ПК 2.9	Раздел 2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности	80	26	12	-	54	-	-	-	-
ПК 2.5-2.8	Раздел 3. Маркетинг	132	24	8		108	-	-	-	-
ПК 2.1-2.9	Учебная практика, часов	36							36	
ПК 2.1-2.9	Производственная практика, часов	36							36	
	Всего:	416	60	28	-	284	-	-	72	

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) (если предусмотрены)	Объем часов
1	2	3
Раздел 1. Финансы, налоги и налогообложение		88
МДК.02.01. Финансы, налоги и налогообложение		88
Обязательная аудиторная работа обучающегося		10
Тема 1.1. Сущность финансов, финансовая система и финансовая политика	Содержание	10
	1. Сущность, функции финансов и их роль в экономике. Структура финансов. Финансовые потоки и их взаимосвязь.	2
	2. Структура финансовой системы. Органы управления финансовой системой.	2
	Практические занятия	6
	1. Финансовые инструменты. 2. Финансовая политика.	
Тема 1.2. Государственные финансы. Финансы и финансовая система РФ	1. Бюджетный процесс РФ.	
Самостоятельная работа обучающегося		122
Тема 1.1. Сущность финансов, финансовая система и финансовая политика	Содержание	2
	Финансовая политика, ее задачи и содержание. Финансовый механизм, его структура и роль в реализации финансовой политики.	
Тема 1.2. Государственные финансы. Финансы и финансовая система РФ	Содержание	10
	1. Понятие, основные звенья, социально-экономическая сущность государственных финансов. Финансовая система РФ. Управление финансами и финансовая политика	2

	2.	Государственный бюджет, структура доходов бюджета. Состав и структура расходов бюджета. Сущность налогов и их роль в формировании бюджета.	2
	3.	Использование фондов социального обеспечения граждан. Пенсионный фонд РФ, Фонд социального страхования РФ, система фондов обязательного медицинского страхования РФ	2
	Практические занятия		4
	2.	Участники бюджетного процесса.	
Тема 1.3. Финансы организаций различных форм собственности	Содержание		14
	1.	Сущность и функции финансов организаций. Управление финансовой деятельностью организаций. Основные принципы и факторы, влияющие на организацию финансов.	2
	2.	Особенности формирования финансовых ресурсов организаций различных форм собственности.	2
	3.	Финансы и движение основного и оборотного капитала организации. Источники финансирования капитальных вложений.	2
	Практические занятия		8
	1.	Ссудный кредит	
	2.	Простые ссудные проценты.	
	3.	Сложные ссудные проценты.	
	4.	Расчет показателей эффективности использования основного и оборотного капитала	
Тема 1.4. Страхование	Содержание		8
	1.	Сущность и функции страхования. Классификация и виды страхования. Рынок страховых услуг и его структура	2
	Практические занятия		6
	1.	Пенсионный фонд РФ.	
	2.	Фонд социального страхования. Федеральный фонд обязательного медицинского страхования.	
3.	Расчет страховых взносов во внебюджетные фонды РФ.		
Тема 1.5. Финансовый контроль	Содержание		2
	1.	Финансовый контроль, формы и методы его проведения. Виды финансового контроля	2
Тема 1.6. Современная	Содержание		8

банковская и кредитная системы.	1.	Банковская система РФ, ее структура. Функции и задачи операции ЦБ РФ. Пассивные и активные операции ЦБ РФ. Роль ЦБ РФ в регулировании денежно-кредитной системы.	2
	2.	Коммерческий банк. Функции и операции коммерческих банков. Депозитные операции коммерческих банков	2
	3.	Сущность, функции и формы кредита. Принципы кредитования. Кредитные операции коммерческих банков	2
	Практические занятия		2
	1.	Оформление банковских расчетно-кассовых документов	
Тема 1.7. Рынок ценных бумаг	Содержание		4
	1.	Понятие и задачи рынка ценных бумаг, функции и виды рынка ценных бумаг. Понятие фондовой биржи, функции, участники фондовой биржи. Виды ценных бумаг.	2
	Практические занятия		2
Тема 1.8 Инвестиции и инвестиционная политика	Содержание		6
	1.	Понятие и виды инвестиций. Источники и методы финансирования капитальных вложений. Краткосрочное и долгосрочное финансирование и кредитование, их принципы.	2
	2.	Показатели эффективности инвестиционных проектов: их характеристика и методика расчета.	2
	Практические занятия		2
Тема 1.9. Валютная система и международные финансовые отношения	1.	Расчет показателей эффективности инвестиционных проектов.	
	Содержание		2
	1.	Валюта. Валютный курс. Валютная система. Национальная, мировая и международная валютные системы. Особенности валютной системы РФ. Международные финансовые отношения.	2
Тема 1.10. Федеральные налоги	Содержание		8
	1.	Понятие, элементы, функции и классификация налогов. Налоговая нагрузка.	2

	2.	Экономическая сущность. Налогоплательщики Объект налогообложения и формирование налоговой базы Ставки налогов и порядок определения налоговой базы. Системы налоговых вычетов и их применение. Сроки уплаты. Налоговая отчетность	2
	Практические занятия		4
	1.	Решение задач по расчету налога на добавленную стоимость и акцизов.	
	2	Решение задач по расчету налога на прибыль.	
Тема 1.11. Региональные налоги	Содержание		4
	1.	Экономическая сущность налога на прибыль организаций, его роль в налоговой системе. Налогоплательщики Объекты налогообложения прибыли. Порядок определения налоговой базы Налоговые ставки Сроки уплаты налога. Налоговая отчетность.	2
	Практические занятия		2
	1.	Решение задач по расчету налога на имущество организаций и транспортного налога.	
Тема 1.12. Местные налоги	Содержание		6
	1.	Экономическая сущность. Налогоплательщики Объект налогообложения и формирование налоговой базы. Ставки налога. Налоговый и отчетный период Налоговые вычеты: стандартные, социальные, имущественные, профессиональные. Сроки уплаты. Налоговая отчетность	2
	Практические занятия		4
	1.	Решение задач по расчету налога на доход с физических лиц	
	2.	Решение задач по расчету налога на имущество физических лиц.	
Тема 1.13. Специальные налоговые режимы	Содержание		6
	1.	Экономическое содержание. Законодательная база Налогоплательщики Объект налогообложения. Налоговая ставка Налоговый и отчетный период. Сроки уплаты.	2
	Практические занятия		4

	1.	Решение задач по расчету налогов в связи с применением специальных налоговых режимов.	
	2.	Решение задач по расчету налогов в связи с применением специальных налоговых режимов.	
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы, изучение нормативно-правовой документации. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя. Решение задач.			44
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы			
1. Изучение отдельных статей Бюджетного и Налогового Кодекса РФ. 2. Поиск, изучение и анализ информации на сайтах субъектов финансовой системы. 3. Решение задач.			
Раздел 2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности			80
МДК.02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности			
Обязательная аудиторная работа обучающегося			26
Тема 2.1 Экономический анализ: научные основы, предмет и задачи, методы и приемы	Содержание		
	1.	Научные основы экономического анализа и его значение в условиях рыночной экономики. Предмет и задачи экономического анализа.	2
Тема 2.2 Анализ и управление объемом производства и продаж	Содержание		
	1.	Анализ объема продаж. Анализ выпуска продукции. Основные источники информации для проведения анализа. Анализ обновления и качества продукции. Анализ ритмичности производства.	2
	Практические занятия		
	1.	Расчет и анализ показателей объема производства и реализации продукции.	2
Тема 2.3 Анализ технико-организационного уровня производства.	Содержание		
	1.	Сущность и основные показатели технико-организационного уровня производства. Анализ технической оснащенности производства, оценка технического уровня и возрастного состава фондов.	2
Тема 2.4 Анализ	Содержание		

обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами и эффективности их использования	1.	Анализ трудовых показателей. Анализ численности и структуры персонала предприятия и его структурных подразделений.	2
	Практические занятия		
	1.	Анализ показателей по труду и оплате труда в организации	2
Тема 2.5 Анализ обеспеченности предприятия основными фондами и эффективности их использования	Содержание		
	1.	Анализ использования производственной мощности. Анализ обеспеченности предприятия основными фондами. Структура основных фондов.	2
	2.	Анализ технического состояния основных фондов. Анализ использования основных фондов. Анализ фондоотдачи	2
	Практические занятия		2
	1.	Анализ динамики, структуры и показателей эффективности использования основных фондов	
Тема 2.6 Анализ обеспеченности предприятия материальными ресурсами и их использование	Содержание		
	1.	Анализ материально-технического обеспечения. Показатели использования материальных ресурсов.	2
	Практические занятия		2
	1.	Оценка эффективности использования материальных ресурсов. Анализ влияния материалоемкости на объем и себестоимость продукции.	
Тема 2.7 Анализ оборота розничной торговли	Практические занятия		2
	1.	Анализ показателей оборота розничной торговли	
Тема 2.8 Анализ оборота оптовой торговли	Практические занятия		2
	1.	Анализ показателей оборота оптовой торговли	
Самостоятельная работа обучающегося			54
Тема 2.6 Анализ обеспеченности предприятия материальными ресурсами и их использование	Содержание		2
	1.	Оценка эффективности использования материальных ресурсов по показателям материалоотдачи, материалоемкости. Анализ влияния материалоемкости на объем и себестоимость.	2
Тема 2.7 Анализ оборота	Содержание		4

розничной торговли	1.	Анализ структуры оборота розничной торговли. Анализ оборачиваемости средств, вложенных в товарные запасы.	2
	2.	Комплексный анализ показателей оборота розничной торговли. Анализ розничной торговли сети	2
Тема 2.8 Анализ оборота оптовой торговли	Содержание		2
	1.	Методика и особенность анализа оборота оптовой торговли по общему объему и товарным группам. Анализ поступления товаров в оптовом звене	2
Тема 2.9 Анализ	Содержание		6
финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятия	1.	Анализ прибыли предприятия. Анализ финансовых результатов	2
		Анализ прочих доходов и расходов.	
	2.	Показатели рентабельности. Анализ рентабельности продукции, предприятия и капитала	2
		Практические занятия	
1.	Анализ показателей прибыли и рентабельности.	2	
Тема 2.10 Анализ финансового состояния предприятия	Содержание		10
	1.	Задачи анализа финансового состояния и основные источники информации. Технический и фундаментальный анализ. Внутренний и внешний анализ. Вертикальный и горизонтальный анализ	2
	2.	Общая оценка структуры имущества организации и его источников по данным баланса. Результаты общей оценки структуры активов и их источников по данным баланса.	2
	3.	Анализ ликвидности бухгалтерского баланса Анализ платежеспособности предприятия	2
	4.	Критерии оценки несостоятельности (банкротства) организаций Анализ показателей финансовой устойчивости предприятия Общая оценка деловой активности организации.	2
	Практические занятия		
	1.	Решение задач Оценка имущественного и финансового положения предприятия. Расчет, анализ и оценка показателей ликвидности и платежеспособности предприятия. Оценка финансовой устойчивости предприятия.	2
Тема 2.11 Анализ	Содержание		4

себестоимости продукции	1.	Задачи анализа себестоимости. Система показателей себестоимости продукции. Анализ структуры затрат на производство по экономическим элементам. Анализ затрат на 1 рубль продукции.	2
	Практические занятия		
	1.	Анализ себестоимости продукции по экономическим элементам, статьям затрат, анализ затрат на 1 рубль продукции	2
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы, изучение нормативно-правовой документации. Решение задач на анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговых предприятий			26
Тематика внеаудиторной самостоятельной работы			
1. Работа с учебной и специальной литературой 2. Работа с формами статистической и бухгалтерской отчетности 3. Решение задач на анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятий розничной и оптовой торговли			
Раздел 3. Маркетинг			
МДК.02.03. Маркетинг			
Раздел 1. Методологические основы маркетинга			
Обязательная аудиторная нагрузка обучающегося			24
Введение	Содержание		
	1.	История возникновения и основные этапы маркетинга. Значение маркетинга в подготовке менеджеров по продажам. Межпредметные связи с другими дисциплинами.	2
Тема 1.1 Предмет, цели и задачи дисциплины	Содержание		
	1	Понятия: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка. Предмет дисциплины. Цели маркетинга: главные и промежуточные. Задачи маркетинга: главные, частные.	2
	2	Функции и принципы маркетинга	2
Тема 1.2 Концепции развития рыночных отношений	Содержание		
	1	История возникновения и основные этапы развития маркетинга. Основные концепции рыночных отношений, их отличительные особенности. Маркетинг как одна из концепций, его сущность. Социально-этичный маркетинг: понятие, отличие от маркетинга.	2

Тема 1.3 Структура маркетинговой деятельности	Содержание		
	1	Классический комплекс маркетинга. Ключевые элементы: товар, цена, распространение (сбыт), стимулирование (продвижение товара): понятие, назначение. Структура маркетинговой деятельности.	2
	2	Классификация маркетинга (виды). Основные виды маркетинга по сфере применения: микро-, макро-, мета-, микс-, социальный маркетинг; по приоритетности задач: дифференцированный, недифференцированный, функциональный, товарно-ориентированный, потребительно - ориентированный и интегрированный.	2
	Содержание		
Тема 1.4 Сегментирование рынка	1	Основные понятия: сегмент; сегментирование и ниша рынка. Назначение и признаки сегментирования потребительского рынка. Цели и принципы сегментации.	2
	Практические занятия		2
	1	Отбор целевых сегментов рынка	
Раздел 2. Практический маркетинг			
Тема 2.1 Объекты маркетинговой деятельности	Практические занятия		2
	1	Объекты маркетинга	
Тема 2.2 Субъекты маркетинговой деятельности	Практические занятия		2
	1	Покупательское поведение потребителей	
Тема 2.3 Окружающая среда маркетинга	Практические занятия		4
	1	Микросреда (внутренняя) среда организации	
	2	Макросреда (внешняя) среда организации	
Самостоятельная работа обучающегося			108
Тема 1.4 Сегментирование рынка	Содержание		2
	1	Критерии выбора сегмента рынка: доступность сегмента для предприятия; существенность сегмента; совместимость с	2

		рынком основных конкурентов; эффективность работы на выбранный сегмент рынка; защищённость выбранного сегмента от конкуренции. Отбор целевых сегментов рынка. Позиционирование товара: понятие, назначение, способы, условия правильного позиционирования товара на рынке, альтернативные способы позиционирования товаров.	
Раздел 2. Практический маркетинг			
Тема 2.1 Объекты маркетинговой деятельности	Содержание		4
	1	Объекты: нужда, потребность, спрос. Определение понятий, их общность и различия отдельных видов и разновидностей потребностей.	2
	2	Виды спроса, их краткая характеристика. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий. Выявление потребностей (спроса) на товар	2
Тема 2.2 Субъекты маркетинговой деятельности	Содержание		8
	1	Основные субъекты маркетинговой деятельности. Классификация участников деятельности на две группы: первая - выполняющих маркетинговую деятельность и вторая – контактирующих с маркетологами при выполнении маркетинговой деятельности.	2
	2	Потребители, классификация потребителей. Факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение.	2
	3	Этапы принятия решения о покупке. Модель покупательского поведения.	2
	4	Модель покупательского поведения.	2
Тема 2.3 Окружающая среда маркетинга	Содержание		4
	1	Окружающая среда маркетинга: понятие; виды; факторы. Микросреда маркетинга: понятие. Субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду организации.	2

	2	Макросреда организации: понятие. Субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие макросреду организации. Разновидности макросреды: демографическая, социальная, экономическая, природная, конкурентная, правовая, научно-техническая, культурная.Макросреда и конъюнктура рынка.	2
Тема 2.4 Конкурентная среда	Содержание		6
	1	Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров, конкурентные преимущества. Конкуренция: обоснование необходимости в рыночных условиях, виды, их характерные признаки.	2
	2	Антимонопольное законодательство. Государственная поддержка малого предпринимательства. Конкурентоспособность организаций и товаров: критерии оценки, их конкурентные преимущества, методы обеспечения. Параметры, характеризующие конкурентоспособность.	2
	Практические занятия		
	1	Конкурентная среда. Определение вида конкуренции по характерным признакам	2
Тема 2.5 Реклама	Содержание		8
	1	Реклама: понятие, назначение. История возникновения и совершенствования рекламы. Требования к рекламе. Правовые основы рекламной деятельности.	2
	2	Виды рекламы. Цели, задачи и функции рекламы.	2
	3	Реклама в интернете: целевая аудитория Рунета, доля рекламы в интернете от общей суммы рекламных расходов, важнейшие аспекты, характеризующие сеть как пространство. Наиболее известные сетевые ресурсы среди порталов и поисковиков	2
	Практические занятия		
	1	Составить рекламное объявление товара, организации или услуги	2
Тема 2.6 Средства	Содержание		6

маркетинга	1	Классификация средств маркетинга: средства удовлетворения потребностей, средства распространения, средства стимулирования. Средства удовлетворения потребностей: виды, их краткая характеристика. Маркетинговое понятие товара. Товар как важнейшее средство удовлетворения потребностей. Уровни товара. Основные виды классификации товаров.	2
	2	Жизненный цикл товара, его основные этапы. Особенности маркетинговых решений на каждом этапе. Разработка новых товаров(продукции) в организациях Упаковка и маркировка товаров.	2
	Практические занятия		
	1	Средства маркетинга	2
Тема 2.7 Ценовая политика	Содержание		6
	1	Основные понятия: цена; ценовая политика и стратегия ценообразования. Цели, задачи и направления формирования цен. Назначения цен в маркетинге. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Методика расчёта исходной цены.	2
	2	Стратегии ценообразования. Особенности стратегии ценообразования на новые и известные товары. Виды цен, характерные для разных стратегий. Внешние факторы, влияющие на ценообразование.	2
	Практические занятия		
	1	Установление цены изделия с помощью различных методов ценообразования	2
Тема 2.8 Средства распространения товаров	Содержание		4
	1	Основные понятия: сбыт; распределение; реализация товаров; сбытовая политика. Цели, задачи и основные направления сбытовой политики. Виды сбыта. Средства сбыта: каналы распространения, деления, их виды (прямые, косвенные, смешанные), ширина, функции, уровни, их возможности. Критерии выбора каналов сбыта. Системы сбыта	2

	2	Торговые посредники: виды и типы. Краткая характеристика посредников разных типов. Факторы, влияющие на выбор посредников.	2
Тема 2.9 Методы маркетинга	Содержание		4
	1	Классификация методов маркетинга. Методы изучения рынка. Назначение, разновидности методов, их возможности, достоинства и недостатки. Методика проведения наблюдений и опросов, виды и разновидности опросов.	2
	2	Методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОССТИС): виды, назначение. Личная продажа, моральное и материальное стимулирование, публич рилейшнз; возможности, достоинства и недостатки.	2
Тема 2.10 Маркетинговые исследования рынка	Содержание		6
	1	Схема маркетинговых исследований: установление проблемы и формулирование целей исследования, сбор, анализ информации, оценка результатов, применение полученных результатов для принятия решений.	2
	2	Маркетинговая информация: назначение, источники (внутренние и внешние), принципы их отбора. Классификация маркетинговой информации. Типы информации. Методы сбора первичной маркетинговой информации.	2
	3	Анкета как одна из составляющих экспертного опроса. Основные блоки анкеты: преамбула, паспортная, «рыба», детектор. Основные классы анкетных вопросов. Разработка анкеты.	2
Тема 2.11 Стратегия и планирование маркетинга	Содержание		6
	1	Определение понятий: стратегия и тактика. Направления и виды стратегий маркетинга, критерии их выбора. Стратегическое планирование.	2
	2	Основные этапы процесса стратегического планирования: определение целей и задач фирмы, создание стратегических хозяйственных подразделений, установление целей маркетинга, ситуационный анализ.	2
	3	Итоговое занятие	2

<p>Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы, изучение нормативно-правовой документации. Выполнение самостоятельной работы с предварительным сбором информации</p>	<p>44</p>
<p>Тематика домашних заданий МДК.02.03 Составить структурно-логическую схему дисциплины Анализ предложенных схем и сравнение общих и различающихся характеристик концепций сбыта и маркетинга Составить таблицу «Виды маркетинга» Сегментирование рынка товара с помощью дерева сегментации Разработка маркетинговых мероприятий при выявлении, формировании и удовлетворении потребностей Разработка структуры типологии потребителей по психографическому и поведенческому признакам Анализ окружающей среды торговой организации Оценка конкурентоспособности организации и установление её конкурентных преимуществ Разработать комбинированный товарный знак и фирменный стиль Разработать упаковку товара Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики организации Оптовая и розничная торговля (доклад) Маркетинговые решения по связям с общественностью, по персональным продажам, по стимулированию проведение маркетинговых исследований рынка определённого вида товаров или услуг</p>	
<p>Учебная практика Виды работ 1. Оформление финансовых документов и отчетов 2. Проведение денежных расчетов 3. Расчет основных налогов 4. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности 5. Анализ маркетинговой среды организации. Выявление потребностей (спроса) на товары 6. .Разработка маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой, разработка рекламных акций и кампаний</p>	<p>36</p>
<p>Производственная практика – (по профилю специальности) Виды работ 1. Оформление финансовых документов и отчетов 2. Проведение денежных расчетов 3. Расчет основных налогов 4. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности 5. Анализ маркетинговой среды организации. Выявление потребностей (спроса) на товары</p>	<p>36</p>

6. Разработка маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой, разработка рекламных акций и кампаний	
Всего	416

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к материально-техническому обеспечению

Для реализации программы профессионального модуля предусмотрены:
учебный кабинет финансов, налогов и налогообложения;
учебный кабинет маркетинга;
учебный кабинет междисциплинарных курсов;
лаборатория информационных технологий в профессиональной деятельности.

Оборудование учебного кабинета финансов, налогов и налогообложения:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- учебно-методическое обеспечение;

Технические средства обучения:

- экран;
- мультимедийный проектор;
- компьютер с лицензионным программным обеспечением.

Оборудование учебного кабинета маркетинга:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- учебно-методическое обеспечение;

Технические средства обучения:

- компьютер с лицензионным программным обеспечением.

Оборудование учебного кабинета междисциплинарных курсов:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- учебно-методическое обеспечение;

Технические средства обучения:

- экран;
- мультимедийный проектор;
- компьютер с лицензионным программным обеспечением.

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории информационных технологий в профессиональной деятельности:

- автоматизированное рабочие места преподавателя и студентов, оснащенные лицензионным программным обеспечением общего и профессионального назначения;
- принтер.

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику. Оборудование и технологическое оснащение

рабочих мест:¹

- автоматизированное рабочие места, оснащенные лицензионным программным обеспечением общего и профессионального назначения;
- принтер.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы²

Основная учебная литература:

- ОЛ.1. Финансы, денежное обращение и кредит: учебник для среднего профессионального образования / Л. А. Чалдаева [и др.]; под редакцией Л. А. Чалдаевой. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 434 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13969-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/469479> (дата обращения: 30.08.2021).
- ОЛ.2. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. В. Бураков [и др.]; под редакцией Д. В. Буракова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 366 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10231-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/471406> (дата обращения: 30.08.2021).
- ОЛ.3. Налоги и налогообложение : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. Б. Поляк [и др.]; ответственные редакторы Г. Б. Поляк, Е. Е. Смирнова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 380 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14544-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477927> (дата обращения: 30.08.2021).
- ОЛ.4. Шадрина Г.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности / Г.В. Шадрина. – Москва: Издательство Юрайт, 2021- 461 с. <https://urait.ru>
- ОЛ.5. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 370 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06970-9. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474521> (дата обращения: 30.08.2021).

Дополнительная учебная литература:

- ДЛ.1. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник / Т.М. Ковалева под ред. и

¹ Приводится перечень средств обучения, включая тренажеры, модели, макеты, оборудование, технические средства, в т.ч. аудиовизуальные, компьютерные и телекоммуникационные и т.п. Количество не указывается.

² ГОСТ 7.1-2003 Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления

др. — Москва : КноРус, 2016. — 168 с. — Для СПО. — ISBN 978-5-406-04525-1. <https://www.book.ru/book/918551/view2/1> Маркетинг: теория, методика, практика : учебное пособие / Т.С. Бронникова. — Москва : КноРус, 2010. — 208 с. — ISBN 978-5-390-00525-5. <https://www.book.ru/book/253311/view2/1>

ДЛ.2.Налоги и налогообложение : учебник / Л.И. Гончаренко, И.В. Липатова, Н.П. Мельникова, М.Р. Пинская, Е.Е. Смирнова, М.В. Пьянова, Ю.В. Малкова, А.С. Адвокатова, А.Е. Белоконь, А.В. Гурнак, Т.В. Зверева, А.В. Князева, Н.И. Малис, Мигашкина. — Москва : КноРус, 2018. — 239 с. — Для СПО. — ISBN 978-5-406-06188-6. <https://www.book.ru/book/927099/view2/1>

ДЛ.3.Маркетинг: учебник / Т.Н. Парамонова, под ред. — Москва : КноРус, 2011. — 359 с. — ISBN 978-5-406-01744-9. <https://www.book.ru/book/908527/view2/1>

ДЛ.4.Маркетинг : учебное пособие / Т.Н. Парамонова, И.Н. Красюк. — Москва : КноРус, 2018. — 192 с. — Для СПО. — ISBN 978-5-406-06183-1. <https://www.book.ru/book/926685/view2/1>

Информационные ресурсы интернет:

ИР.1. ЭБС ВООК.ru, www.book.ru

ИР.2. ЭБС КнигаФонд, www.knigafund.ru

ИР.3. ЭБ ИЦ «Академия», www.Academia-moscow.ru

ИР.4. Правовой портал ГАРАНТ.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/>

ИР.5. Справочно-правовая система Консультант Плюс [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>

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
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	Использование данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров	<i>Текущий контроль</i> : -устный и письменный опрос - выполнение и защита практических работ; - выполнение самостоятельной работы.
ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем	Умение оформить, проверить правильность составления, обеспечить хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем	<i>Итоговый контроль</i> : Промежуточная аттестация: Дифференцированные зачеты по МДК, практикам. Квалификационный экзамен по профессиональному модулю.
ПК 2.3. Применять в практических ситуациях Экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов	Умение 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	Способность 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.	Способность 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.	Умение применять маркетинговые коммуникации.	
ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.	Способность проведения маркетинговых исследований рынка, разработки и реализации маркетинговых решений.	

ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.	Способность 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	Способность применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты

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

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки*
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	-демонстрация интереса к будущей профессии	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество	выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области организации и проведения экономической и маркетинговой деятельности; - оценка эффективности и качества выполнения;	
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	- решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области организации и проведения экономической и маркетинговой деятельности;	
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	-эффективный поиск необходимой информации; -использование различных источников, включая электронные	

<p>ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<p>-взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения</p>
<p>ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного роста, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p>-организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля</p>
<p>ОК 10. Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.</p>	<p>-логически верное, аргументированное и ясное изложение своих мыслей при устных и письменных ответах на вопросы, при участии в обсуждении изучаемого материала в рамках учебных и практических занятий и при выступлении с докладами.</p>
<p>ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.</p>	<p>- соблюдение действующих законов и требований нормативных документов, стандартов, технических условий.</p>