

Приложение № 33.1  
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  
Директор филиала  
\_\_\_\_\_ Н.А. Барышникова

01 сентября 2023 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)**

2023

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)

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

Одобрена цикловой комиссией  
Экономики и управления  
Протокол № 1 от «31» августа 2023 г.

Председатель ЦК \_\_\_\_\_ Е.К. Лобашевская

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	22
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	25

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

## 1.1 Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее рабочая программа) – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.04 *Коммерция (по отраслям)* в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВД) – *Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности* и соответствующих профессиональных компетенций (ПК).

## 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:

<b>Иметь практический опыт</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- оформления финансовых документов и отчетов;</li><li>- проведения денежных расчетов;</li><li>- расчета основных налогов;</li><li>- анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;</li><li>- выявления потребностей (спроса) на товары;</li><li>- реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;</li><li>- участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;</li><li>- анализа маркетинговой среды организации;</li></ul>
<b>уметь</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- составлять финансовые документы и отчеты;</li><li>- осуществлять денежные расчеты;</li><li>- пользоваться нормативными правовыми актами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;</li><li>- рассчитывать основные налоги;</li><li>- анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;</li><li>- применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;</li><li>- выявлять, формировать и удовлетворять потребности;</li><li>- обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;</li><li>- проводить маркетинговые исследования рынка;</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- оценивать конкурентоспособность товаров;</li> <li>- определять виды финансовых инструментов;</li> <li>- рассчитывать ссудные проценты;</li> <li>- рассчитывать страховые взносы в ПФ РФ, ФФОМС, ФСС;</li> <li>- прогнозировать финансовые результаты;</li> <li>- определять жизненный цикл товаров;</li> <li>- планировать рекламную кампанию;</li> <li>- создавать рекламные тексты, рекламные плакаты.</li> </ul>
<b>знать</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;</li> <li>- финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля;</li> <li>- основные положения налогового законодательства; функции и классификацию налогов;</li> <li>- организацию налоговой службы; методику расчета основных видов налогов;</li> <li>- методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; информационное обеспечение, организацию аналитической работы</li> <li>- анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;</li> <li>- составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;</li> <li>- средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику; методы изучения рынка, анализа окружающей среды;</li> <li>- конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;</li> <li>- этапы маркетинговых исследований, их результат;</li> <li>- управление маркетингом.</li> </ul>

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:

<b>Код</b>	<b>Наименование вида деятельности и профессиональных компетенций</b>
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.
ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.
ОК 03.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере,

	использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 04.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команд.
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
<b>ВД</b>	<b>Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности</b>
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 иныхнеобходимых 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.

### **1.1. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

максимальной учебной нагрузки обучающегося – 344 часа, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 40 часов;

самостоятельной работы обучающегося – 304 часа;

учебная практика - 36 часов;

производственная практика - 36 часов.

## 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 2.1. 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	16	8	-	64	-	-	-	-	
ПК 2.5-2.8	Раздел 3. Маркетинг	132	14	6		118	-	-	-	-	
ПК 2.1-2.9	Учебная практика, часов	36								36	
ПК 2.1-2.9	Производственная практика, часов	36								36	
	<b>Всего:</b>	<b>416</b>	<b>40</b>	<b>20</b>	<b>-</b>	<b>304</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>72</b>		

## 2.2. 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		<b>88</b>	
МДК.02.01. Финансы, налоги и налогообложение		<b>88</b>	
<b>Обязательная аудиторная работа обучающегося</b>		<b>10</b>	
Тема 1.1. Сущность финансов, финансовая система и финансовая политика	<b>Содержание</b>	<b>10</b>	
	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	
	<b>Практические занятия</b>		6
	1. Финансовые инструменты.		
	2. Финансовая политика.		
Тема 1.2. Государственные финансы. Финансы и финансовая система РФ	1. Бюджетный процесс РФ.		
<b>Самостоятельная работа обучающегося</b>		<b>122</b>	
Тема 1.1. Сущность финансов, финансовая система и финансовая политика	<b>Содержание</b>	<b>2</b>	
	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	<b>Содержание</b>	<b>10</b>	
	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
	<b>Практические занятия</b>		4
	2.	Участники бюджетного процесса.	
<b>Тема 1.3. Финансы организаций различных форм собственности</b>	<b>Содержание</b>		<b>14</b>
	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
	<b>Практические занятия</b>		8
	1.	Ссудный кредит	
	2.	Простые ссудные проценты.	
	3.	Сложные ссудные проценты.	
	4.	Расчет показателей эффективности использования основного и оборотного капитала	
	<b>Тема 1.4. Страхование</b>	<b>Содержание</b>	
1.		Сущность и функции страхования. Классификация и виды страхования. Рынок страховых услуг и его структура	2
<b>Практические занятия</b>		6	
1.		Пенсионный фонд РФ.	
2.		Фонд социального страхования. Федеральный фонд обязательного медицинского страхования.	
3.	Расчет страховых взносов во внебюджетные фонды РФ.		
<b>Тема 1.5. Финансовый контроль</b>	<b>Содержание</b>		<b>2</b>
	1.	Финансовый контроль, формы и методы его проведения. Виды финансового контроля	2
<b>Тема 1.6. Современная</b>	<b>Содержание</b>		<b>8</b>

<b>банковская и кредитная системы.</b>	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
	<b>Практические занятия</b>		2
	1.	Оформление банковских расчетно-кассовых документов	
<b>Тема 1.7. Рынок ценных бумаг</b>	<b>Содержание</b>		<b>4</b>
	1.	Понятие и задачи рынка ценных бумаг, функции и виды рынка ценных бумаг. Понятие фондовой биржи, функции, участники фондовой биржи. Виды ценных бумаг.	2
	<b>Практические занятия</b>		2
<b>Тема 1.8 Инвестиции и инвестиционная политика</b>	<b>Содержание</b>		<b>6</b>
	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
	<b>Практические занятия</b>		2
<b>Тема 1.9. Валютная система и международные финансовые отношения</b>	<b>Содержание</b>		<b>2</b>
	1.	Валюта. Валютный курс. Валютная система. Национальная, мировая и международная валютные системы. Особенности валютной системы РФ. Международные финансовые отношения.	2
	<b>Практические занятия</b>		2
<b>Тема 1.10. Федеральные налоги</b>	<b>Содержание</b>		<b>8</b>
	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
	<b>Практические занятия</b>		4
	1.	Решение задач по расчету налога на добавленную стоимость и акцизов.	
	2	Решение задач по расчету налога на прибыль.	
<b>Тема 1.11. Региональные налоги</b>	<b>Содержание</b>		<b>4</b>
	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
	<b>Практические занятия</b>		2
	1.	Решение задач по расчету налога на имущество организаций и транспортного налога.	
<b>Тема 1.12. Местные налоги</b>	<b>Содержание</b>		<b>6</b>
	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
	<b>Практические занятия</b>		4
	1.	Решение задач по расчету налога на доход с физических лиц	
	2.	Решение задач по расчету налога на имущество физических лиц.	
<b>Тема 1.13. Специальные налоговые режимы</b>	<b>Содержание</b>		<b>6</b>
	1.	Экономическое содержание. Законодательная база Налогоплательщики Объект налогообложения. Налоговая ставка Налоговый и отчетный период. Сроки уплаты.	2
	<b>Практические занятия</b>		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.			<b>44</b>
<b>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b>			
1. Изучение отдельных статей Бюджетного и Налогового Кодекса РФ. 2. Поиск, изучение и анализ информации на сайтах субъектов финансовой системы. 3. Решение задач.			
<b>Раздел 2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности</b>			<b>80</b>
<b>МДК.02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности</b>			
<b>Обязательная аудиторная работа обучающегося</b>			<b>16</b>
<b>Тема 2.1</b> Экономический анализ: научные основы, предмет и задачи, методы и приемы	<b>Содержание</b>		
	1.	Научные основы экономического анализа и его значение в условиях рыночной экономики. Предмет и задачи экономического анализа.	2
<b>Тема 2.2</b> Анализ и управление объемом производства и продаж	<b>Содержание</b>		
	1.	Анализ объема продаж. Анализ выпуска продукции. Основные источники информации для проведения анализа. Анализ обновления и качества продукции. Анализ ритмичности производства.	2
	<b>Практические занятия</b>		
	1.	Расчет и анализ показателей объема производства и реализации продукции.	2
<b>Тема 2.3</b> Анализ технико-организационного уровня производства.	<b>Содержание</b>		
	1.	Сущность и основные показатели технико-организационного уровня производства. Анализ технической оснащенности производства, оценка технического уровня и возрастного состава фондов.	2
<b>Тема 2.4</b> Анализ	<b>Содержание</b>		

обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами и эффективности их использования	1.	Анализ трудовых показателей. Анализ численности и структуры персонала предприятия и его структурных подразделений.	2
	<b>Практические занятия</b>		
	1.	Анализ показателей по труду и оплате труда в организации	2
<b>Тема 2.5</b> Анализ обеспеченности предприятия основными фондами и эффективности их использования	<b>Практические занятия</b>		2
	1.	Анализ динамики, структуры и показателей эффективности использования основных фондов	
<b>Тема 2.6</b> Анализ обеспеченности предприятия материальными ресурсами и их использование	<b>Практические занятия</b>		2
	1.	Оценка эффективности использования материальных ресурсов. Анализ влияния материалоемкости на объем и себестоимость продукции.	
<b>Самостоятельная работа обучающегося</b>			<b>64</b>
<b>Тема 2.5</b> Анализ обеспеченности предприятия основными фондами и эффективности их использования	<b>Содержание</b>		<b>4</b>
	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
<b>Тема 2.6</b> Анализ обеспеченности предприятия материальными ресурсами и их использование	<b>Содержание</b>		<b>4</b>
	1.	Анализ материально-технического обеспечения. Показатели использования материальных ресурсов.	2
	2.	Оценка эффективности использования материальных ресурсов по показателям материалоемкости, материалоемкости. Анализ влияния материалоемкости на объем и себестоимость.	2
<b>Тема 2.7</b> Анализ оборота розничной торговли	<b>Содержание</b>		<b>6</b>
	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
	<b>Практические занятия</b>		
	1.	Анализ показателей оборота розничной торговли	2
<b>Тема 2.8</b> Анализ оборота	<b>Содержание</b>		<b>4</b>

оптовой торговли	1.	Методика и особенность анализа оборота оптовой торговли по общему объему и товарным группам. Анализ поступления товаров в оптовом звене	2
	<b>Практические занятия</b>		
	1.	Анализ показателей оборота оптовой торговли	2
<b>Тема 2.9</b> Анализ	<b>Содержание</b>		<b>6</b>
финансовых результатов хозяйственной деятельности предприятия	1.	Анализ прибыли предприятия. Анализ финансовых результатов Анализ прочих доходов и расходов.	2
	2	Показатели рентабельности. Анализ рентабельности продукции, предприятия и капитала	2
	<b>Практические занятия</b>		
	1.	Анализ показателей прибыли и рентабельности.	2
<b>Тема 2.10</b> Анализ	<b>Содержание</b>		<b>10</b>
финансового состояния предприятия	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
	<b>Практические занятия</b>		
	1.	Решение задач Оценка имущественного и финансового положения предприятия. Расчет, анализ и оценка показателей ликвидности и платежеспособности предприятия. Оценка финансовой устойчивости предприятия.	2
		<b>Содержание</b>	
<b>Тема 2.11</b> Анализ 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

	<b>Практические занятия</b>		
	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			<b>26</b>
<b>Тематика внеаудиторной самостоятельной работы</b>			
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			
<b>Раздел 3. Маркетинг</b>			
<b>МДК.02.03. Маркетинг</b>			
<b>Раздел 1. Методологические основы маркетинга</b>			<b>18</b>
<b>Обязательная аудиторная нагрузка обучающегося</b>			<b>14</b>
<b>Введение</b>	<b>Содержание</b>		
	1.	История возникновения и основные этапы маркетинга. Значение маркетинга в подготовке менеджеров по продажам. Межпредметные связи с другими дисциплинами.	2
<b>Тема 1.1 Предмет, цели и задачи дисциплины</b>	<b>Содержание</b>		
	1	Понятия: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка. Предмет дисциплины. Цели маркетинга: главные и промежуточные. Задачи маркетинга: главные, частные.	2
	2	Функции и принципы маркетинга	2
<b>Тема 1.2 Концепции развития рыночных отношений</b>	<b>Содержание</b>		
	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
<b>Тема 1.4 Сегментирование рынка</b>	<b>Практические занятия</b>		2
	1	Отбор целевых сегментов рынка	
<b>Тема 2.1 Объекты</b>	<b>Практические занятия</b>		2

маркетинговой деятельности	1	Объекты маркетинга	
Тема 2.2 Субъекты маркетинговой деятельности	<b>Практические занятия</b>		2
	1	Покупательское поведение потребителей	
<b>Самостоятельная работа обучающегося</b>			<b>118</b>
Тема 1.3 Структура маркетинговой деятельности	<b>Содержание</b>		<b>4</b>
	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
Тема 1.4 Сегментирование рынка	<b>Содержание</b>		<b>4</b>
	1	Основные понятия: сегмент; сегментирование и ниша рынка. Назначение и признаки сегментирования потребительского рынка. Цели и принципы сегментации.	2
	2	Критерии выбора сегмента рынка: доступность сегмента для предприятия; существенность сегмента; совместимость с 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.	2
<b>Раздел 2. Практический маркетинг</b>			<b>66</b>
Тема 2.1 Объекты	<b>Содержание</b>		<b>4</b>



<b>маркетинговой деятельности</b>	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
<b>Тема 2.2 Субъекты маркетинговой деятельности</b>	<b>Содержание</b>		<b>8</b>
	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
<b>Тема 2.3 Окружающая среда маркетинга</b>	<b>Содержание</b>		<b>8</b>
	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
	<b>Практические занятия</b>		
	1	Микросреда (внутренняя) среда организации	2
	2	Макросреда (внешняя) среда организации	2
<b>Тема 2.4 Конкурентная среда</b>	<b>Содержание</b>		<b>6</b>

	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
	<b>Практические занятия</b>		
	1	Конкурентная среда. Определение вида конкуренции по характерным признакам	2
<b>Тема 2.5 Реклама</b>	<b>Содержание</b>		<b>8</b>
	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
	<b>Практические занятия</b>		
	1	Составить рекламное объявление товара, организации или услуги	2
<b>Тема 2.6 Средства маркетинга</b>	<b>Содержание</b>		<b>6</b>
	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
	<b>Практические занятия</b>		
	1	Средства маркетинга	2
<b>Тема 2.7 Ценовая политика</b>	<b>Содержание</b>		<b>6</b>
	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
	<b>Практические занятия</b>		
	1	Установление цены изделия с помощью различных методов ценообразования	2
	<b>Содержание</b>		<b>4</b>
<b>Тема 2.8 Средства распространения товаров</b>	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
<b>Тема 2.9 Методы маркетинга</b>	<b>Содержание</b>		<b>4</b>
	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, паблик рилейшнз; возможности, достоинства и недостатки.	2
<b>Тема 2.10 Маркетинговые исследования рынка</b>	<b>Содержание</b>		<b>6</b>
	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, паспортчика, «рыба», детектор. Основные классы анкетных вопросов. Разработка анкеты.	2
<b>Тема 2.11 Стратегия и планирование маркетинга</b>	<b>Содержание</b>		<b>6</b>
	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
Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы, изучение нормативно-правовой документации. Выполнение самостоятельной работы с предварительным сбором информации			<b>44</b>
<b>Тематика домашних заданий МДК.02.03</b> 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			

<p>Разработка маркетинговых мероприятий при выявлении, формировании и удовлетворении потребностей</p> <p>Разработка структуры типологии потребителей по психографическому и поведенческому признакам</p> <p>Анализ окружающей среды торговой организации</p> <p>Оценка конкурентоспособности организации и установление её конкурентных преимуществ</p> <p>Разработать комбинированный товарный знак и фирменный стиль</p> <p>Разработать упаковку товара</p> <p>Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики организации</p> <p>Оптовая и розничная торговля (доклад)</p> <p>Маркетинговые решения по связям с общественностью, по персональным продажам, по стимулированию</p> <p>проведение маркетинговых исследований рынка определённого вида товаров или услуг</p>	
<p><b>Учебная практика Виды работ</b></p> <p>1. Оформление финансовых документов и отчетов</p> <p>2. Проведение денежных расчетов</p> <p>3. Расчет основных налогов</p> <p>4. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности</p> <p>5. Анализ маркетинговой среды организации. Выявление потребностей (спроса) на товары</p> <p>6. .Разработка маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой, разработка рекламных акций и кампаний</p>	<b>36</b>
<p><b>Производственная практика – (по профилю специальности)</b></p> <p><b>Виды работ</b></p> <p>1. Оформление финансовых документов и отчетов</p> <p>2. Проведение денежных расчетов</p> <p>3. Расчет основных налогов</p> <p>4. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности</p> <p>5. Анализ маркетинговой среды организации. Выявление потребностей (спроса) на товары</p> <p>6. .Разработка маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой, разработка рекламных акций и кампаний</p>	<b>36</b>
<b>Всего</b>	<b>416</b>

### **3. Условия реализации программы профессионального модуля**

#### **3.1. 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:<sup>1</sup>

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

### **3.2. Информационное обеспечение обучения**

#### **Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы<sup>2</sup>**

##### **Основная учебная литература:**

- ОЛ.1. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник для вузов / Л. А. Чалдаева [и др.] ; под редакцией Л. А. Чалдаевой. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2023. — 436 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09162-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531527> (дата обращения: 25.08.2023).
- ОЛ.2. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. В. Бураков [и др.] ; под редакцией Д. В. Буракова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2023. — 303 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17281-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/532802> (дата обращения: 25.08.2023).
- 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. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 433 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16902-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531994> (дата обращения: 25.08.2023).
- ОЛ.5. Шадрина, Г. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учебник для среднего профессионального образования / Г. В. Шадрина, К. В. Голубничий. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2023. — 463 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16888-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531980> (дата обращения: 25.08.2023).
- ОП.6. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2023. — 386 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16504-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/531183> (дата обращения: 25.08.2023).

---

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

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

### **Дополнительная учебная литература:**

- ДЛ.1. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник / Е. Н. Валиева, А. Г. Глухова, Е. Е. Дождева [и др.] ; под ред. Т. М. Ковалевой. — Москва : КноРус, 2023. — 168 с. — ISBN 978-5-406-11272-4. — URL: <https://book.ru/book/949194> (дата обращения: 25.08.2023). — Текст : электронный.
- ДЛ.2. Налоги и налогообложение : учебник / А. В. Тихонова, О. О. Юшкова, Д. Ю. Шакирова [и др.] ; под ред. Л. И. Гончаренко. — Москва : КноРус, 2023. — 239 с. — ISBN 978-5-406-11968-6. — URL: <https://book.ru/book/950153> (дата обращения: 25.08.2023). — Текст : электронный.
- 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. Парамонова, Т. Н., Маркетинг : учебное пособие / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк. — Москва : КноРус, 2023. — 189 с. — ISBN 978-5-406-11195-6. — URL: <https://book.ru/book/948323> (дата обращения: 25.08.2023). — Текст : электронный.

### **Информационные ресурсы интернет:**

- ИР.1. ЭБС ВООК.ru, [www.book.ru](http://www.book.ru)
- ИР.2. ЭБС КнигаФонд, [www.knigafund.ru](http://www.knigafund.ru)
- ИР.3. ЭБ ИЦ «Академия», [www.Academia-moscow.ru](http://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/>



#### 4. 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	<ul style="list-style-type: none"> <li>- эффективность использования данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности;</li> <li>- правильность проведения учета товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и их инвентаризации;</li> </ul>	<p><i>Текущий контроль :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-устный и письменный опрос</li> <li>- выполнение и защита практических работ;</li> <li>- выполнение самостоятельной работы.</li> </ul>
ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем	<ul style="list-style-type: none"> <li>- правильность оформления, составления, хранения организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем</li> </ul>	<p><i>Итоговый контроль:</i></p> <p>Промежуточная аттестация: Дифференцированные зачеты по МДК, практикам. Квалификационный экзамен по профессиональному модулю.</p>
ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов	<ul style="list-style-type: none"> <li>- рациональность применения в практических ситуациях экономических методов;</li> <li>- правильность расчета микроэкономических показателей;</li> <li>– обоснованность результатов анализа микроэкономических показателей, а также рынков ресурсов;</li> </ul>	
ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату	<ul style="list-style-type: none"> <li>- правильность определения основных экономических показателей работы организации, цен, заработной платы;</li> </ul>	
ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-обоснованность выявления потребности, вида спроса и соответствующих им типов маркетинга для обеспечения целей организации</li> <li>-эффективность мероприятий по формированию спроса и стимулированию сбыта товаров;</li> </ul>	

ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.	- обоснованность использования маркетинговых коммуникаций; - целесообразность применения маркетинговых коммуникаций
ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.	- активность участия в маркетинговых исследованиях рынка, разработки и реализации маркетинговых решений; - эффективность маркетинговых решений;
ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.	- обоснованность предложенных мероприятий по реализации сбытовой политики организации в пределах своих должностных обязанностей; - объективность оценки конкурентоспособности товаров и конкурентных преимуществ 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	- рациональность применения методов и приемов анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности; - правильность осуществления денежных расчетов с покупателями; - правильность составления финансовых документов и отчетов

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.

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки*</b>
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	- обоснованность выбора способов решения задач для организации и проведения экономической и маркетинговой деятельности; - эффективность способов решения задач по организации и проведению экономической и маркетинговой деятельности;	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы

<p>ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.</p>	<p>- эффективность использования современных средств поиска, анализа и интерпретации информации и информационных технологий для выполнения задач по организации и проведению экономической и маркетинговой деятельности;</p>	
<p>ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.</p>	<p>- обоснованность планируемых мероприятий по собственному профессиональному и личностному развитию, предпринимательской деятельности в экономической и маркетинговой сфере;  - эффективность реализации мероприятий профессионального и личностного развития, предпринимательской деятельности в экономической и маркетинговой сфере,  - эффективность использования знаний по финансовой грамотности в экономической и маркетинговой сфере.</p>	
<p>ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.</p>	<p>- эффективность взаимодействия с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения</p>	
<p>ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.</p>	<p>- грамотность осуществления устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации в процессе организации и проведения экономической и маркетинговой деятельности.</p>	