

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

код специальности

Коммерция (по отраслям)

2023 год

Рабочая программа профессионального модуля **ПМ.02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности** разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 38.02.04 Коммерция (по отраслям) (утверждён приказом Минобрнауки России от 15 мая 2014 г., № 539, зарегистрировано в Минюсте России 25 июня 2014 г. регистрационный № 32855);

Организация-разработчик: Ивантеевский филиал Московского политехнического университета

Разработчики: Е.Н. Губашева, преподаватель
Е.К. Лобашевская, преподаватель
В.В. Хорошилова, преподаватель

Рецензенты: Олег Михайлович Смирнов, генеральный директор, ООО «Адвентика»

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

Председатель Цикловой комиссии _____ Е.К. Лобашевская

© Ивантеевский филиал федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Московский политехнический университет», 2023

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	24
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	27

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:

Иметь практический опыт	<ul style="list-style-type: none">- 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	<ul style="list-style-type: none">- 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;

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

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 вида деятельности и профессиональных компетенций
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
ВД	Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности
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.

1.3 Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

максимальной учебной нагрузки обучающегося –	362 часов,
в том числе:	
обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося –	194 часов;
учебной практики –	36 часов;
производственной практики –	36 часов;
самостоятельной работы обучающегося –	80 часов;
консультаций	16 часов.

2. Структура и содержание профессионального модуля

2.1. Структура 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	88	42	-	38	-	6	-	-
ПК 2.9	Раздел 2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности	80	54	18		22	-	4	-	-
ПК 2.5-2.8	Раздел 3. Маркетинг	78	52	18		20	-	6	-	-
ПК 2.1-2.9	Учебная практика, часов	36							36	
ПК 2.1-2.9	Производственная практика, часов	36							36	
	Всего:	362	194	78	-	80	-	16	72	

2.2. Тематический план и содержание профессионального модуля (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 налогообложение		88
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.	6
	2. Структура финансовой системы. Органы управления финансовой системой.	
	3. Финансовая политика, ее задачи и содержание. Финансовый механизм, его структура и роль в реализации финансовой политики.	
	Практические занятия	4
	1. Финансовые инструменты. 2. Финансовая политика.	
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	6
	2. Государственный бюджет, структура доходов бюджета. Состав и структура расходов бюджета. Сущность налогов и их роль в формировании бюджета.	
	3. Использование фондов социального обеспечения граждан. Пенсионный фонд РФ, Фонд социального страхования РФ, система фондов обязательного медицинского страхования РФ	
	Практические занятия	4

	1.	Бюджетный процесс РФ.	
	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.	6
	2.	Особенности формирования финансовых ресурсов организаций различных форм собственности.	
	3.	Финансы и движение основного и оборотного капитала организации. Источники финансирования капитальных вложений.	
	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.	Социальный фонд РФ.	
	2.	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 банковская и кредитная системы.	Содержание		8
	1.	Банковская система РФ, ее структура. Функции и задачи системы.	6

	2.	Коммерческий банк. Функции и операции коммерческих банков. Депозитные операции коммерческих банков	
	3.	Сущность, функции и формы кредита. Принципы кредитования. Кредитные операции коммерческих банков	
	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
	1.	Ценные бумаги.	
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.	4
	2.	Показатели эффективности инвестиционных проектов: их характеристика и методика расчета.	
	Практические занятия		2
	1.	Расчет показателей эффективности инвестиционных проектов.	
Тема 1.9. Валютная система и международные финансовые отношения	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.	4
	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	
	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.	
Самостоятельная работа при изучении раздела 1 ПМ.02			38

Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы, изучение нормативно-правовой документации. Подготовка к практическим занятиям с использованием методических рекомендаций преподавателя. Решение задач.		
Тематика домашних заданий МДК.02.01 Изучение отдельных статей Бюджетного и Налогового Кодекса РФ. Поиск, изучение и анализ информации на сайтах субъектов финансовой системы. Решение задач.		
Консультации		6
Раздел 2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности		80
МДК.02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности		
Тема 2.1 Экономический анализ: научные основы, предмет и задачи, методы и приемы	Содержание	2
	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	4
	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	2
	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 обеспеченности предприятия	Содержание	4

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		6
	1.	Анализ использования производственной мощности. Анализобеспеченности предприятия основными фондами. Структура основных фондов.	2
	2.	Анализ технического состояния основных фондов. Анализиспользования основных фондов. Анализ фондоотдачи	2
	Практические занятия		
	1.	Анализ динамики, структуры и показателей эффективности использования основных фондов	2
Тема 2.6 Анализ обеспеченности предприятия материальными ресурсами и их использование	Содержание		6
	1.	Анализ материально-технического обеспечения. Показатели использования материальных ресурсов.	2
	2.	Оценка эффективности использования материальных ресурсов по показателям материалоотдачи, материалоемкости. Анализ влияния материалоемкости на объем и себестоимость.	2
	Практические занятия		
	1.	Оценка эффективности использования материальных ресурсов. Анализ влияния материалоемкости на объем и себестоимостьпродукции.	2
Тема 2.7 Анализ оборота розничной торговли	Содержание		6
	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
	Практические занятия		
	1.	Анализ показателей оборота розничной торговли	2
Тема 2.8 Анализ оборота	Содержание		4

оптовой торговли	1.	Методика и особенность анализа оборота оптовой торговли пообщему объему и товарным группам. Анализ поступления товаров в оптовом звене	2
	Практические занятия		
	1.	Анализ показателей оборота оптовой торговли	2
Тема 2.9 Анализ	Содержание		6
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
	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 себестоимости продукции	Содержание		4

	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
Самостоятельная работа при изучении раздела 2 ПМ.02 Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы, изучение нормативно-правовой документации.			22
Решение задач на анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговых предприятий			
Тематика домашних заданий МДК.02.02 Работа с учебной и специальной литературой Работа с формами статистической и бухгалтерской отчетности Решение задач на анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятий розничной и оптовой торговли			
Консультации			4
Раздел 3. Маркетинг			80
МДК.02.03. Маркетинг			
Раздел 1. Методологические основы маркетинга			12
Введение	Содержание		2
	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		2
	1	Понятия: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка. Предмет дисциплины. Цели маркетинга: главные и промежуточные. Задачи маркетинга: главные, частные. Функции и принципы маркетинга	2
Тема 1.2 Концепции развития рыночных отношений	Содержание		2

	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		2
	1	Классический комплекс маркетинга. Ключевые элементы: товар, цена, распространение (сбыт), стимулирование (продвижение товара): понятие, назначение. Структура маркетинговой деятельности. 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	Содержание		4
	1	Основные понятия: сегмент; сегментирование и ниша рынка. Назначение и признаки сегментирования потребительского рынка. Цели и принципы сегментации. 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
	Практические занятия		
	1	Отбор целевых сегментов рынка	2
Раздел 2. Практический маркетинг			40
Тема 2.1 Объекты	Содержание		4

маркетинговой деятельности	1	Объекты: нужда, потребность, спрос. Определение понятий, их общность и различия отдельных видов и разновидностей потребностей. 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
	Практические занятия		
	1	Объекты маркетинга	2
Тема 2.2 Субъекты маркетинговой деятельности	Содержание		6
	1	Основные субъекты маркетинговой деятельности. Классификация участников деятельности на две группы: первая - выполняющих маркетинговую деятельность и вторая – контактирующих с маркетологами при выполнении маркетинговой деятельности. Потребители, классификация потребителей. Факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение.	2
	2	Этапы принятия решения о покупке. Модель покупательского поведения. Модель покупательского поведения.	2
	Практические занятия		
	1	Покупательское поведение потребителей	2
Тема 2.3 Окружающая среда маркетинга	Содержание		6
	1	Окружающая среда маркетинга: понятие; виды; факторы. Микросреда маркетинга: понятие. Субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду организации. 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
	Практические занятия		

	1	Микросреда (внутренняя) среда организации	2
	2	Макросреда (внешняя) среда организации	2
Тема 2.4 Конкурентная среда	Содержание		4
	1	Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров, конкурентные преимущества. Конкуренция: обоснование необходимости в рыночных условиях, виды, их характерные признаки. Антимонопольное законодательство. Государственная поддержка малого предпринимательства. Конкурентоспособность организаций и товаров: критерии оценки, их конкурентные преимущества, методы обеспечения. Параметры, характеризующие конкурентоспособность.	2
	Практические занятия		
	Конкурентная среда. Определение вида конкуренции по характерным признакам		2
Тема 2.5 Реклама	Содержание		4
	1	Реклама: понятие, назначение. История возникновения и совершенствования рекламы. Требования к рекламе. Правовые основы рекламной деятельности. Виды рекламы. Цели, задачи и функции рекламы. 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 маркетинга	Содержание		4

	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. 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		4
	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. 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	Содержание		2

распространения товаров	1	<p>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</p> <p>Торговые посредники: виды и типы. Краткая характеристика посредников разных типов. Факторы, влияющие на выбор посредников.</p>	2
Тема 2.9 Методы маркетинга	Содержание		2
	1	<p>Классификация методов маркетинга. Методы изучения рынка. Назначение, разновидности методов, их возможности, достоинства и недостатки. Методика проведения наблюдений и опросов, виды и разновидности опросов.</p> <p>Методы формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОССТИС): виды, назначение. Личная продажа, моральное и материальное стимулирование, паблик рилейшнз; возможности, достоинства и недостатки.</p>	2
Тема 2.10 Маркетинговые исследования рынка	Содержание		2
	1	<p>Схема маркетинговых исследований: установление проблемы и формулирование целей исследования, сбор, анализ информации, оценка результатов, применение полученных результатов для принятия решений.</p> <p>Маркетинговая информация: назначение, источники (внутренние и внешние), принципы их отбора. Классификация маркетинговой информации. типы информации. Методы сбора первичной маркетинговой информации.</p> <p>Анкета как одна из составляющих экспертного опроса. Основные блоки анкеты: преамбула, паспортчика, «рыба», детектор. Основные классы анкетных вопросов. Разработка анкеты.</p>	2
Тема 2.11 Стратегия и планирование маркетинга	Содержание		2

	1	<p>Определение понятий: стратегия и тактика. Направления и виды стратегий маркетинга, критерии их выбора. Стратегическое планирование.</p> <p>Основные этапы процесса стратегического планирования: определение целей и задач фирмы, создание стратегических хозяйственных подразделений, установление целей маркетинга, ситуационный анализ.</p>	2
<p>Самостоятельная работа при изучении раздела МДК 02.03 Маркетинг</p> <p>Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной литературы, изучение нормативно-правовой документации. Выполнение самостоятельной работы с предварительным сбором информации</p>		20	
<p>Тематика домашних заданий МДК.02.03</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Составить структурно-логическую схему дисциплины 2. Составить таблицу «Виды маркетинга» 3. Разработка маркетинговых мероприятий при выявлении, формировании и удовлетворении потребностей 4. Разработка структуры типологии потребителей по психографическому и поведенческому признакам 5. Анализ окружающей среды торговой организации 6. Оценка конкурентоспособности организации и установление её конкурентных преимуществ 7. Разработать комбинированный товарный знак и фирменный стиль 8. Сбор информации о ценах и анализ ценовой политики организации 9. Оптовая и розничная торговля (доклад) 10. Проведение маркетинговых исследований рынка определённого вида товаров или услуг 			
<p>Консультации</p>		6	
<p>Учебная практика Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 		36	
<p>Производственная практика – (по профилю специальности)</p> <p>Виды работ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Оформление финансовых документов и отчетов 2. Проведение денежных расчетов 		36	

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	
Всего	362

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:¹

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

3.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы²

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 : Издательство 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 : Издательство 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 : Издательство 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 : Издательство Юрайт,

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

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).

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

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/>

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"> - эффективность использования данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности; - правильность проведения учета товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и их инвентаризации; 	<p><i>Текущий контроль :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> -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	<ul style="list-style-type: none"> - правильность оформления, составления, хранения организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем 	<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"> - рациональность применения в практических ситуациях экономических методов; - правильность расчета микроэкономических показателей; – обоснованность результатов анализа микроэкономических показателей, а также рынков ресурсов; 	
ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату	<ul style="list-style-type: none"> - правильность определения основных экономических показателей работы организации, цен, заработной платы; 	
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"> -обоснованность выявления потребности, вида спроса и соответствующих им типов маркетинга для обеспечения целей организации -эффективность мероприятий по формированию спроса и стимулированию сбыта товаров; 	

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.

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки*
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	- 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>	