**Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация**

**«КАЛИНИНГРАДСКИЙ КОЛЛЕДЖ УПРАВЛЕНИЯ»**

|  |  |
| --- | --- |
|  | Утверждено  Учебно–методическим советом Колледжа  протокол заседания  № 33 от 01.09. 2021 г. |
| **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**   |  | | --- | | **Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельностИ** |   **(ПМ.02)**   |  |  | | --- | --- | | По специальности | **38.02.04 Коммерция (по отраслям)** | | Квалификация | **Менеджер по продажам** | | Форма обучения | **очная** | |  |  | | Рабочий учебный план по специальности утвержден директором 12.04.2021 г. |  | | |

Калининград

**Лист согласования рабочей программы профессионального модуля**

Рабочая программа модуля ПМ.02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» разработана в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15.05.2014 г. № 539.

Составитель Шосталь О.В.

Рецензенты:

Представители работодателя:

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании Учебно- методического совета колледжа, протокол № 33 от 01.09. 2021 г.

Регистрационный номер \_\_\_\_\_

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Содержание** | Стр. |
| 1. | Паспорт программы профессионального модуля | 4 |
| 2. | Результаты освоения профессионального модуля | 6 |
| 3. | Структура и содержание профессионального модуля | 8 |
| 4. | Условия реализации программы профессионального модуля | 24 |
| 5. | Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля | 26 |
| 6. | Приложение 1. Оценочные средства | 30 |

**1 ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.03 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельностИ»**

**1.1 Область применения программы**

Рабочая программа профессионального модуля «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» (ПМ.02) является частью ОПОП в соответствии с ФГОС по специальности 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)» в части освоения основного вида профессиональной деятельности «Менеджер по продажам» и соответствующих профессиональных компетенций:

* + 1. Перечень профессиональных компетенций

|  |  |
| --- | --- |
| **Код** | **Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций** |
| 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. В результате освоения профессионального модуля студент 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; |
| 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](http://ivo.garant.ru/document/redirect/10900200/20001);  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. |

**1.2. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:**

Объем образовательной нагрузки – 299 часов, в том числе:

всего учебных занятий – 198 часов,

лекции – 118 часов,

практические занятия – 80 часов,

промежуточная аттестация – 10 часов,

консультации – 26 часов,

самостоятельная учебная работа – 75 часов.

Учебная практика – 36 часов.

Производственная практики – 36 часов.

**МДК.02.01 Финансы, налоги и налогообложение**

Объем образовательной нагрузки – 88 часов, в том числе:

всего учебных занятий – 58 часов,

лекции – 38 часов,

практические занятия – 20 часов,

промежуточная аттестация – 4 часов,

консультации – 10 часов,

самостоятельная учебная работа – 20 часов.

**МДК.02.02 Анализ финансово-хозяйственной деятельности**

Объем образовательной нагрузки – 99 часов, в том числе:

всего учебных занятий – 66 часов,

лекции – 36 часов,

практические занятия – 30 часов,

промежуточная аттестация – 4 часов,

консультации – 10 часов,

самостоятельная учебная работа – 23 часов.

**МДК.02.03 Маркетинг**

Объем образовательной нагрузки – 112 часов, в том числе:

всего учебных занятий – 74 часов,

лекции – 44 часов,

практические занятия – 30 часов,

промежуточная аттестация – 2 часов,

консультации – 6 часов,

самостоятельная учебная работа – 32 часов.

**УП.02.01 Учебная практика – 36 часов**

**ПП.02.01 Производственная практика (по профилю специальности) – 36 часа**

**2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.01 «ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

Результатом освоения профессионального модуля «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности (ВПД, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

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. Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.

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, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями

ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации

**3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02 «ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

**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) | | | | | 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 – 2.9 | Раздел 1. МДК.02.01. «Финансы, налоги и налогообложение» | 88 | 58 | 20 | - | 20 | - | - | - |
| Раздел 2. МДК.02.02. «Анализ финансово-хозяйственной деятельности» | 99 | 66 | 30 | 23 | - | - |
| Раздел 3. МДК.02.03. «Маркетинг» | 112 | 74 | 30 | - | 32 | - | - | - |
| Учебная практика | 36 |  | - | - |  | - | 36 | - |
| Производственная практика (по профилю специальности), часов | 36 |  | - | - |  | - |  | 36 |
|  | Всего: | 299 | 198 | 80 | - | 75 | - | 36 | 36 |

**3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ.01)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем** | **Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся** | **Объем часов** | **Уровень освоения** |
| **МДК.02.01 Финансы, налоги и налогообложение** | | **58** |  |
| **Раздел 1. МДК.02.01 Финансы** | | | |
| **Тема 1. Деньги и денежное обращение** | **Содержание** | **2** |  |
| 1. Сущность и функции денег. Формы и виды денег. Денежное обращение. |  | 1 |
| 2. Денежная система: понятие, элементы, типы.  Особенности функционирования и принципы организации денежных систем. Характеристика денежной системы РФ. Система денежных отношений (СДО) и её подсистемы. |  | 1 |
| **Практические занятия** | **2** |  |
| 1. Расчёт денежных агрегатов. Анализ структуры денежной базы. |  | 2 |
| **Тема 2. Сущность финансов и финансовая политика. Финансовая система.** | **Содержание** | **4** |  |
| 1. Финансы: сущность и функции. Финансовая система. Финансовая политика |  | 1 |
| 2. Государственный бюджет и функции казначейства |  | 1 |
| 3. Внебюджетные специальные фонды государства |  | 1 |
| 4. Страхование |  | 1 |
| **Практические занятия** | **2** |  |
| 1. Начисление страховых взносов во внебюджетные специальные фонды. |  | 2 |
| **Тема 3. Финансы предприятий различных организационно-правовых форм.** | **Содержание** | **4** |  |
| 1. Финансы предприятий. Основные и оборотные средства предприятия. |  | 1 |
| 2. Доходы, расходы и прибыль предприятия. |  | 1 |
| 3. Финансовое планирование, контроль и отчётность |  | 1 |
| 4. Платёжеспособность предприятия |  | 1 |
| **Практические занятия** | **4** |  |
| 1. Расчёт амортизационных отчислений равномерным и ускоренным способами. |  | 2 |
| 2. Расчёт показателей экономической эффективности использования основных и оборотных средств. |  | 2 |
| 3. Расчёт потребности в оборотных средствах.. |  | 2 |
| 4. Расчёт суммы, прироста (уменьшения) устойчивых пассивов |  | 2 |
| 5. Расчёт издержек обращения (производства) по видам. |  | 2 |
| 6. Расчёт валового дохода, издержек обращения и прибыли. |  | 2 |
| 7. Расчёт рентабельности. |  | 2 |
| 8. Расчёт показателя платёжеспособности (ликвидности) предприятия. |  | 2 |
| **Тема 4. Кредит и банки.** | **Содержание** | **4** |  |
| 1. Сущность, функции и формы кредита |  | 1 |
| 2. Банки и банковская деятельность |  | 1 |
| 3. Центральный банк России (ЦБ РФ) |  | 1 |
| 4. Денежно-кредитная политика |  | 1 |
| **Практические занятия** | **2** |  |
| 1. Расчёт процентной ставки за кредит и процентных денег. |  | 2 |
| 2. Операции наращения и дисконтирования. |  | 2 |
| 3. Расчёт показателей экономической эффективности капитальных вложений. |  | 2 |
| **Тема 5. Рынок ценных бумаг (РЦБ).** | **Содержание** | **4** |  |
| 1. Сущность, организация и функционирование РЦБ |  | 1 |
| 2. Понятие и виды ценных бумаг |  | 1 |
| 3. Участники рынка ценных бумаг |  | 1 |
| **Практические занятия** | **2** |  |
| 1. Расчёт дивидендов по акциям. |  | 2 |
| 2. Расчёт текущей цены ГКО. |  | 2 |
| 3. Определение цены векселя (операция по учёту). |  | 2 |
| **Самостоятельная работа** | | **20** |  |
| **Самостоятельная работа при изучении МДК.02.01. Финансы**  Написание рефератов по вопросам происхождения и видам денег.  Факторы, влияющие на денежную массу: количества денег и скорость их оборота.  Современная финансовая политика РФ. Типы финансовой политики.  Принципы организации финансов предприятия. Факторы, влияющие на организацию финансов предприятия.  Основные этапы развития кредитных отношений: первичное становление, структурное развитие, современное состояние.  Подготовка сообщений по происхождению банков и их роли в экономической системе, состояние банковского дела в регионе.  Влияние РЦБ на развитие экономики. Исторический аспект развития РЦБ. | |  |  |
| **Раздел 2. МДК.02.01. Налоги и налогообложение** | | | |
| **Тема 1. Понятие налога и сбора. Классификация налогов** | **Содержание** | **4** |  |
| 1. Понятие налога и сбора. Признаки налога и сбора. Функции налога. Элементы налога. |  | 1 |
| 2. Понятие и виды федеральных, региональных и местных налогов и сборов. Понятие и виды специальных налоговых режимов. |  | 1 |
| 3. Прямое и косвенное налогообложение. |  | 1 |
| **Практические занятия** |  |  |
| Не предусмотрены |  |  |
| **Тема 2. Федеральные налоги** | **Содержание** | **4** |  |
| 1. Налог на добавленную стоимость |  | 1 |
| 2. Акцизы |  | 1 |
| 3. Налог на прибыль организаций |  | 1 |
| 4. Налог на доходы физических лиц |  | 1 |
| 5. Природно-ресурсные платежи |  | 1 |
| **Практические занятия** | **4** |  |
| 1. Решение задач по определению плательщиков, облагаемых и необлагаемых оборотов, исчисление налоговой базы и суммы налога в бюджет. |  | 2 |
| 2. Решение задач по определению плательщиков, облагаемых и необлагаемых оборотов исчислению налоговой базы и суммы налога в бюджет. |  | 2 |
| 3. Решение задач по определению плательщиков, учитываемых и не учитываемых при исчислении налога доходов и расходов,  исчисление налоговой базы и суммы налога в бюджет. |  | 2 |
| 4. Решение задач по определению плательщиков, облагаемых и необлагаемых доходов, исчисление налоговой базы и суммы налога в бюджет. |  | 2 |
| 5. Решение задач по определению плательщиков, налоговой базы и суммы налогов. |  | 2 |
| **Тема 3. Региональные налоги** | **Содержание** | **4** |  |
| 1. Налог на имущество организаций |  | 1 |
| 2. Транспортный налог |  | 1 |
| 3. Налог на игорный бизнес |  | 1 |
| **Практические занятия** | **2** |  |
| 1. Решение задач по определению плательщиков и сумм налога. |  | 2 |
| 2. Решение задач по определению транспортного налога. |  | 2 |
| **Тема 4. Местные налоги** | **Содержание** | **4** |  |
| 1. Налог на имущество физических лиц. |  | 1 |
| 2. Земельный налог. |  | 1 |
| **Практические занятия** |  |  |
| Не предусмотрены |  |  |
| **Тема 5. Специальные налоговые режимы** | **Содержание** | **4** |  |
| 1. Упрощенная система налогообложения (УСН) |  | 1 |
| 2. Патентная система налогообложения (ПСНО) |  | 1 |
| **Практические занятия** | **2** |  |
| 1. Решение задач по определению налоговой базы и суммы налога |  | 2 |
| **Самостоятельная работа по модулю** | | **8** |  |
| **Самостоятельная работа при изучении раздела МДК.02.01.Налоги и налогообложение**  Изучение учебной литературы, нормативно правовых актов.  Решение практических ситуаций.  Тематика внеаудиторной самостоятельной работы  Изучение полномочий законодательных (представительных) органов государственной власти субъектов РФ в части установления региональных налогов и нормативно-правового регулирования местных налогов.  Изучение особенностей исчисления налоговой базы для расчета НДС.  Ознакомление со спецификой исчисления акцизов, решение практических ситуаций по акцизам.  Изучение особенностей исчисления и уплаты налога банками, страховщиками, негосударственными внебюджетными фондами, участниками рынка ценных бумаг, решение практических ситуаций по налогу на прибыль организаций.  Решение спорных практических ситуаций по налогам. | |  |  |
| **МДК.02.02. Анализ финансово – хозяйственной деятельности** | | **66** |  |
| **Тема 1.**  **Предмет, содержание, задачи экономического анализа** | **Содержание** | **2** |  |
| 1. Предмет и содержание экономического анализа как экономической науки. |  | 1 |
| 2. Значение и задачи экономического анализа в современных условиях хозяйствования. |  | 1 |
| **Практические занятия** | **-** |  |
| Не предусмотрены |  |  |
| **Тема 2.**  **Метод и приемы экономического анализа** | **Содержание** | **2** |  |
| 1. Метод экономического анализа, его теоретическая основа. |  | 1 |
| 2. Приемы экономического анализа. |  | 1 |
| 3. Система показателей, используемых для анализа и их сопоставимость. |  | 1 |
| **Практические занятия** | **-** |  |
| Не предусмотрены |  |  |
| **Тема 3.**  **Организация аналитической работы на предприятии** | **Содержание** | **4** |  |
| 1. Виды экономического анализа. |  | 1 |
| 2. Источники экономической информации. |  | 1 |
| 3. Схема аналитического процесса. |  | 1 |
| 4. Основные этапы аналитической работы. |  | 1 |
| **Практические занятия** | **-** |  |
| Не предусмотрены |  |  |
| **Тема 4.**  **Анализ розничного товарооборота** | **Содержание** | **4** |  |
| 1. Значение, задачи, информационное обеспечение анализа розничного товарооборота. |  | 1 |
| 2. Методика анализа розничного товарооборота по общему объему и товарным группам. |  | 1 |
| 3. Анализ влияния факторов. |  | 1 |
| 4. Анализ товарных запасов, товарооборачиваемости и поступления товаров на предприятие: значение, задачи анализа. |  | 1 |
| 5. Источники информации и методика проведения. |  | 1 |
| **Практические занятия** | **4** |  |
| 1. Анализ розничного товарооборота по общему объему. |  | 2 |
| 2. Анализ товарооборота по товарным группам. |  | 2 |
| 3. Анализ товарных запасов и товарооборачиваемости. |  | 2 |
| 4. Анализ поступления товаров. |  | 2 |
| **Тема 5.**  **Анализ оптового товарооборота** | **Содержание** | **4** |  |
| 1. Значение, задачи, источники информации и методика проведения анализа оптового товарооборота по общему объему, товарным группам, видам и формам продажи. |  | 1 |
| 2. Особенности анализа товарных запасов и товарооборачиваемости на оптовом предприятии. |  | 1 |
| 3. Анализ поступления товаров. |  | 1 |
| **Практические занятия** | **4** |  |
| 1. Анализ оптового товарооборота по общему объему и товарным группам. |  | 2 |
| 2. Анализ товарных запасов и товарооборачиваемости. |  | 2 |
| 3. Анализ поступления товаров. |  | 2 |
| **Тема 6.**  **Анализ издержек обращения** | **Содержание** | **4** |  |
| 1. Значение, задачи, источники информации и методика анализа издержек обращения по общему объему и отдельным статьям. |  | 1 |
| 2. Анализ влияния факторов на уровень издержек обращения. |  | 1 |
| 3. Изыскание резервов снижения материальных затрат. |  | 1 |
| 4. Роль бухгалтера в осуществлении контроля за соблюдением сметы расходов. |  | 1 |
| **Практические занятия** | **4** |  |
| 1. Анализ издержек обращения по общему объему. |  | 2 |
| 2. Анализ издержек обращения по статьям расходов. |  | 2 |
| 3. Анализ влияния факторов на уровень издержек обращения. |  | 2 |
| **Тема 7.**  **Анализ показателей по труду** | **Содержание** | **4** |  |
| 1. Значение, задачи, источники информации и методика анализа показателей плана по труду: численности работников, производительности труда и фонда оплаты труда. Анализ влияния факторов. |  | 1 |
| 2. Мероприятия по увеличению производительности и повышению эффективности использования трудовых ресурсов. |  | 1 |
| **Практические занятия** | **4** |  |
| 1. Анализ показателей по труду во взаимосвязи и взаимозависимости. |  | 2 |
| 2. Анализ численности работников и фонда оплаты труда. |  |  |
| **Тема 8.**  **Анализ валового дохода** | **Содержание** | **4** |  |
| Значение, задачи, источники информации и методика проведения анализа валового дохода; расчет и оценка влияния факторов, выявление резервов увеличения валового дохода. |  | 1 |
| **Практические занятия** | **4** |  |
| Анализ валового дохода, влияния факторов на его величину |  | 2 |
| **Тема 9.**  **Анализ финансовых результатов** | **Содержание** | **4** |  |
| Значение, задачи, источники информации и методика анализа прибыли и рентабельности. Анализ влияния факторов. |  | 1 |
| Выявление резервов повышения эффективности финансовых результатов. |  | 1 |
| **Практические занятия** | **4** |  |
| 1. Анализ прибыли и рентабельности; расчет и оценка влияния факторов. |  | 2 |
| 2. Анализ использования прибыли. Анализ внереализационных доходов и расходов. |  | 2 |
| **Тема 10.**  **Анализ финансового состояния торгового предприятия** | **Содержание** | **4** |  |
| 1. Бухгалтерский баланс как основной источник анализа финансового состояния. |  | 1 |
| 2. Анализ общего объема, структуры средств и источников их формирования. |  | 1 |
| 3. Анализ финансовой независимости и платежеспособности предприятия. |  | 1 |
| 4. Анализ ликвидности. |  | 1 |
| 5. Анализ эффективности использования основных и оборотных средств. |  | 1 |
| 6. Анализ рентабельности капитала. |  | 1 |
| **Практические занятия** | **6** |  |
| 1. Анализ общего объема, структуры средств и источников их формирования. |  | 2 |
| 2. Анализ финансовой независимости, платежеспособности предприятия. |  | 2 |
| 3. Анализ ликвидности баланса. |  | 2 |
| **Самостоятельная работа** | | **23** |  |
| **Самостоятельная работа при изучении МДК.02.02.**  Изучение организации аналитического процесса в учебно-производственном предприятии.  Анализ товарооборота, товарных запасов, товарооборачиваемости и поступления товаров в учебно-производственном предприятии.  Анализ показателей оптового предприятия местной торговли. Разработка мероприятий по улучшению показателей товарооборота.  Анализ издержек обращения в учебно-производственном предприятии, изыскание резервов их снижения.  Анализ показателей по труду в учебно-производственном предприятии.  Анализ валового дохода в учебно-производственном предприятии.  Анализ влияния факторов на прибыль и рентабельность.  Анализ консолидированной отчётности. | |  |  |
| **МДК.02.03. Маркетинг** | | **74** |  |
| **Тема 1.**  **Социально-экономическая сущность маркетинга** | **Содержание** | **2** |  |
| 1. Понятие и сущность маркетинга. |  | 1 |
| 2. Понятие и основные элементы рынка: спрос, товарное предложение, конъюнктура, рыночная ситуация и их взаимосвязь. |  | 1 |
| 3. Цели и задачи, основные специфические функции маркетинга. Принципы маркетинга. |  | 1 |
| 4. Классификация маркетинга: виды маркетинга по приоритетности задач и по широте охвата рынка. |  | 1 |
| 5. Понятие сегментации. Критерии сегментации. Рыночная ниша. |  | 1 |
| **Практические занятия** | **2** |  |
| 1. Анализ методов рыночной сегментации по группам потребителей, по основным конкурентам и видам продукции. |  | 2 |
| **Тема 2.**  **Современные концепции маркетинга** | **Содержание** | **4** |  |
| 1. Роль маркетинга в экономическом развитии страны. |  | 1 |
| 2. Виды маркетинговых концепций и их эволюция: производственная концепция, товарная концепция, концепция сбыта, традиционного, социально-этического и индивидуального маркетинга. |  | 1 |
| 3. Сущность современной концепции маркетинга. |  | 1 |
| 4. Основные требования социально-этического маркетинга. |  | 1 |
| **Практические занятия** | **2** |  |
|  | 1. Концепции маркетинга |  | 2 |
| **Тема 3.**  **Маркетинговая среда организации и система маркетинга** | **Содержание** | **4** |  |
| 1. Понятие маркетинговой среды организации. Внутренняя и внешняя среда организации. |  | 1 |
| 2. Микросреда маркетинга, понятие и сущность. Субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду фирмы. |  | 1 |
| 3. Макросреда маркетинга, понятие и сущность. Субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие макросреду фирмы: стабильность политической системы, экономика, демография, природно-климатические факторы, внешняя политика. |  | 1 |
| 4. Система маркетинга и ее задачи. |  | 1 |
| 5. Комплекс маркетинга, его ключевые элементы. |  | 1 |
| **Практические занятия** | **4** |  |
| 1. Маркетинговая среда |  | 2 |
| 2. Комплекс маркетинга |  | 2 |
| **Тема 4.**  **Объекты маркетинговой деятельности** | **Содержание** | **4** |  |
| 1. Объекты маркетинговой деятельности: нужда, потребности, спрос. Определение понятий, их общность и различия. |  | 1 |
| 2. Классификация потребностей: физиологические, социальные, психологические, интеллектуальные, духовные. Приоритетность потребностей. Характеристика отдельных видов потребностей. |  | 1 |
| 3. Виды спроса и их характеристика. Маркетинговые мероприятия при разных видах спроса. Типы маркетинга: конверсионный, стимулирующий, ремаркетинг, демаркетинг, противодействующий. |  | 1 |
| 4 Роль маркетолога в проведении маркетинговых мероприятий. |  | 1 |
| **Практические занятия** | **2** |  |
| 1. Определение маркетинговых мероприятий при разных видах спроса с учетом всех типов маркетинга. |  | 2 |
| **Тема 5.**  **Субъекты маркетинговой деятельности** | **Содержание** | **4** |  |
| 1. Субъекты маркетинговой деятельности. |  | 1 |
| 2. Модель покупательского поведения и ее составляющие. Факторы, влияющие на поведение покупателей. Этапы процесса принятия решения о покупке. Процесс восприятия товара-новинки. Влияние характеристик нового товара на темпы его восприятия. |  | 1 |
| 3. Конкуренция: понятие, критерии оценки, виды. Анализ конкурентных возможностей фирмы. Методы анализа конкурентной среды. Модель конкурентной среды (матрица Портера). Определение ближайших конкурентов. |  | 1 |
| **Практические занятия** | **4** |  |
| 1. Анализ факторов, влияющих на поведение покупателей. |  | 2 |
| 2. Сопоставление конкурентных возможностей двух фирм, их анализ |  | 2 |
| **Тема 6.**  **Маркетинговые исследования рынка. Маркетинговая информационная система** | **Содержание** | **4** |  |
| 1. Понятие системы маркетинговых исследований и информации. Цели, задачи и виды исследований. Особенности маркетинговых исследований. Схема маркетинговых исследований. |  | 1 |
| 2. Маркетинговая информация: назначение, источники (внутренние и внешние), принципы отбора, классификация, требования к ней.  Маркетинговая информационная система (МИС). |  | 1 |
| 3. Методы маркетинговых исследований: экспериментальные и аналитические, возможности их применения. Важнейшие направления маркетинговых исследований. Маркетинговые исследования товарных рынков: определение емкости, конъюнктурные и прогностические исследования, исследования конъюнктурной среды, выявление потребностей и средств их удовлетворения, определение каналов товародвижения и сбыта. |  | 1 |
| **Практические занятия** | **2** |  |
| 1. Организация сбора первичной информации и ее анализ на примере конкретной торговой фирмы. |  | 2 |
| 2. Используя аналитический метод маркетинговых исследований дать оценку деятельности конкретной торговой фирмы по учету конкурентной среды. |  | 2 |
| **Тема 7.**  **Товар в системе маркетинга** | **Содержание** | **4** |  |
| 1. Товар – важнейшее средство, его коммерческие характеристики. Маркетинговая классификация товара. Понятие качества товара с точки зрения производителя и потребителя. Понятие «жизненного цикла» товара (ЖЦТ). Стратегии маркетинга на разных этапах ЖЦТ. |  | 1 |
| 2. Новые товары, этапы их разработки. |  | 1 |
| 3. Рыночная атрибутика товара. Марка товара. Товарный знак, его значение и требование к нему. Фирменное имя товара. |  | 1 |
| 4. Позиционирование товара и его конкурентоспособность. |  | 1 |
| **Практические занятия** | **2** |  |
| 1. Анализ ЖЦТ разных групп и товарных марок. |  | 2 |
| 2. Разработка нового товара и составление всех его характеристик. |  | 2 |
| **Тема 8.**  **Ценовая политика маркетинга** | **Содержание** | **4** |  |
| 1. Цена как категория рыночного хозяйства. Система цен и их классификация. Виды цен, особенности их применения. |  | 1 |
| 2. Ценообразование на разных этапах рынков. Порядок ценообразования: цели и задачи ценовой политики, определение спроса, виды издержек и их оценка, анализ цен и товаров-конкурентов. Методы ценообразования, их особенности и преимущества. |  | 1 |
| 3. Виды ценовых стратегий маркетинга. Особенности стратегии ценообразования на новые и известные товары. Установление цены на новый товар. |  | 1 |
| **Практические занятия** | **4** |  |
| 1. Анализ методов ценообразования. |  | 2 |
| 2. Выбор оптимального метода в заданных условиях фирмы. |  | 2 |
| **Тема 9.**  **Сбытовая политика маркетинга** | **Содержание** | **4** |  |
| 1. Понятие о сбыте и сбытовой политике. Товародвижение и каналы сбыта: прямые, косвенные, смешанные. Функции каналов сбыта, число и виды уровней каналов распределения. Вертикальные и горизонтальные каналы распределения. Критерии выбора каналов сбыта. |  | 1 |
| 2. Торговые посредники, их классификация, типы торговых посредников, их характеристика и особенности. Факторы, влияющие на выбор посредников. Организация оптовой и розничной торговли. |  | 1 |
| **Практические занятия** | **2** |  |
| 1. Выбор канала распределения для конкретного товара с использованием различных уровней. |  | 2 |
| 2. Анализ посредников различных типов с учетом их отношения к праву собственности на товар. |  | 2 |
| **Тема 10.**  **Методы маркетинга** | **Содержание** | **4** |  |
| 1. Классификация методов маркетинга. Методы изучения спроса: назначение, разновидности, их возможности, достоинства и недостатки. |  | 1 |
| 2. Методика проведения маркетинговых исследований: наблюдение, опросы, анкетирование, интервью. Правила составления бланка анкеты. |  | 1 |
| 3. Система формирования спроса и стимулирование сбыта (ФОССТИС). Основные цели и задачи ФОССТИС. Классификация методов и средств стимулирования реализации продукции. ФОССТИС, Паблик рилейшнз и товарная пропаганда. Методы персональных продаж. |  | 1 |
| 4. Методы прогнозирования потребностей на рынке: назначение, разновидности, возможности. |  | 1 |
| **Практические занятия** | **2** |  |
| 1. Разработка анкеты опроса покупателей. |  | 2 |
| 2. Изучение методов стимулирования товаров в организациях различных форм собственности. |  | 2 |
| **Тема 11.**  **Реклама в системе маркетинга** | **Содержание** | **4** |  |
| 1. Реклама, ее роль и значение в системе маркетинга. Виды и средства рекламы. |  | 1 |
| 2. Этапы рекламного цикла: определение целей, разработка концепции рекламы, размещение рекламного сообщения в СМИ, оценка эффективности рекламы. |  | 1 |
| 3. Исследования, необходимые на каждом из этапов рекламного цикла. Методы оценки эффективности рекламы. |  | 1 |
| **Практические занятия** | **4** |  |
| 1. Проведение исследований, необходимых для разработки концепции рекламы определенного товара. |  | 2 |
| 2. Составление рекламного сообщения о товаре с последующим размещением в СМИ, анализ его эффективности. |  | 2 |
| **Тема 12.**  **Управление маркетингом** | **Содержание** | **2** |  |
| 1. Процесс управления маркетингом. |  | 1 |
| 2. Информационная система управления маркетингом на фирме. |  | 1 |
| 3. Маркетинговый контроль. |  | 1 |
| 4. Основные принципы организации службы маркетинга. |  | 1 |
| 5. Виды организационных структур. |  | 1 |
| 6. Современные процессы интеграции управления маркетингом в общий менеджмент фирмы. |  | 1 |
| **Практические занятия** |  |  |
| Не предусмотрены |  |  |
| **Самостоятельная работа** | | **32** |  |
| **Самостоятельная работа при изучении МДК 02.03.**   1. Дифференцированный, интегрированный и потребительско-ориентированный виды маркетинга. Оформить конспект. 2. Особенности и преимущества индивидуальной концепции маркетинга. 3. Характеристика факторов микросреды маркетинга конкретной торговой организации. 4. Характеристика отдельных видов потребностей. Приоритетность потребностей. 5. Восприятие нового товара покупателем на конкретном примере. Оформить отчет. 6. Характеристика методов маркетинговых исследований, эффективность их использования. Оформить в виде доклада. 7. Определение товарного ассортимента и товарной номенклатуры. Основные характеристики товарного ассортимента. Формирование оптимального ассортимента. Оформить в виде доклада. 8. Классификация цен по месту их установления. Степени развития конкурентной среды. 9. Варианты реализации товаров: экстенсивная, исключительная, выборочное распределение, их характеристика. 10. Управление рекламной деятельностью. Правовое регулирование рекламной деятельности. 11. Задачи и принципы планирования маркетинга. Программа маркетинга. 12. Виды организационных структур и служб маркетинга. Основные задачи и функции подразделений службы маркетинга. | |  |  |
| **Учебная практика**  **Виды работ:**  **МДК.02.03**  1. Анализ факторов внешней и внутренней среды предприятия.  2. Анализ запросов потребителей.  3. Изучение мотивации и покупательского поведения потребителей.  4. Сегментация потребительского рынка.  5. Изучение методов стимулирования сбыта в организации.  6. Оценка конкурентоспособности предприятия. Участие в сборе маркетинговой информации.  7. Участие в маркетинговых исследованиях рынка.  8. Участие в маркетинговых исследованиях потребителей.  9. Участие в маркетинговых исследованиях организации.  10.Участие в маркетинговых исследованиях товаров. | | **36** |  |
| **Производственная практика (по профилю специальности)**  **Виды работ:**  **МДК.02.01**  1. Сбор и обработка первичной бухгалтерской документации  2. Расчет основных налогов организации.  **МДК.02.02**  1. Изучить организацию анализа хозяйственных процессов на предприятии, способы анализа хозяйственной деятельности;  2 Проводить анализ основных средств; особенности анализа арендованных и сданных в аренду основных средств; амортизации основных средств и нематериальных активов;  3. Проводить анализ материально-производственных запасов: понятие, классификацию и оценку материально-производственных запасов; анализ поступления и расхода материально-производственных запасов;  4. Проводить анализ затрат на производство и калькулирование себестоимости; особенности анализа и распределения затрат вспомогательных производств; анализ потерь и непроизводственных расходов; анализ и оценку незавершенного производства; калькуляцию себестоимости продукции;  5. Ознакомиться с характеристикой готовой продукции, ее оценкой, технологией реализации готовой продукции (работ, услуг), проводить анализ выручки от реализации продукции (работ, услуг);  6. Проводить анализ расходов по реализации продукции, выполнению работ и оказанию услуг;  7. Проводить анализ дебиторской и кредиторской задолженности и формы расчетов;  6. Проводить анализ труда и заработной платы;  7. Проводить анализ финансовых результатов и использования прибыли;  8. Проводить анализ использования собственного капитала. | | **36** |  |
| **Всего** | | **299** |  |

Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения: 1 – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);   
2 – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);

3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

**4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02 «ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

**4.1 Перечень образовательных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по модулю, включая перечень лицензионного программного обеспечения, современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем**

**4.1.1 Образовательные технологии**

При реализации различных видов учебной работы по модулю используются следующие образовательные технологии:

1. Технологии проблемного обучения: проблемная лекция, практическое занятие в форме практикума.
2. Интерактивные технологии: Лекция «обратной связи» (лекция – дискуссия)
3. Информационно-коммуникационные образовательные технологии: Лекция-визуализация
4. Инновационные методы, которые предполагают применение информационных образовательных технологий, а также учебно-методических материалов, соответствующих современному мировому уровню, в процессе преподавания дисциплины:

* использование медиаресурсов, энциклопедий, электронных библиотек и Интернет;
* решение юридических, экономических (других) задач с применением справочных систем «Гарант», «Консультант +»;
* консультирование студентов с использованием электронной почты;
* использование программно-педагогических тестовых заданий для проверки знаний обучающихся.

**4.1.2 Лицензионное программное обеспечение:**

В образовательном процессе при изучении модуля используется следующее лицензионное программное обеспечение:

1. ОС Windows 7 (подписка Azure Dev Tools for Teaching)
2. MS Office 2007 (лицензия Microsoft Open License (Academic))
3. Kaspersky Endpoint Security 10 (лицензия 1C1C1903270749246701337)
4. СПС КонсультантПлюс (договор №СВ16-182)
5. АБС «Управление кредитной организацией» (лицензия регистрационный №000098)
6. Система тестирования INDIGO (лицензия №54736)

**4.1.3. Современные профессиональные базы данных**

В образовательном процессе при изучении модуля используются следующие современные профессиональные базы данных:

1. «Университетская Библиотека Онлайн» - https://biblioclub.ru/.
2. Научная электронная библиотека <eLIBRARY.RU> – <http://www.elibrary.ru/>

**4.1.4 Информационные справочные системы:**

Изучение модуля сопровождается применением информационных справочных систем:

1. Справочная информационно-правовая система «Гарант» (договор № 118/12/11).

2. Справочная информационно-правовая система «КонсультантПлюс» (договор № ИП20-92 от 01.03.2020).

**4.2** [**Основная и дополнительная учебная литература и электронные образовательные ресурсы, необходимые для освоения дисциплины**](file:///C:\Users\Емельянова.UPRAVLENIEKIU\Desktop\Local%20Settings\Temp\РАБОЧАЯ%20ПРОГРАММА%2010%20января\Положение%20по%20РП%20полное.docx#bookmark16)

**Основная учебная литература**

1. Алексунин, В. А. Маркетинг: учебник / В. А. Алексунин. – 6-е изд., стер. – Москва: Дашков и К°, 2019. – 200 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573217>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03163-2. – Текст: электронный.
2. Бондарева, Н. А. Финансы, налоги и налогообложение: учебник: [16+] / Н. А. Бондарева. – Москва: Университет Синергия, 2018. – 128 с.: ил. – (Легкий учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=490890>. – Библиогр. с: 124 - 126. – ISBN 978-5-4257-0274-6. – Текст: электронный.
3. Торхова, А. Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / А. Н. Торхова. – Изд. 3-е, стер. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2017. – 104 с.: табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473319>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-9257-8. – DOI 10.23681/473319. – Текст: электронный.
4. Шакирова, А. Г. Налоги и налогообложение: учебное пособие для студентов СПО: [12+] / А. Г. Шакирова. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2020. – 102 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570998>. – ISBN 978-5-4499-0430-0. – DOI 10.23681/570998. – Текст: электронный.

**Дополнительная учебная литература**

1. Забелина, Е. А. Ценообразование: практикум: [12+] / Е. А. Забелина. – Минск: РИПО, 2016. – 156 с.: табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=463702>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-985-503-585-6. – Текст: электронный.
2. Палий, Н. С. Товарная инновационная политика: учебное пособие: [12+] / Н. С. Палий. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2021. – 185 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=599897>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-1702-7. – DOI 10.23681/599897. – Текст: электронный.
3. Поведение потребителей: учебное пособие / под ред. Н. И. Лыгиной, Г. А. Васильева. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юнити, 2015. – 238 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117714>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01280-3. – Текст: электронный.
4. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности: учебник: [16+] / Г. В. Савицкая. – Минск: РИПО, 2019. – 374 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600085>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-985-503-942-7. – Текст: электронный.
5. Финансы организаций: учебное пособие: [16+] / В. В. Позняков, Л. Г. Колпина, В. К. Ханкевич, В. М. Марочкина; под ред. В. В. Познякова. – Минск: РИПО, 2019. – 332 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600040>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-985-503-912-0. – Текст: электронный.
6. Чернопятов, А. М. Маркетинг: учебник: [16+] / А. М. Чернопятов. – 2-е изд., стер. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 439 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=564259>. – Библиогр.: с. 411-414. – ISBN 978-5-4499-0100-2. – DOI 10.23681/564259. – Текст: электронный.
7. Чернопятов, А. М. Налоги и налогообложение: учебник: [16+] / А. М. Чернопятов. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 346 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=498552>. – Библиогр.: с. 332-335. – ISBN 978-5-4475-9954-6. – DOI 10.23681/498552. – Текст: электронный.

**Нормативно – правовые документы**

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 09.03.2021, с изм. от 08.07.2021) (с изм. и доп., вступ. в силу с 29.06.2021)
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30 ноября 1994 года N 51-ФЗ (ред. от 28.06.2021, с изм. от 08.07.2021).
3. Земельный кодекс Российской Федерации от 25.10.2001 № 136-ФЗ (ред. от 02.07.2021)
4. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 5 августа 2000 года N 117-ФЗ
5. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31 июля 1998 года N 146-ФЗ.
6. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 28.06.2021).
7. Федеральный закон от 16 июля 1999 г. № 165-ФЗ «Об основах обязательного социального страхования» (ред. от 26.05.2021).
8. Федеральный закон от 15 декабря 2001 г. № 167-ФЗ «Об обязательном пенсионном страховании в Российской Федерации» (ред. от 26.05.2021).
9. Федеральный закон от 29 декабря 2006 г. № 255-ФЗ «Об обязательном социальном страховании на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством» (ред. от 26.05.2021).
10. Федеральный закон от 29 ноября 2010 г. № 326-ФЗ «Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации» (ред. от 24.02.2021).
11. Федеральный закон от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» (ред. от 26.07.2019) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2020).
12. Приказ Минфина России от 30 марта 2001 г. № 26н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» ПБУ 6/01» (ред. от 16.05.2016).

**4.3 Дополнительные ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. <http://base.garant.ru/10900200/> - Налоговый кодекс РФ, Части 1-2
2. <http://base.garant.ru/12112604/> - Бюджетный кодекс РФ
3. <http://taxpravo.ru/> - Российский налоговый портал
4. <http://www.audit-it.ru/> - Audit-it.ru: Бухгалтерский учет. Налогообложение. Аудит
5. <http://www.consultant.ru/> - Официальный сайт компании «Консультант Плюс»
6. <http://www.garant.ru/> - Информационно-правовой портал компании «Гарант»
7. http://www.marketolog.ru / Маркетолог.
8. <http://www.nalog.ru/> - Федеральная налоговая служба
9. http://www.nalog-forum.ru/ - Портал «Налоги России»-
10. <http://www.podatinet.net/> - Налоговый портал «Податинет»
11. http://www.rectech.ru/journal / Рекламные технологии.
12. <http://www.topnalog.ru/> - Налоги: Судебная практика ВАС РФ, арбитражных судов, налоговые новости, полезные документы
13. www.advi.ru / Рекламные идеи Yes!
14. www.bci-marketing.aha.ru. / Практический маркетинг.
15. www.bci-marketing.aha.ru. / Эксклюзивный маркетинг.
16. www.bci-marketing.aha.ru/head5.htm / Рекламодатель.
17. www.cfin.ru/press/marketing/ Маркетинг в России и за рубежом.
18. www.dialogdm.ru / Диалог.
19. www.expert.ru / Эксперт.

**4.4 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению, необходимого для осуществления образовательного процесса по модулю**

Для изучения профессионального модуля используется любая мультимедийная аудитория. Мультимедийная аудитория оснащена современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов.

Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из:

мультимедийного проектора,

проекционного экрана,

акустической системы,

персонального компьютера (с техническими характеристиками не ниже: процессор не ниже 1.6.GHz, оперативная память – 1 Gb, интерфейсы подключения: USB, audio, VGA.

Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть «Интернет».

Компьютерное оборудованием имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Для проведения занятий лекционного типа предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей учебной программе дисциплин.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду Института.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе «Университетская библиотека ONLINE», доступ к которой предоставлен обучающимся. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE» реализует легальное хранение, распространение и защиту цифрового контента учебно-методической литературы для вузов с условием обязательного соблюдения авторских и смежных прав. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE» обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям ФГОС СПО.

**5. Контроль и оценка результатов освоения профессионального модуля «ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ТОРГОВО – СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ»**

**5.1 Оценочные средства и методические материалы по итогам освоения дисциплины**

Типовые задания, база тестов и иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения модкля (в т.ч. в процессе ее освоения), а также методические материалы, определяющие процедуры этой оценки приводятся в приложении 1 к рабочей программе модуля.

Универсальная система оценивания результатов обучения выполняется в соответствии с Положением о формах, периодичности и порядке проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в АНПОО «ККУ», утвержденным приказом директора от 03.02.2020 г. № 31 о/д и включает в себя системы оценок:

1) «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно»;

2) «зачтено», «не зачтено».

**5.2 Критерии и методы оценки результатов освоения профессионального модуля**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код и наименование профессиональных компетенций, формируемых в рамках модуля | Критерии оценки | Методы оценки |
| ПК 2.1.  Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары и других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации. | 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 | Текущий контроль в форме:  - защиты  практических работ;  - контрольных работ, тестирования по темам МДК. |
| ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем. | Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем | Текущий контроль в форме:  - защиты  практических работ;  - контрольных работ, тестирования по темам МДК. |
| ПК 2.3.Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов. | Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов | Текущий контроль в форме:  - защиты  практических работ;  - контрольных работ, тестирования по темам МДК. |
| ПК 2.4.Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату. | Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату | Текущий контроль в форме:  - защиты  практических работ;  - контрольных работ, тестирования по темам МДК. |
| ПК 2.5.Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров. | Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров. | Текущий контроль в форме:  - защиты  практических работ;  - контрольных работ, тестирования по темам МДК. |
| ПК 2.6.Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации. | 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 | Текущий контроль в форме:  - защиты  практических работ;  - контрольных работ, тестирования по темам МДК. |
| ПК 2.7.Участвовать в применении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений. | Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем | Текущий контроль в форме:  - защиты  практических работ;  - контрольных работ, тестирования по темам МДК. |
| ПК 2.8.  Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации. | Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов | Текущий контроль в форме:  - защиты  практических работ;  - контрольных работ, тестирования по темам МДК. |
| 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. | Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату | Текущий контроль в форме:  - защиты  практических работ;  - контрольных работ, тестирования по темам МДК. |

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.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код и наименование общих компетенций, формируемых в рамках модуля | Критерии оценки | Методы 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 ведения налоговых и страховых расчетов;  оценка эффективности и качества выполнения расчетов; |
| ОК 3.Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях. | 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 информации, включая электронные; |
| ОК 6.Работать в коллективе и в команде, обеспечивать ее сплочение, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями | взаимодействие с обучающимися, преподавателями и работниками бухгалтерских служб; |
| ОК 7.Самостоятельно определять задачи профессионального и личного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации | самоанализ и коррекция результатов собственной работы; |  |