

**ПОЧУ «ИЖЕВСКИЙ ТЕХНИКУМ ЭКОНОМИКИ, УПРАВЛЕНИЯ И ПРАВА  
УДМУРТПОТРЕБСОЮЗА»**

**Приложение 3**  
**ОПОП по специальности**  
**38.02.04 Коммерция (по отраслям)**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**  
профессионального модуля  
ПМ.02.Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности  
наименование модуля

по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям)  
код, наименование

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе: Федерального государственного образовательного стандарта (ФГОС) по специальности среднего профессионального образования 38.02.04 Коммерция (по отраслям), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15 мая 2014 г. N 539, укрупненная группа 38.00.00 Экономика и управление.

**Организация-разработчик:**

ПОЧУ «Ижевский техникум экономики, управления и права Удмуртпотребсоюза».

**Разработчики:**

Бесогонова Е.В., преподаватель ПОЧУ «Ижевский техникум экономики, управления и права Удмуртпотребсоюза»

Чернышева А.В., преподаватель ПОЧУ «Ижевский техникум экономики, управления и права Удмуртпотребсоюза»

Коробейникова Е.П., преподаватель ПОЧУ «Ижевский техникум экономики, управления и права Удмуртпотребсоюза»

**СОГЛАСОВАНО**

Заместитель директора по УМР

\_\_\_\_\_ Т.П. Зуева

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**РАССМОТРЕНО**

Цикловой комиссией

экономических дисциплин

ПРОТОКОЛ № \_\_\_\_\_

от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Председатель ЦК \_\_\_\_\_ /А.В. Чернышева/

## СОДЕРЖАНИЕ

стр.

1	ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2	РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
4.	УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	17
5	КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)	19

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

## ПМ 02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

### 1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля

. В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен освоить основной вид деятельности «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции.

#### 1.1.1. Перечень общих компетенций

Код	Наименование общих 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 команде
ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке РФ с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

#### 1.1.2. 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.

#### 1.1.3. Личностные результаты, формируемые на ПМ

Код	Наименование личностного результата
ЛР 4	Проявляющий и демонстрирующий уважение к труду человека, осознающий ценность собственного труда и труда других людей. Экономически активный, ориентированный на осознанный выбор сферы профессиональной деятельности с учетом личных жизненных планов, потребностей своей семьи, российского общества. Выражающий осознанную готовность к получению профессионального образования, к непрерывному образованию в течение жизни Демонстрирующий позитивное отношение к регулированию трудовых отношений. Ориентированный на самообразование и профессиональную переподготовку в условиях смены технологического уклада и сопутствующих социальных перемен. Стремящийся к формированию в сетевой среде лично и профессионального конструктивного «цифрового следа»
ЛР 14	Готовый соответствовать ожиданиям работодателей: проектно-мыслящий, эффективно взаимодействующий с членами команды и сотрудничающий с другими людьми, осознанно выполняющий профессиональные требования, ответственный, пунктуальный, дисциплинированный, трудолюбивый, критически мыслящий, нацеленный на достижение поставленных целей; демонстрирующий профессиональную жизнестойкость

#### 1.1.4. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

Иметь практический опыт	<ul style="list-style-type: none"> <li>- оформление финансовых документов и отчетов;</li> <li>- проведение денежных расчетов;</li> <li>- расчета основных налогов;</li> <li>- анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации</li> <li>- выявления потребностей (спроса) на товары;</li> <li>- реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;</li> <li>- участия в проведении рекламных акций и компаний, других маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- анализа маркетинговой среды;</li> </ul>
Уметь	<ul style="list-style-type: none"> <li>- составлять финансовые документы и отчеты;</li> <li>- осуществлять денежные расчеты;</li> <li>- пользоваться нормативными документам в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;</li> <li>- рассчитать основные налоги;</li> <li>- анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;</li> <li>- применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;</li> <li>- выявлять, формировать и удовлетворять потребности;</li> <li>- обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использование маркетинговых коммуникаций;</li> <li>- проводить маркетинговые исследования рынка;</li> <li>- оценить конкурентоспособность;</li> </ul>
Знать	<ul style="list-style-type: none"> <li>-сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;</li> <li>- финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля;</li> <li>- основные положения налогового законодательства;</li> <li>- функции и классификация налогов;</li> <li>- организацию налоговой службы;</li> <li>- методику расчета основных видов налогов;</li> <li>- методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды;</li> <li>- информационное обеспечение, организацию аналогической работы;</li> <li>- анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговой, финансовых результатов деятельности;</li> <li>- составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;</li> <li>- средства: удовлетворения потребностей, распределение и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;</li> <li>- методы изучения рынка, анализа окружающей среды;</li> <li>- конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;</li> <li>-этапы маркетинговых исследований, их результат;</li> <li>- управление маркетингом.</li> </ul>

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

Всего – 543 часов

в том числе в форме практической подготовки – 238 часов

Из них всего занятий по МДК - 314 часов

практики, в том числе учебная – 72 часов

промежуточная аттестация – 12 часов

самостоятельная работа – 157 часов

Максимальная учебная нагрузка 471 часов

Самостоятельная работа 157 часов

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 2.1. Тематический план профессионального модуля

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика		
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов	
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4,	МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение	135	90	50	-	45	-	12	-	
ПК 2.3, ПК 2.9	МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности	210	140	76	10	70	-	12	-	
ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8	МДК 02.03. Маркетинг	126	84	40	10	42	-	12	-	
ПК 2.1 – ПК 2.9	Учебная практика	36								
ПК 2.1 – ПК 2.9	Производственная практика (по профилю специальности), часов	36								
	<b>Всего:</b>	<b>543</b>	<b>314</b>	<b>166</b>	<b>20</b>	<b>157</b>	<b>-</b>	<b>36</b>	<b>36</b>	

## 2.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ)

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект)	Объем, акад. ч / в том числе в форме практической подготовки, акад ч
1	2	3
<b>Раздел 1 Финансы</b>		<b>135/50</b>
<b>МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложения</b>		<b>90</b>
<b>Тема 1.1. Финансы и денежно-кредитная политика</b>	<b>Содержание</b>	6
	1.   Сущность, функции и роль финансов в экономике.	
	2.   Финансовое планирование. Методы финансового контроля. Финансовая и денежно-кредитная политика	
	3.   Сущность и функции денег. Денежное обращение.	
	<b>Лабораторные занятия</b> не предусмотрены	-
	<b>Практические занятия</b>	8/8
	1.   Финансовое планирование.	
	2.   Осуществление денежных расчетов.	
3.   Осуществление денежных расчетов.		
4.   Составление финансовых документов и отчетов.		
<b>Раздел 2. Налоги и налогообложение</b>		
<b>Тема 2.1. Основные положения налогового законодательства</b>	<b>Содержание</b>	4
	1.   Основные положения налогового законодательства.	
	2.   Функции и классификация налогов.	
	<b>Лабораторные занятия</b> не предусмотрены	-
	<b>Практические занятия</b> не предусмотрены	4
	6.   Использование нормативных документов, регулирующих механизм и порядок налогообложения.	
<b>Тема 2.2. Федеральные налоги</b>	<b>Содержание</b>	20/20
	1.   Методика расчета основных видов налогов: НДС.	
	2.   Методика расчета основных видов налогов: НДС.	
	3.   Методика расчета основных видов налогов: акцизов.	
	4.   Методика расчета основных видов налогов: НДФЛ.	
	5.   Методика расчета основных видов налогов: НДФЛ.	
	6.   Методика расчета основных видов налогов: налога на прибыль.	
	7.   Методика расчета основных видов налогов: налога на прибыль.	
	8.   Методика расчета основных видов налогов: налога на прибыль.	
	9.   Методика расчета основных видов налогов: налога на добычу полезных ископаемых.	
	10.   Методика расчета основных видов налогов: других видов федеральных налогов.	
	<b>Лабораторные занятия</b>	-
	<b>Практические занятия</b>	28/28
7.   Расчет основных налогов: НДС.		

	8.	Расчет основных налогов: НДС.	
	9.	Расчет основных налогов: НДС.	
	10.	Расчет основных налогов: акцизов.	
	11.	Расчет основных налогов: НДС/Л.	
	12.	Расчет основных налогов: НДС/Л.	
	13.	Расчет основных налогов: НДС/Л.	
	14.	Расчет основных налогов: НДС/Л.	
	15.	Расчет основных налогов: налога на прибыль организации.	
	16.	Расчет основных налогов: налога на прибыль организации.	
	17.	Расчет основных налогов: налога на прибыль организации.	
	18.	Расчет основных налогов: налога на прибыль организации.	
	19.	Расчет основных налогов: налога на добычу полезных ископаемых.	
	20.	Расчет основных налогов: других видов федеральных налогов.	
<b>Тема 2.3. Региональные налоги</b>	<b>Содержание</b>		6
	1.	Методика расчета основных видов налогов: налог на имущество организации.	
	2.	Методика расчета основных видов налогов: налог на игорный бизнес, транспортный налог.	
	3.	Методика расчета основных видов налогов: специальные налоговые режимы.	
	<b>Лабораторные занятия</b> не предусмотрены		-
	<b>Практические занятия</b>		8/8
	21.	Расчет основных налогов: налога на имущество организации.	
22.	Расчет основных налогов: налога на игорный бизнес, транспортного налога.		
23.	Расчет основных налогов: ЕНВД.		
24.	Расчет основных налогов: УСН.		
<b>Тема 2.4. Местные налоги</b>	<b>Содержание</b>		2
	1.	Методика расчета основных видов налогов: местных налогов.	
	<b>Лабораторные занятия</b> не предусмотрены		
	<b>Практические занятия</b>		2/2
25.	Расчет основных налогов: налога на землю, на имущество физических лиц.		
<b>Дифференцированный зачет</b>			<b>2</b>
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ 02</b>			<b>45</b>
<b>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы.</b>			
1.	Подготовка докладов и сообщений по темам «Инфляция, ее виды и формы проявления», «Кредитная система России на современном этапе», «Роль коммерсанта в управлении финансами организации» и др.		
2.	Решение задач по расчету суммы налога к уплате.		
3.	Решение задач по расчету уровня и индекса инфляций.		
4.	Решение задач по расчету процентов за пользование кредитом, процентов по вкладам.		
5.	Решение задач по расчету страхового возмещения и размера страхового платежа.		
6.	Решение задач по расчету страхового возмещения и размера страхового платежа.		
7.	Составление договора страхования имущества.		
8.	Составление расчетных документов.		
9.	Составление финансовых документов и отчетов.		



10. Подготовка электронной презентаций «Деньги, денежное обращение», «Финансовая система РФ» и др.			
<b>Учебная практика</b> <b>Виды работ</b> 1. Составление финансовых документов и отчетов. 2. Осуществление денежных расчетов. 3. Расчет основных налогов: НДС, акцизов, НДФЛ, налога на прибыль организации, налога на имущество организации, транспортного налога.		<b>12</b>	
<b>МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности</b>		210/76	
<b>Раздел 1. Применение в практических ситуациях экономических методов, расчет микроэкономических показателей, анализ их, а также рынков ресурсов.</b>		42	
<b>Тема 1.1.</b> <b>Методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности.</b>	<b>Содержание</b>	<b>14</b>	
	1 Методологические основы АФХД: предмет и задачи. Информационное обеспечение анализа финансово-хозяйственной деятельности. Виды анализа финансово-хозяйственной деятельности. Система показателей анализа финансово-хозяйственной деятельности. Организация аналитической работы. Методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: методы, приемы.		
	<b>Лабораторные занятия</b>		-
	<b>Практические занятия</b>		<b>4/4</b>
	1. Применение методов и приемов финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа. 2. Применение методов и приемов финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа.		
<b>Тема 1.2.</b> <b>Анализ экономических ресурсов</b>	<b>Содержание</b>	<b>8</b>	
	1 Анализ деятельности организации: анализ основных средств. Анализ деятельности организации: анализ оборотных средств. Анализ материальных ресурсов. Анализ деятельности организации: анализ показателей трудовых ресурсов.		
	<b>Лабораторные занятия</b>		
	<b>Практические занятия</b>		<b>14/14</b>
	3 Анализ состояния и движения основных средств.		
	4 Анализ эффективности использования основных средств.		
	5 Анализ эффективности использования оборотных средств.		
	6 Анализ обеспеченности материальными ресурсами.		
	7 Анализ эффективности использования материальных ресурсов.		
	8 Анализ состояния и движения трудовых ресурсов.		
9 Анализ эффективности использования трудовых ресурсов.			
<b>Раздел 2. Применение методов и приемов анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности.</b>		<b>98</b>	
<b>Тема 2.1.</b> <b>Анализ деятельности организации промышленного предприятия.</b>	<b>Содержание</b>	<b>8</b>	
	1 Анализ производства и реализации продукции. Анализ затрат на производство и реализацию продукции. Анализ финансовых результатов деятельности промышленного предприятия.		
	<b>Лабораторные занятия</b>		
	<b>Практические занятия</b>		<b>12/12</b>
	10 Анализ изменения объемов производства и реализации продукции.		

	11	Анализ ассортимента и структуры выпуска продукции.	
	12	Анализ ритмичности производства продукции.	
	13	Анализ себестоимости продукции.	
	14	Анализ затрат на 1 руб. товарной продукции.	
	15	Анализ прибыли и рентабельности промышленного предприятия.	
Тема 2.2. Анализ деятельности организации розничной торговли.	<b>Содержание</b>		<b>4</b>
	1	Анализ деятельности организации розничной торговли	
	<b>Лабораторные занятия</b>		-
	<b>Практические занятия</b>		<b>8/8</b>
	16	Анализ оборота розничной торговли в общем объеме.	
	17	Анализ оборота розничной торговли по группам товаров.	
	18	Анализ состояния и оборачиваемости товарных запасов.	
	19	Анализ поступления товаров.	
Тема 2.3. Анализ деятельности организации оптовой торговли	<b>Содержание</b>		<b>2</b>
	1	Анализ деятельности организации оптовой торговли.	
	<b>Лабораторные занятия</b>		-
	<b>Практические занятия</b>		<b>8/8</b>
	20	Анализ оборота оптовой торговли в общем объеме.	
	21	Анализ оборота оптовой торговли по товарным группам.	
	22	Анализ оборачиваемости товарных запасов в опте.	
	23	Анализ поступления товаров в опте.	
Тема 2.4. Анализ финансовых результатов организации	<b>Содержание</b>		<b>4</b>
	1	Анализ издержек обращения торгового предприятия. Анализ финансовых результатов торгового предприятия.	
	<b>Лабораторные занятия</b>		-
	<b>Практические занятия</b>		<b>10/10</b>
	24	Анализ издержек обращения по общему уровню.	
	25	Анализ издержек обращения по статьям.	
	26	Анализ доходов торгового предприятия.	
	27	Анализ прибыли торгового предприятия.	
	28	Анализ рентабельности торгового предприятия.	
Тема 2.5. Анализ финансового состояния организации	<b>Содержание</b>		<b>12</b>
	1	Сущность и задачи анализа финансового состояния Анализ имущества и источников его формирования. Анализ финансовой устойчивости организации. Анализ платежеспособности организации. Анализ деловой активности организации. Оценка дебиторской и кредиторской задолженности.	
	<b>Лабораторные занятия</b>		
	<b>Практические занятия</b>		<b>20/20</b>
	29	Горизонтальный и вертикальный анализ бухгалтерского баланса.	
	30	Горизонтальный и вертикальный анализ бухгалтерского баланса.	

	31	Анализ финансовой устойчивости по абсолютным показателям.	
	32	Анализ финансовой устойчивости по относительным показателям.	
	33	Анализ ликвидности бухгалтерского баланса.	
	34	Оценка платежеспособности организации.	
	35	Оценка деловой активности организации.	
	36	Анализ дебиторской задолженности.	
	37	Анализ кредиторской задолженности.	
	38	Оценка вероятности банкротства.	
<b>Дифференцированный зачет</b>			<b>2</b>
<b>Самостоятельная работа при изучении раздела ПМ 2.</b> - Работа с учебной и специальной литературой (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). - Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите. - Составление опорных конспектов. - Выполнение практических работ (по заданию преподавателя) - Работа над схемами.			<b>70</b>
<b>Примерная тематика домашних заданий (внеаудиторной самостоятельной работы) –</b> 1. Составление схем по темам «Виды анализа финансово-хозяйственной деятельности», «Источники информации для аналитической работы» 2. Решение задач по теме «Применение методов и приемов финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа» 3. Решение задач по теме «Анализ основных средств» 4. Решение задач по теме «Анализ оборотных средств» 5. Решение задач по теме «Анализ показателей трудовых ресурсов» 6. Решение задач по теме «Анализ оборота розничной торговли в общем объеме» 7. Решение задач по теме «Анализ оборота розничной торговли по группам товаров» 8. Решение задач по теме «Анализ товарных запасов» 9. Решение задач по теме «Анализ оборота оптовой торговли» 10. Решение задач по теме «Анализ оборота розничной торговли в общем объеме» 11. Решение задач по теме «Анализ товарных запасов в опте» 12. Решение задач по теме «Анализ издержек обращения по общему уровню» 13. Решение задач по теме «Анализ издержек обращения по отдельным статьям» 14. Разработка мероприятий по теме: Горизонтальный и вертикальный анализ 15. Разработка мероприятий по теме: Анализ финансовой устойчивости 16. Разработка мероприятий по теме: Анализ платежеспособности, анализ деловой активности.			
<b>Учебная практика</b> <b>Виды работ</b> 1. Анализ оборота розничной торговли по группам товаров, товарных запасов. 2. Анализ издержек обращения по статьям. 3. Анализ показателей трудовых ресурсов 4. Анализ дохода от реализации продукции и рентабельности продаж 5. Анализ финансовой устойчивости и платежеспособности предприятия.			<b>12</b>

<b>Раздел 1. Выявление потребностей, видов спроса и соответствующих им типов маркетинга для обеспечения целей организации, формирование спроса и стимулирование сбыта товаров, обоснование целесообразности использования и применения маркетинговых коммуникаций.</b>		<b>62</b>
<b>МДК 02.03 Маркетинг</b>		
<b>Тема 1.1. Основы маркетинга</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>
	1 Составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты.	
	<b>Лабораторные работы</b>	-
	<b>Практические занятия</b>	<b>2/2</b>
1 Выявление, формирование и удовлетворение потребностей: определение видов потребностей, спроса, типа маркетинга и соответствующих маркетинговых мероприятий.		
<b>Тема 1.2 Средства удовлетворения потребностей в маркетинге</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>
	1 Средства: удовлетворения потребностей. Товар как средство удовлетворения потребностей, жизненный цикл товара, товарная политика в маркетинге.	
	2 Цена товара как средство удовлетворение потребностей, ценовая политика в маркетинге.	
	3 Сегментация рынка как средство наилучшего удовлетворения потребностей.	
	<b>Лабораторные работы</b>	-
	<b>Практические занятия</b>	<b>8/8</b>
	2 Выявление, формирование и удовлетворение потребностей: построение классической матрицы BCG и выработка стратегии на разных этапах ЖЦТ.	
	3 Выявление, формирование и удовлетворение потребностей: оценка эффективности товарной политики организации.	
	4 Выявление, формирование и удовлетворение потребностей: оценка эффективности ценовой политики организации.	
	5 Выявление, формирование и удовлетворение потребностей : сегментирование рынка и определение целевых аудиторий.	
<b>Тема 1.3 Коммуникационная политика в маркетинге</b>	<b>Содержание учебного материала</b>	<b>6</b>
	1 Маркетинговые коммуникации и их характеристика: формирование спроса и стимулирование сбыта товаров, личные продажи, мероприятия по связям с общественностью, реклама как элемент системы продвижения товаров.	
	<b>Лабораторные работы</b>	-
	<b>Практические занятия</b>	<b>10/10</b>
	6 Обеспечение продвижения товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций: разработка мероприятий по стимулированию сбыта.	
	7 Обеспечение продвижения товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций: деловая игра « Личная продажа товаров коммерческими агентами».	
	8 Обеспечение продвижения товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций: выбор наиболее эффективного способа продвижения для товаров различных товаропроизводителей.	
	9 Участие в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций: разработка рекламного обращения к потребителям.	
	10 Участие в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций: расчет экономической эффективности рекламы.	
	<b>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</b>	

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Подготовка сообщений по темам «История маркетинга», «Интересные факты в истории развития маркетинга», «Роль маркетинговых коммуникаций в формировании лояльности потребителей», «История возникновения рекламы», «Необычные рекламные обращения».</li> <li>2. Составление перечня факторов, влияющих на спрос и предложение товаров на рынке.</li> <li>3. Ознакомление с должностными обязанностями специалиста по маркетингу.</li> <li>4. Изучение товарной политики торгового предприятия.</li> <li>5. Изучение видов цен и механизма их формирования.</li> <li>6. Изучение процесса сегментации проводимого торговыми предприятиями.</li> <li>7. Изучения комплекса маркетинговых коммуникаций, используемых торговыми организациями.</li> <li>8. Изучение стилей рекламных обращений.</li> </ol>			
<b>Раздел 2. Участие в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений, реализация сбытовой политики организации в пределах своих должностных обязанностей, оценка конкурентоспособности товаров и конкурентных преимуществ организации.</b>		<b>54</b>	
<b>МДК 02.03 Маркетинг</b>			
<b>Тема 2.1. Маркетинговые исследования</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		4
	1	Методы изучения рынка, этапы маркетинговых исследований, их результат, разработка и реализация маркетинговых решений.	
	<b>Лабораторные работы</b>		-
	<b>Практические занятия</b>		10/10
	11	Проведение маркетингового исследования рынка методом наблюдения.	
	12	Проведение маркетингового исследования рынка методом опроса: разработка листа опроса.	
	13	Проведение маркетингового исследования рынка методом опроса: проведение опроса.	
	14	Проведение маркетингового исследования рынка: обработка результатов исследования.	
15	Проведение маркетингового исследования рынка: принятие маркетинговых решений по результатам исследований.		
<b>Тема 2.2. Сбытовая политика организации</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		2
	1	Средства: распределения и продвижения товаров.	
	<b>Лабораторные работы</b>		-
	<b>Практические занятия</b>		2/2
	16	Обеспечение распределения через каналы сбыта товаров на рынке	
<b>Тема 2.3. Окружающая среда в маркетинге</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		4
	1	Окружающая среда маркетинга: понятие; виды; факторы, формирующие окружающую среду. Методы анализа окружающей среды.	
	<b>Лабораторные работы</b>		-
	<b>Практические занятия</b>		2/2
	17	Анализ маркетинговой среды организации.	
<b>Тема 2.4. Конкурентная среда в маркетинге</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		2
	1	Маркетинговая классификация конкуренции: ценовая, видовая, неценовая, совершенная, их характеристика, исходные данные, влияние на предприятие. Показатели оценки конкурентоспособности.	
	<b>Лабораторные работы</b>		-
	<b>Практические занятия</b>		4/4
	18	Оценка конкурентоспособности товаров.	

	19	Оценка конкурентных преимуществ организации.	
<b>Тема 2.5. Управление маркетингом.</b>	<b>Содержание учебного материала</b>		2
	1	Управление маркетингом.	
	<b>Лабораторные работы</b>		
	<b>Практические занятия</b>		2/2
	20	Разработка комплекса маркетинга как элемента процесса управления маркетингом.	
<b>Дифференцированный зачет</b>			2
<b>Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы:</b>			<b>18</b>
1. Составление таблицы «Достоинства и недостатки различных методов изучения рынка».			
2. Изучение инновационных методов и форм распространения товаров.			
3. Выявление наиболее значимых факторов внутренней и внешней среды, влияющих на деятельность коммерческих предприятий.			
4. Выявления факторов, способствующих повышению конкурентных преимуществ торгового предприятия.			
5. Изучения стратегии управления торговым предприятием.			
<b>Учебная практика по разделу 2.</b>			<b>12</b>
<b>Виды работ:</b>			
- Выявление, формирование и удовлетворение потребностей: определение видов потребностей, спроса, типа маркетинга и соответствующих маркетинговых мероприятий выявление потребностей (спроса) на товары.			
- Проведение маркетингового исследования рынка методом опроса: разработка листа опроса.			
-Проведение маркетингового исследования рынка методом опроса: проведение опроса.			
-Проведение маркетингового исследования рынка: обработка результатов исследования.			
-Участие в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций: разработка рекламного обращения к потребителям.			
- Анализ маркетинговой среды организации.			
<b>Производственная практика по разделу 2.</b>			<b>12</b>
<b>Виды работ:</b>			
1. Осуществление денежных расчетов. Составление финансовых документов и отчетов.			
2. Расчет основных налогов: НДС.			
3. Расчет основных налогов: акцизов.			
4. Расчет основных налогов: НДФЛ.			
5. Расчет основных налогов: налога на прибыль организации.			
6. Расчет основных налогов: налога на имущество организации, транспортного налога.			
7. Анализ результатов финансово-хозяйственной деятельности организации: анализ показателей трудовых ресурсов.			
8. Анализ результатов финансово-хозяйственной деятельности торговой организации: анализ оборота розничной торговли по группам товаров, анализ товарных запасов.			
9. Анализ результатов финансово-хозяйственной деятельности организации: анализ издержек обращения по статьям.			
10. Анализ результатов финансово-хозяйственной деятельности организации: анализ доходов организации и рентабельности продаж.			
11. Анализ результатов финансово-хозяйственной деятельности организации: анализ финансовой устойчивости.			
12. Анализ результатов финансово-хозяйственной деятельности организации: анализ платежеспособности.			
13. Выявление потребностей (спроса) на товары.			
14. Участие в реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка.			
15. Участие в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций.			
16. Анализ маркетинговой среды организации.			

<p><b>Тематика курсовых работ</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Исследование рынка закупок и сбыта потребительских товаров в оптовой торговле (на материалах).</li> <li>2. Организация маркетинговых коммуникаций на рынке потребительских товаров (на материалах).</li> <li>3. Организация рекламы и ее влияние на результативность коммерческой деятельности (на материалах).</li> <li>4. Анализ маркетинговой среды (на материалах).</li> <li>5. Разработка товарной политики торгового предприятия (на материалах).</li> <li>6. Разработка ценовой политики торгового предприятия (на материалах).</li> <li>7. Разработка сбытовой политики (на материалах).</li> <li>8. Разработка коммуникационной политики (на материалах).</li> <li>9. Стимулирование сбыта товаров и формирование спроса (на материалах).</li> <li>10. Маркетинговая деятельность предприятия (на материалах).</li> <li>11. Управление ассортиментом товаров в РТП (на материалах).</li> <li>12. Качество торгового обслуживания населения на примере магазина.</li> <li>13. Формирование ассортимента товаров и услуг, оценка его основных показателей (на материалах).</li> <li>14. Роль маркетинга в деятельности торгового предприятия.</li> <li>15. Выявление покупательского спроса в торговой организации.</li> <li>16. Организация маркетинговых исследований в торговом предприятии.</li> <li>17. Оценка конкурентных преимуществ торговой организации.</li> <li>18. Комплекс маркетинга в деятельности торгового предприятия.</li> <li>19. Оценка конкурентоспособности товара (на материалах).</li> <li>20. Роль сегментации в деятельности торгового предприятия.</li> <li>21. Маркетинг на различных этапах жизненного цикла товаров.</li> <li>22. Совершенствование товарной политики торговой организации.</li> <li>23. Оценка системы товародвижения в торговом предприятии.</li> <li>24. Роль маркетинговых коммуникаций в конкурентной борьбе организаций.</li> <li>25. Управление маркетингом в торговой организации.</li> </ol>	
<p><b>Всего</b></p>	<p><b>468/238</b></p>

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

#### 3.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебного кабинета.

Доска учебная

Стол преподавателя

Стул преподавателя

Столы ученические

Стулья ученические

Мультимедийный проектор (переносной)

Компьютер

Учебные фильмы

Экран

Образцы и муляжи товаров

Компьютеры с лицензионным программным обеспечением

Программное обеспечение общего и профессионального назначения:

Microsoft Windows, пакет программ Microsoft Office, Справочно - правовая система Консультант Плюс

Реализация программы модуля предполагает обязательную производственную практику.

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест:

столы, стулья, учебно-методическая документация, наглядные пособия.

#### 3.2. Информационное обеспечение обучения

##### Правовые источники:

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации: часть первая от 30 ноября 1994г. №51-ФЗ (в действующей редакции); часть вторая от 26 января 1996г. № 14-ФЗ (в редакции 24.07.2023 и изменениями и дополнениями, вступившими в силу с 01.10.2023). // СПС Консультант Плюс.

2. Налоговый кодекс Российской Федерации. Части первая и вторая с изменениями. Редакция от 04.08.2023 (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2023) // СПС Консультант Плюс.

3. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ в редакции 10.07.2023.

##### Основные источники:

1. Финансы, денежное обращение и кредит: учебник для среднего профессионального образования / Л. А. Чалдаева [и др.]; под редакцией Л. А. Чалдаевой. — 5-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 436 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09529-6. — URL : <https://urait.ru/bcode/467526>

2. 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, 2023. — 386 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16504-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/531183>

3. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования: учебник для среднего профессионального образования / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 304 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09653-8. — URL : <https://urait.ru/bcode/513628>

4. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 431 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16640-8. — URL : <https://urait.ru/bcode/531422>

5. Маркетинговые исследования: учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 307 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16625-5. — URL : <https://urait.ru/bcode/531393>

6. Кузьмина, Е. Е. Комплексный анализ хозяйственной деятельности: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина, Л. П. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 514 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17353-6. — URL : <https://urait.ru/bcode/532921>

7. 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. — URL : <https://urait.ru/bcode/531980>



**Интернет-ресурсы:**

1. Информационно справочная система «Консультант +»
2. Информационно справочная система «Гарант»
3. Электронный ресурс «Экономический портал» Форма доступа: [www.economicus.ru](http://www.economicus.ru)
4. Электронный ресурс «Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент». Форма доступа: [www.ecsocman.edu.ru](http://www.ecsocman.edu.ru)
6. Электронный ресурс «Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики». Форма доступа: [www.gks.ru](http://www.gks.ru)
7. Электронный ресурс «Глоссарий». Форма доступа: [www.glossary.ru](http://www.glossary.ru)
8. Электронный ресурс «Студенческая электронная библиотека «Знаниум». Форма доступа: [www.http://znanium.com/catalog.php?item=booksearch&code](http://znanium.com/catalog.php?item=booksearch&code)
9. Электронный ресурс «Википедия». Форма доступа: [www.ru.wikipedia.org](http://www.ru.wikipedia.org)
10. Энциклопедия маркетинга: <http://marketing.spb.ru>
11. Электронный ресурс: сайт Минфина России. Форма доступа: [www.minfin.ru](http://www.minfin.ru)
12. Электронный ресурс: сайт Росстата РФ. Форма доступа: [www.gks.ru](http://www.gks.ru)
13. Электронный ресурс: сайт Института экономического анализа. Форма доступа: [www.iea.ru](http://www.iea.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
ПК2.1. 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.	- использует данные бухгалтерского учета для планирования коммерческой деятельности; - использует данные для контроля результатов.	Текущий контроль в форме: – устного и письменного опроса; – контрольных работ по темам МДК; – защиты по практическим работам;
ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.	- оформляет и проверяет правильность составления необходимых документов с использованием автоматизированных систем.	– дифференцированного зачета по МДК 02.01, МДК 02.02, МДК 02.03  Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, в процессе учебной и
ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.	- применяет экономические методы в практических ситуациях; - рассчитывают и анализируют микроэкономические показатели ресурсов.	производственной практики (по профилю специальности)  Защита учебной и
ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.	- определяет основные экономические показатели работы организации.	производственной практики (по профилю специальности) в форме комплексного
ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.	- выявляет виды спроса и типы маркетинга; - формирует спрос и стимулирует сбыт товаров.	дифференцированного зачета.  Экзамен по модулю.
ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.	- обосновывает целесообразность применения маркетинговых коммуникаций; - применяет маркетинговые коммуникации.	
ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.	- участвует в проведение маркетинговых исследований рынка; - участвует в разработке и реализации маркетинговых решений.	
ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.	- реализует сбытовую политику организации; - оценивает конкурентоспособность товаров; - оценивает 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.	- применяет методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности организации; - осуществляет денежные расчеты с покупателями; - составляет финансовые документы и отчеты.	

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	- осознано выбирает способы решения задач профессиональной деятельности	Текущий контроль в форме: – устного и письменного опроса; – контрольных работ по темам МДК; – защиты по практическим работам;  – дифференцированного зачета по МДК 02.01, МДК 02.02, МДК 02.03  Экспертное наблюдение и оценка на практических занятиях, в процессе учебной и производственной практики (по профилю специальности)  Защита учебной и производственной практики (по профилю специальности) в форме комплексного дифференцированного зачета.  Экзамен по модулю.
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.	- адекватно использует современные средства поиска информации для решения поставленных задач;	
ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	- самостоятельно определяет задачи профессионального и личностного развития;	
ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	- владеет навыками делового общения при взаимодействии с коллегами	
ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке РФ с учетом особенностей социального и культурного контекста	- владеет навыками делового общения в процессе проектной деятельности	
ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	- владеет принципами бережливого производства	