

**Министерство образования и молодежной политики
Свердловской области
ГАПОУ СО «Ревдинский многопрофильный техникум»**

УТВЕРЖДАЮ:
Директор ГАПОУ СО РМТ
_____ В.С. Моисеев

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И
МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

образовательной программы среднего профессионального образования -
программы подготовки специалистов среднего звена по специальности
38.02.04 Коммерция (по отраслям)
на базе основного общего образования

Согласована
методической цикловой комиссией
Протокол № ____ от
« ____ » _____ 20 ____ г.

Принята
методическим советом
Протокол № ____ от
« ____ » _____ 20 ____ г.

Составитель: Пантелеева Алина Геннадьевна, преподаватель
общепрофессиональных дисциплин высшей квалификационной категории;
Маслова Анастасия Григорьевна, преподаватель общепрофессиональных
дисциплин

Рабочая программа профессионального модуля на основе ФГОС СПО по
специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям), утверждённом приказом
Минобрнауки России от 15.05.2014 N 539 "Об утверждении федерального
государственного образовательного стандарта среднего профессионального
образования по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям)"
(Зарегистрировано в Минюсте России 25.06.2014 N 32855).

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	16
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	19

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1 Область применения программы

Рабочая программа учебного модуля является частью основной профессиональной образовательной программы базовой подготовки в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» и соответствующих 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.

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

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля должен:

иметь практический опыт:

- оформления финансовых документов и отчетов;
- проведения денежных расчетов;
- расчета основных налогов;
- анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;
- выявления потребностей (спроса) на товары;
- реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;
- участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;

- анализа маркетинговой среды организации;

уметь:

- составлять финансовые документы и отчеты;
- осуществлять денежные расчеты;
- пользоваться нормативными правовыми актами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;
- рассчитывать основные налоги;
- анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;
- применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;
- выявлять, формировать и удовлетворять потребности;
- обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
- проводить маркетинговые исследования рынка;
- оценивать конкурентоспособность товаров;

знать:

- сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;
- финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля;
- основные положения налогового законодательства;
- функции и классификацию налогов;
- организацию налоговой службы;
- методику расчета основных видов налогов;
- методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; информационное обеспечение, организацию аналитической работы; анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;
- составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
- средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;
- методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
- конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;
- этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом.

1.3. Количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 315 часов, в том числе:

- максимальной учебной нагрузки обучающегося – 315 часа, включая:
- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 210 часа;
- самостоятельной работы обучающегося – 105 часов;

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Код	Наименование результата обучения
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности
ОК 6.	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 10.	Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.
ОК 12.	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.
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.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Мак. всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)				Практика
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося	
			Всего, часов	в т.ч. лабораторные и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего, часов	Производственная (по профилю специальности), часов
ПК2.1-ПК2.9	Раздел 1 Проведение финансовых и налоговых расчетов	93	62	26		31	
	Раздел 2. Проведение анализа финансово-хозяйственной деятельности	93	62	26		31	
	Раздел 3 Организация и проведение маркетинговой деятельности.	129	86	40		43	
	Всего:	315	210	92		105	

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю (ПМ) «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности»

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) <i>(если предусмотрены)</i>	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
МДК 02.01 Финансы, налоги и налогообложение		93	
Раздел 1 Проведение финансовых и налоговых расчетов			
Тема 1.1 Финансирование и денежно-кредитная политика	Содержание учебного материала	8	2
	1. Финансы в рыночной экономике Сущность финансов в экономики. Функции и роль финансов в воспроизводственном процессе	2	
	2. Финансовая система. Финансовая политика в РФ Финансовая система, ее сферы. Финансовая политика государства. Управление финансами. Финансовые ресурсы и источники их формирования.	2	
	3. Деньги и денежное хозяйство страны Сущность денег. Функции и роль денег. Денежная эмиссия. Денежное обращение и виды денежного обращения.	2	
	4. Кредитная система РФ. Банковская система РФ. Кредит как форма движения ссудного капитала. Функции кредита. Основные виды кредита. Кредитная система. Банковская система. Виды и функции коммерческих банков.	2	
	Практические занятия	8	3
	1. Финансы. Инфляция	2	
	2. Расчет процентов по банковскому кредиту. Простые проценты	2	
	3. Расчет процентов по банковскому кредиту с капитализацией	2	
	4. Расчет денежной массы, скорости обращения денег	2	
Тема 1.2. Основы налогообложения в Российской Федерации	Содержание учебного материала	28	2
	1. Система налогов в Российской Федерации Общие понятия и термины.	2	

2	Классификация налогов и сборов в Российской Федерации. Элементы, функции налогов. Задачи и функции налоговых органов.	2	
3	Основные виды федеральных налогов Налогоплательщики. Объекты налогообложения. Налоговая база. Налоговые ставки и льготы. Налоговые периоды. Порядок расчета налогов.	2	
4	Налог на добавленную стоимость, акциз	2	
5	Налог на доходы физических лиц, налог на прибыль организаций	2	
6	Региональные налоги	2	
7	Региональные налоги	2	
8	Местные налоги	2	
9	Местные налоги	2	
10	Специальные режимы налогообложения	2	
11	Структура и функции налоговых органов	2	
12	Контроль налоговых органов за соблюдением налогового законодательства и исполнением налогоплательщиками их обязанностей в налоговых правоотношениях	2	
13	Права и обязанности налоговых органов. Налоговые проверки	2	
14	Права, обязанности и ответственность налогоплательщиков	2	
	Практические занятия	18	3
5.	Определение вида налогов и порядка его налогообложения.	2	
6.	Практика применения законодательства о налогах и сборах	2	
7.	Расчет федеральных налогов.	4	
8.	Специальные налоговые режимы (упрощенная система налогообложения, единый налог на вмененный доход для определенных видов деятельности, единый сельскохозяйственный налог)	4	
9	Расчет региональных и местных налогов.	4	
10.	Комплексная задача по расчету налоговых обязательств	2	

<p>Самостоятельная работа обучающихся при изучении раздела 1 Конспектирование учебной и дополнительной литературы. Подготовка рефератов. Составление финансовых документов. Какая зависимость существует между уровнем налоговых изъятий и объемом налоговых поступлений в доходы государства? Какие принципы налогообложения были сформулированы А.Смитом? Какие принципы налогообложения характерны для налоговых систем современных развитых государств? Справедливо ли утверждение о том, что суммы исчисленных федеральных налогов полностью зачисляются в федеральный бюджет? Налоговая система РФ. Налоговые декларации. Федеральные, региональные и местные налоги. Элементы налогообложения. Налоговая служба. Поступление налогов в бюджет. Налоговая система РФ. Налоговые декларации. Федеральные, региональные и местные налоги. Элементы налогообложения. Налоговая служба. Поступление налогов в бюджет.</p>	31	
Раздел 2. Проведение анализа финансово-хозяйственной деятельности	93	
МДК 02.02 Анализ финансово- хозяйственной деятельности		
Тема 2.1. Методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности	36	
Содержание учебного материала		
1. Основы анализа финансово-хозяйственной деятельности. Цели, задачи, методы, приемы, виды анализа финансово-хозяйственной деятельности.	2	1
2. Информационное обеспечение и организация аналитической работы. Система экономической информации. Виды источников информации	2	2
3. Система показателей в анализе. Классификация видов анализа. Методика проведения оперативного, текущего и перспективного анализа. Планирование и основные этапы аналитической работы.	2	
4. Методика анализа хозяйственной деятельности.	2	
5. Факторы и резервы повышения эффективности хозяйственной деятельности	2	
6. Анализ организационно-технического уровня	2	
7. Анализ спроса, производства реализации продукции, работ и услуг	2	
8. Анализ эффективности использования основного капитал	2	
9. Анализ эффективности использования трудовых ресурсов	2	
10. Анализ использования материальных ресурсов	2	
11. Анализ себестоимости произведенной и реализованной продукции	2	

	12. Анализ финансовых результатов хозяйствующего субъекта	2	
	13. Принципы организации финансового анализа, цели и методы. Задачи и источники информации анализа финансовых результатов	2	
	14. Анализ финансовых результатов деятельности	2	
	15. Анализ рентабельности деятельности	2	
	16. Анализ финансового состояния предприятия	2	
	17. Анализ структура активов и пассивов предприятия	2	
	18. Анализ платежеспособности и кредитоспособности	2	
	Практические занятия	26	
	1. Общая оценка динамики и выполнения плана производства и выпуска продукции		3
	2. Анализ факторов и резервов увеличения выпуска и реализации продукции		
	3. Анализ использования основных фондов предприятия		
	4. Анализ организационно-технического уровня производства		
	5. Анализ эффективного использования материальных ресурсов		
	6. Анализ обеспеченности и эффективности использования трудовых ресурсов		
	7. Анализ влияния факторов использования трудовых ресурсов на прирост объёма выпуска продукции		
	8. Анализ себестоимости продукции		
	9. Анализ финансовых результатов предприятия		
	10. Анализ уровня и динамики рентабельности. Резервы увеличения финансовых результатов		
	11. Анализ финансового состояния предприятия		
	12. Анализ платежеспособности и ликвидности предприятия		
	13. Анализ деловой активности предприятия		
	Самостоятельная работа обучающихся при изучении раздела 2	31	
	<p>Конспектирование учебной и дополнительной литературы. Подготовка рефератов. Составление графиков. Работа со справочными и нормативными материалами. Выполнение индивидуальных заданий. Тематика: основных пользователей экономической информации; какие стандартные приемы используются в процессе экономического анализа? Какие Вы знаете источники информации для целей экономического анализа? В чем заключается активная роль информации в управлении бизнесом? Какие основные требования предъявляются к экономической информации ее пользователями? В чем состоит усложнение задач экономического анализа в современном бизнесе? специфика организации и методика проведения внутривозвращенного анализа. Системный подход в исследовании экономических</p>		

явлений. Требования, предъявляемые к информационной базе экономического анализа. Способы обработки экономической информации. Основной капитал и материальные ресурсы предприятия, показатели эффективности использования основных и оборотных средств. Анализ трудовых ресурсов. Анализ поведения затрат в условиях рыночной экономики. Финансовые ресурсы деятельности предприятий.			
Раздел 3. Организация и проведение маркетинговой деятельности			
МДК 02.03. Маркетинг			
Тема 3.1 Эволюция маркетинга	Содержание учебного материала	6	
	Определения маркетинга. История и эволюция маркетинга. Цели, задачи и принципы, функциональное назначение маркетинга. Виды маркетинга. Маркетинг в России и за рубежом. Маркетинг – философия современного бизнеса.	2	1
	Маркетинговые исследования и алгоритм их проведения. Качество услуг и удовлетворенность потребителей. Методы маркетингового анализа на рынке коммерческих услуг. Маркетинговые модели.	2	1
	Маркетинговые коммуникации на рынке коммерческих услуг. Концепции управления маркетингом услуг. Маркетинговое прогнозирование. Развитие рынка коммерческих услуг	2	1
	Практические занятия	6	
	1. Сущность и содержание маркетинга	2	3
	2. Маркетинговые исследования. Разработка анкет и проведение опроса.	2	3
	3. Решение ситуационных задач	2	3
Тема 3.2 Рынок коммерческих услуг и методы оценки стратегии конкурентов	Содержание учебного материала	8	
	Микросреда маркетинга: понятие. Субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду организации. Макросреда маркетинга: понятие. Субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие макросреду организации	2	1
	Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентные преимущества	2	1
	Маркетинговая классификация конкуренции: ценовая, видовая, неценовая, совершенная. Их характеристика, исходные данные, влияние на предприятие. Конкурентоспособность организаций и товаров.	2	1
	Методы оценки качества и конкурентоспособности товаров и услуг	2	2
	Практические занятия	6	
	4. Анализ окружающей среды торговой организации	2	3
	5. Оценка конкурентоспособности организации и товаров и установление	2	

	их конкурентных преимуществ (решение ситуационных задач) Анализ конкурентов конкретного предприятия 6. Тестирование по разделу «Исследование и анализ рыночных потребностей, спроса на товары, маркетинговой среды организации»	2	
Тема 3.3. Сегментация рынка и позиционирование товара на рынке	Содержание учебного материала	4	
	Выбор целевого рынка. Позиционирование и дифференцирование рыночного предложения. Стратегия охвата рынка	2	1
	Практическое занятие 7. Решение ситуационных заданий	2	3
Тема 3.4. Покупательское поведение потребителей	Содержание учебного материала	4	
	Модели поведения покупателей. Процесс принятия решения о покупке товара.	2	2
	Практическое занятие 8. Изучение потребителей Ситуационные задания «Поведение потребителей»	2	3
Тема 3.5. Средства маркетинга: товар и товарная политика	Содержание учебного материала	10	
	Понятие товара, классификация ассортимента товаров в маркетинге. Содержание и основные направления товарной политики в организации. Понятия «торговая марка», «марочное название», «марочный знак», (эмблема), «товарный знак», «знак обслуживания», «бренд», «авторское право». Нормативная база. Упаковка: понятие, назначение. Роль упаковки, как инструмента маркетинга. Виды и функции упаковки. Маркировка товаров.	2	2
	Формирование товарного ассортимента и управление им, факторы, влияющие на формирование ассортимента. Основные характеристики товарной номенклатуры: широта, глубина, насыщенность.	2	2
	Разработка нового товара, основные этапы создания. Понятие жизненного цикла товара, этапы пребывания товара на рынке, характеристика каждого из них, маркетинговые решения на каждом этапе.	2	1
	Практические занятия 9. Выбор эффективных вариантов формирования ассортимента, разработка и составление ассортиментного перечня. 10. Оценка жизненного цикла товаров (на конкретном примере)	4	3
Тема 3.6 Ценовая политика	Содержание учебного материала	6	
	Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования.	2	1

	Цели, задачи и направления формирования цен и назначение цен в маркетинге. Факторы, влияющие на формирование цен. Виды цен, характерные для разных стратегий		
	Ценовая эластичность спроса. Анализ цен на рынке. Поведение фирмы в сфере ценообразования в зависимости от ситуации на рынке.	2	2
	Практическое занятие 11. Анализ ценовой политики конкретного предприятия	2	3
Тема 3.7 Средства распространения товаров: сбытовая политика	Содержание учебного материала	8	
	Основные понятия: сбыт, распределение товаров, реализация, сбытовая политика. Цели, задачи и основные направления сбытовой политики. Виды сбыта. Средства сбыта: каналы распределения, их виды, критерии выбора каналов сбыта. Организация товародвижения, понятие, формы, условия применения.	2	1
	Оптовая торговля, ее назначение Организационные формы оптовых посредников: агенты, брокеры, коммивояжеры, дистрибьюторы, дилеры, их функции и роль. Анализ и оценка эффективности сбытовой политики. Розничная торговля в рыночной экономике, разновидности предприятий.	2	1
	Практические занятия 12. Установление уровней каналов распределения товаров и оценка эффективности сбытовой политики организации (решение ситуационных задач) 13. Анализ работы конкретного розничного предприятия	4	3
Тема 3.8 Маркетинговые коммуникации. Реклама	Содержание учебного материала	6	
	Понятие «продвижение товаров»; коммуникационная политика; основные задачи предприятия при организации системы маркетинговых коммуникаций; методы формирования бюджета на цели продвижения. Средства рекламы: печатная, живописная, световая, внешняя, витринная и внутримагазинная, их содержание, назначение и характеристика.	2	1
	Мерчандайзинг, как форма маркетинга в условиях товарного насыщения. Эффективность рекламы, методы оценки.	2	2
	Практическое занятие 14. Анализ и совершенствование рекламной кампании организации: выбор средств, составление текстов, оценка эффективности рекламы	2	3
Тема 3.9 Формирование спроса и	Содержание учебного материала	4	

стимулирование сбыта	Методика проведения наблюдений и опросов, виды и разновидности опросов. Методы и средства стимулирования сбыта, виды, характеристика. Приемы и методы стимулирования продавцов, посредников и покупателей.	2	1
	Практическое занятие 15. Тестирование на тему «Формирование потребностей и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций»	2	3
Тема 3.10 Стратегия и планирование маркетинга	Содержание учебного материала	4	
	Определение понятий: стратегия и тактика. Направления и виды стратегий маркетинга. Маркетинговая часть бизнес-плана, ее взаимосвязь с экономической частью.	2	2
	Практическое занятие 16. Составление плана маркетинговых исследований предприятия в соответствии с конъюнктурой рынка	2	3
Тема 3.11 Региональная и муниципальная и государственная поддержка предпринимательской деятельности	Содержание учебного материала	4	
	Формы государственной поддержки: имущественная, финансовая, информационная, консультационная. Полномочия субъектов государственной власти и местного самоуправления по поддержке малого бизнеса. Меры поддержки малого бизнеса в условиях, сформировавшихся под влиянием глобального мирового кризиса.	2	2
	Практическое занятие 17. Заполнение таблицы «Государственная поддержка индивидуального предпринимателя»	2	3
Тема 3.12 Международный маркетинг	Содержание учебного материала	4	
	Состояние и перспективы развития внешней торговли. Тенденции международного товарообмена. Международный маркетинг: понятие, назначение, особенности его структурных элементов - окружающей среды, структуры комплекса маркетинга. Критерии выбора рынков. Определение целесообразности выхода на внешний рынок. Методы выхода на внешний рынок: экспорт товаров, совместная деятельность, инвестирование. Структура служб международного маркетинга.	2	1
	Практическое занятие Тест по темам 3.10 – 3.12	2	3
Тема 3.12 Интернет - маркетинг	Содержание учебного материала	6	
	Основные понятия. История онлайн – маркетинга. Преимущества и недостатки. Безопасность. Влияние интернет- маркетинга на ведение	2	2

	бизнеса. Узнаваемость бренда в социальных сетях (простота и доступность, конкурентное преимущество). Последние разработки и стратегии повышения эффективности интернет- маркетинга.		
	Практические занятия 19. Анализ сайта конкретного интернет магазина. 20. Итоговая контрольная работа.	4	3
Самостоятельная работа обучающихся	Содержание Составление отчетов по маркетинговым исследованиям: 1. Анализ состояния источников насыщения рынка потребительскими товарами и услугами в г. Ревда. 2. Анализ конкурентной среды 3. Анализ окружающей среды 4. Анализ ценовой политики торговых организаций 5. Анализ поведения потребителей при совершении покупок 6. Анализ методов формирования спроса и стимулирования сбыта в торговых организациях Проведение опросов покупателей и интерпретация результатов опроса Подготовка к деловым играм и семинарским занятиям Подготовка тематических мультимедийных проектов Работа с учебной и справочной литературой, составление опорных конспектов.	43	

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

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинетов междисциплинарных курсов.

Оборудование учебных кабинетов и рабочих мест кабинетов:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методической документации;
- наглядные пособия (комплект плакатов по финансам, налогообложению и маркетингу).
- дидактический материал по дисциплинам (картотека тестовых и практических заданий по разделам дисциплины);
- перечень практических заданий и методические рекомендации по их выполнению.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Лыкова, Л. Н. Налоги и налогообложение: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. Н. Лыкова. — Москва: Издательство Юрайт, 2018. — 353 с.

2. Чалдаева, Л.А. Финансы: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. А. Чалдаева [и др.] ; под редакцией Л. А. Чалдаевой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 439 с.

3. Голубева Т. М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Учебник для СПО - М.: Академия, 2018;

4. Скворцов О.В. Налоги и налогообложение: практикум. Учебное пособие для СПО - М.: Академия, 2014.

5. Поляк Г.Б. Налоги и налогообложение: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. Б. Поляк [и др.]; под редакцией Г. Б. Поляка, Е. Е. Смирновой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 385 с.

6. Кулагина, Н. А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Практикум: учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. А. Кулагина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 135 с.

7. Шадрина, Г. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. В. Шадрина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 431 с.

8. Алексунин, В.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник для ссузов / В.А. Алексунин. — М.: Дашков и К, 2019. - 433 с..

9. Барышев, А.Ф. Маркетинг: учебник для студ. Учреждений сред. Проф. образования/А.Ф. Барышев. — 10-е изд., испр. -М.: Издательский центр «Академия», 2013. - 224 с.

10. Белоусова, С.Н. Маркетинг: учеб. пособие / С.Н. Белоусова. — Ростов н/Д: Феникс, 2012. - 381 с.

11. Котлер, Ф. Основы маркетинга; учеб. для студ. вузов и среднего проф. образования / Ф. Котлер, Г. Армстронг. – М.: Вильямс, 2019. – 1072 с.
12. Мурахтанова, Н.М. Маркетинг: учеб. пособие / Н.М. Мурахтанова, Е.И.Еремина. – М.: Академия, 2014. - 304 с..
13. Мурахтанова, Н.М. Маркетинг: Сборник практических задач и ситуаций: учеб. пособие/ Н.М. Мурахтанова, Е.И. Еремина. - М.: Академия, 2014. – 96с.

Интернет-ресурсы:

1. www.gks.ru – официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ
2. www.minfin.ru – официальный сайт Министерства финансов РФ
3. www.nalog.ru – официальный сайт Федеральной налоговой службы РФ
4. Сайт Федеральной службы государственной статистики России (Росстат) <http://www.gks.ru>
5. Электронная энциклопедия «Википедия» <http://ru.wikipedia.org/wiki/>
6. Портал «Органы государственной власти России» <http://www.gov.ru>
7. Сайт Министерства экономического развития РФ <http://www.economy.gov.ru>
8. Сайт журнала «Финансовый менеджмент» <http://www.finman.ru/>
9. Сайт журнала «Управленческий учет» <http://www.upruchet.ru/>

Федеральные законы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. – М.: ЭксмоФормат, 2009. – с. 912
2. Российская Федерация. Закон. О защите прав потребителей: федер. закон № 2300-1 от 07.02.1992 (в ред. от 23.11.2009 с изм. и доп., вступающими в силу с 01.01.2010) – М.: Ось-89, 2011. – 48 с.
3. Российская Федерация. Закон. О рекламе: федер. закон № 38-ФЗ от 13.03.2006 (ред. от 28.09.2010 с изм. и доп., вступающими в силу с 01.01.2011): [Принят Гос. Думой 22 февраля 2006 г.: одобр. Советом Федерации 3 марта 2006 г.] – М.: Омега-Л, 2009. – 51 с.
4. Российская Федерация. Закон. О защите конкуренции: федер. закон № 135-ФЗ от 26.07.2006 (в ред. от 05.04.2010 № 40-ФЗ): [Принят Гос. Думой 8 июля 2006 г.: одобр. Советом Федерации 14 июля 2006 г.] – М.: Омега-Л, 2006. – 70 с.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 2.1 Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей), участвовать в их инвентаризации	<ul style="list-style-type: none"> – Обоснованность выбора данных бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности; – Соблюдение последовательности действий при проведении учета товаров; – Соответствие оформления документации по учету товаров установленным требованиям (стандартам); – Соблюдение последовательности действий при проведении инвентаризации; – Соответствие оформления результатов инвентаризации установленным требованиям (стандартам) 	<p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> - защиты лабораторных и практических занятий; - контрольных работ по темам МДК профессионального модуля. <p>Зачеты по каждому из разделов профессионального модуля.</p>
ПК 2.2 Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем	<ul style="list-style-type: none"> – Соответствие оформления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов установленным требованиям (стандартам); – Правильность составления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов; – Организация хранения организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов в соответствии с установленными требованиями (стандартами); – Грамотность и скорость составления и оформления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов при работе с автоматизированными системами 	<p>Экзамен по МДК профессионального модуля.</p>
ПК 2.3 Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов	<ul style="list-style-type: none"> – Обоснованность выбора экономических методов в конкретных практических ситуациях; – Правильность расчета микроэкономических показателей; – Полнота анализа микроэкономических показателей; – Полнота анализа рынков ресурсов 	
ПК 2.4 Определять основные экономические показатели работы организации, цены,	<ul style="list-style-type: none"> – Правильность расчета основных экономических показателей коммерческой организации; – Правильность расчета цены продукции; Правильность расчета 	

заработную плату	заработной платы сотрудников и ФОТ предприятия	
ПК 2.5 Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации. Формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	<ul style="list-style-type: none"> – Правильность определения потребности; – Правильность выявления типа маркетинга в соответствии с потребностями потребителя; – Аргументированность формирования спроса; – Аргументированность выбора методов стимулирования сбыта 	
ПК 2.6 Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	<ul style="list-style-type: none"> – Логичность обоснования целесообразности использования маркетинговых коммуникаций; – Правильность применения маркетинговых коммуникаций 	
ПК 2.7 Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	<ul style="list-style-type: none"> – Правильность соблюдения последовательности проведения маркетинговых исследований; – Обоснованности принятия маркетинговых решений 	
ПК 2.8 Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей. Оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации	<ul style="list-style-type: none"> – Обоснованность принятия решений при реализации сбытовой политики; – Правильность оценки конкурентоспособности товаров; – Правильность оценки конкурентных преимуществ организации 	
ПК 2.9 Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты	<ul style="list-style-type: none"> – Обоснованность выбора методов и приемов анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности; – Соблюдение последовательности действий при осуществлении денежных расчетов с покупателями; – Правильность составления финансовой документации и отчетности в соответствии требованиями (стандартами) 	

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

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Демонстрация устойчивого интереса к будущей профессии	Экспертное наблюдение и оценка деятельности учащегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практике.
ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	определение цели и задач своей деятельности; определение способов деятельности; выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области; самостоятельное осуществление деятельности.	Экспертное наблюдение и оценка деятельности учащегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практике. Оценка решения ситуационных задач, самостоятельного выполнения заданий. Оценка решения ситуационных задач, самостоятельного выполнения заданий
ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность при осуществлении коммерческих операций принятие адекватных решений в стандартных и нестандартных ситуациях и несение ответственности за их выполнение.	Экспертное наблюдение и оценка деятельности учащегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной и производственной практике. Оценка решения ситуационных задач, самостоятельного выполнения заданий
ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Оперативность поиска и использования необходимой информации для качественного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Экспертное наблюдение и оценка деятельности учащегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях,

	<p>Широта использования различных источников информации, включая электронные. Отбор и анализ информации; Структурирование информации в соответствии с заданием</p>	<p>при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной и производственной практике. Оценка самостоятельных работ (рефератов, докладов, презентаций и т.п.) Оценка личностного развития студента в ходе образовательного процесса, учебной и производственной практик.</p>
<p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p>	<p>Способность представления информации в доступном виде для других пользователей. Правильность выбора и применения лицензионного программного обеспечения при оформлении документации, необходимой для осуществления профессиональной деятельности</p>	<p>Экспертное наблюдение и оценка деятельности учащегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, в ходе компьютерного тестирования, подготовки электронных презентаций, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной и производственной практике. Экспертное наблюдение и оценка использования учащимся информационных технологий при подготовке и проведении учебно-воспитательных мероприятий различной тематики оценка самостоятельно оформленной документации</p>

<p>ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<p>Коммуникабельность при взаимодействии с обучающимися, преподавателями и руководителями практики в ходе обучения. Бесконфликтное общение с сотрудниками, стоящими на разных ступенях служебной лестниц; аргументированное представление и отстаивание своего мнения. Соблюдение правил деловой культуры при общении с коллегами, руководством, клиентами</p>	<p>программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной и производственной практике. Экспертное наблюдение и оценка использования учащимся коммуникативных методов и приёмов при подготовке и проведении учебно-воспитательных мероприятий различной тематики; наблюдение и оценка в процессе осуществления групповой деятельности</p>
<p>ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p>Самостоятельное планирование обучающимися повышения личностного и профессионального уровня. адекватность самоконтроля при планировании повышения квалификации</p>	<p>Экспертное наблюдение и оценка динамики достижений учащегося в учебной и общественной деятельности. Экспертное наблюдение и оценка уровня ответственности учащегося при подготовке и проведении учебно-воспитательных мероприятий различной тематики (культурных и оздоровительных групповых мероприятий, соревнований, походов, профессиональных конкурсов и т.п.) оценка портфолио работ и документов оценка самоанализа</p>
<p>ОК 10. Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.</p>	<p>Нахождение, отбор и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач Логическое, аргументированное</p>	<p>Проведение собеседования оценка в процессе осуществления групповой деятельности при проведении учебной и</p>

	изложение информации клиенту в устной и письменной форме.	производственной практики
ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.	Обоснование личной ответственности за соблюдение санитарных норм и правил. Выполнение работ с соблюдением требований действующего законодательства, стандартов, технических условий при продаже товаров	Проведение собеседования; оценка в процессе осуществления групповой деятельности в процессе учебной и производственной практики