

ПРИЛОЖЕНИЕ к
ОПОП по специальности
38.02.04 Коммерция (предприятия торговли)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ
ПМ 02. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И
МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

38.02.04 Коммерция (предприятия торговли)

Разработчики:

Строцень Александра Владимировна, преподаватель СПб ГБПОУ «Петровский колледж»
Гурьева Светлана Евгеньевна, преподаватель СПб ГБПОУ «Петровский колледж»

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
1. АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	3
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	3
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	8
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ	19

1. АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ 02. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1. Область применения программы

Программа профессионального модуля – является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)» в части освоения вида деятельности (ВД): «**Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности**».

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в профессиональной подготовке по программам повышения квалификации работников торговой сферы.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности».

Освоение перечисленных знаний, умений и практического опыта способствует формированию следующих 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 Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;

ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

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. – **14ч.**

ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем. – **30ч.**

ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов. – **20ч.**

ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.- **12ч.**

ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.- **20ч.**

ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации. -**20ч.**

ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений. -**30ч.**

ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации. – **20ч.**

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. – **10ч.**

Часы вариатива (**240ч.**) распределены следующим образом:

- Расширение и углубление умений и приобретения практического опыта – **50ч.**
- Формирование и развитие ОК и ПК 2.1-2.9, определяемых ФГОС – **190ч.**

Распределение представлено выше.

Код и наименование ПК (ОК)	Код и наименование практического опыта	Код и наименование умений	Код и наименование знаний
ПК 2.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья,		<ul style="list-style-type: none"> – составлять финансовые документы и отчеты; - – осуществлять денежные расчеты; – пользоваться нормативными документами в области 	<ul style="list-style-type: none"> – сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения; – финансирование и денежно-

<p>материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации ОК1-7,9</p>		<p>налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения; рассчитывать основные налоги</p>	<p>кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля; – о основные положения налогового законодательства; – функции и классификацию налогов; – организацию налоговой службы; методику расчета основных видов налогов</p>
<p>ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем ОК1-7,9</p>		<p>– составлять финансовые документы и отчеты; - – осуществлять денежные расчеты; – пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения; рассчитывать основные налоги</p>	<p>– сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения; – финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля; – о основные положения налогового законодательства; – функции и классификацию налогов; – организацию налоговой службы; методику расчета основных видов налогов</p>
<p>ПК2.3Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические</p>			<p>31 информационное обеспечение, организацию аналитической работы; анализ деятельности организаций оптовой и</p>

показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов. ОК1-7,9			розничной торговли, финансовых результатов деятельности;
ПК2.4 Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату ОК1-7,9.			
ПК2.5 Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров. ОК1-7,9	П1 выявления потребностей (спроса) на товары;		32 составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
ПК2.6 Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации. ОК1-7,9		У1 обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;	33 средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;
	П2 участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;		
ПК2.7 Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений. ОК1-7,9		У2 выявлять, формировать и удовлетворять потребности;	34 методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
	П3 анализа маркетинговой среды организации.	У3 проводить маркетинговые исследования рынка;	35 этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом
ПК2.8 Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать	П4 реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой		

конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации. ОК1-7,9	рынка;		
		У4 оценивать конкурентоспособность товаров;	36 конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;
ПК2.9Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты. ОК1-7,9		У5 применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;	37 методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды;
	П5 анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;	У6 анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;	

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля ПМ 02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

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. 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	Раздел 1. Организация налогового учета.	154	106	44		48				
ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.9	Раздел 2. Расчет экономических показателей и анализ финансово-хозяйственной деятельности торговой организации	206	140	58		66				
ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8	Раздел 3 Анализ рыночных возможностей хозяйствующего субъекта и изучение поведения потребителей	206	140	58		66				
	Производственная практика (по профилю специальности)	72							72	
	Всего:	638	386	160		180				72

3.2. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ 02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, практические занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов	Уровень освоения
Раздел 1 Организация налогового учета		166	
МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение		106	
Тема 1 Деньги и денежная система	Содержание	20	3
	1. Цели, задачи курса. Сущность и функции денег	2	
	2. Виды денег.	2	
	3. Денежное обращение.	2	
	4. Формы организации безналичных расчетов.	2	
	5. Денежная система.	2	
	6. Инфляция	2	
		Практические занятия: 1. Практическая работа №1 Расчет денежного агрегата. 2. Практическая работа № 2 Расчет денежного обращения 3. Практическая работа №3 Документальное оформление безналичных расчетов 4. Практическая работа № 4 Инфляция: расчет и анализ	8
Тема 2 Финансы и финансовая система государства	Содержание	6	3
	1. Сущность финансов, их основные функции. Финансовая система государства.	2	
	2. Финансовая политика государства. Финансовый механизм. Финансовый контроль.	2	
	Практические занятия		
	1. Практическая работа № 5 Финансовая система государства	2	
Тема 3 Бюджет и бюджетная система	Содержание	6	3
	1. Бюджетная система и бюджетное устройство. Государственный бюджет.	2	
	2. Бюджетный процесс в России	2	
	Практические занятия:		
	1. Практическая работа № 6 Расчет структуры бюджета	2	

Тема 4 Теоретические основы налогообложения	Содержание		10	
	1.	Налоги и налогообложение. Исторические аспекты развития налогообложения	2	3
	2.	Классификация, функции и элементы налогов.	2	
	3.	Налоговый контроль. Налоговые правонарушения.	2	
	Практические занятия:			
1.	Практическая работа № 7 Решение мини-кейсов	2		
2.	Практическая работа № 8 Налоговый контроль: решение ситуаций.	2		
Тема 5 Федеральные налоги	Содержание		40	
	1.	Налог на добавленную стоимость.	4	3
	2.	Акцизы	2	
	3.	Налог на прибыль организаций	4	
	4.	Налог на доходы физических лиц	6	
	5.	Страховые взносы	4	
	6.	Другие федеральные налоги	2	
	7.	Таможенные пошлины	2	
	Практические занятия:			
	1.	Практическая работа № 9 Расчет НДС, подлежащего уплате в бюджет	2	
	2.	Практическая работа № 19 Расчет общей суммы акциза при уплате в бюджет	2	
	3.	Практическая работа № 11 Расчет суммы налога на прибыль, подлежащего уплате в бюджет	2	
	4.	Практическая работа № 12 Расчет НДФЛ с учетом различных вычетов	2	
	5.	Практическая работа № 13 Расчет взносов во внебюджетные фонды	2	
	6.	Практическая работа № 14 Расчет суммы НДС, подлежащего уплате в бюджет	2	
7.	Практическая работа № 15 Расчет суммы водного налога, подлежащего уплате в бюджет	2		
8.	Практическая работа № 16 Расчет суммы таможенной пошлины	2		
Тема 6 Региональные налоги	Содержание		8	
	1.	Налог на имущество организаций	4	3
	2.	Транспортный налог		
	Практические занятия:			
	1.	Практическая работа № 17 Расчет суммы налога на имущество организаций	2	
2.	Практическая работа № 18 Расчет транспортного налога	2		
Тема 7 Местные налоги	Содержание		4	
	1.	Налог на землю, налог на имущество физических лиц	8	3

	Практические занятия:		
	1. Практическая работа № 19 Расчет местных налогов	2	
Тема 8 Специальные режимы налогообложения	Содержание	10	
	1. Единый налог на вмененный доход	2	3
	2. Упрощенная система налогообложения	2	
	Практические занятия:		
	1. Практическая работа № 20 Единый сельскохозяйственный налог	2	
	2. Практическая работа № 21 Расчет суммы ЕНВД, подлежащего уплате в бюджет	2	
	3. Практическая работа № 22 Расчет суммы УСН, подлежащей уплате в бюджет	2	
	1. Водный налог. Сущность налога. Плательщики. Объекты и налоговая ставка. Налоговые вычеты и порядок определения налоговой базы. Налоговый период, порядок и сроки расчета и уплаты	2	3
	Итоговое занятие. Тест	2	2
	Внеаудиторная самостоятельная работа: Доклад « История возникновения денег» Составление таблицы «Валюты мира» Ответы на вопросы по теме Составление схемы расчетов в форме переводов электронных денежных средств Дать характеристику денежной системы одной страны(по выбору) Доклад «Современный уровень инфляции в России и меры, направленные на его регулирование» Презентация по теме Решение мини-кейсов Конспект по теме «Эволюция налогообложения в России» Работа с интернет-ресурсами Решение практических ситуаций Решение задач		

	Составление приходных, расходных документов к товарному отчету. Оформление товарного отчета. Ознакомление с приемосдаточными актами при передаче материальных ценностей. Ознакомление с переоценкой и уценкой товаров. Овладение навыками оформления документов по переоценке и уценке товаров. Участие в инвентаризации и оформлении отчета. Расчет налогов организации.		
Раздел 2. Расчет экономических показателей и анализ финансово-хозяйственной деятельности торговой организации		218	
МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности		140	
Тема 2.1. Экономические показатели работы организации	Содержание		
	1. Расчет товарооборота, порядок формирования торговой наценки	8	2
	2. Расчет показателей: фондоотдачи, фондоемкости, оборачиваемости средств		
	3. Расчет показателей прибыли и рентабельности		
Практическое занятие:	4		
1	Расчет экономических показателей работы организации		
Тема 2.2 Основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы анализа	Содержание		
	1. Цели и задачи АФХД	14	3
	2. Методы экономического анализа		
	3. Общая схема экономического анализа деятельности организации		
	4. Классификация и характеристика видов экономического анализа		
	Практическое занятие:	8	
	2	Применение различных приемов экономического анализа в решении задач	
3	Тренинг по отбору показателей для проведения комплексного экономического анализа		
Тема 2.3 Информационное обеспечение и организация аналитической работы	Содержание		
	1. Понятие экономической информации. Виды источников информации	8	2
	2. Правила подготовки экономической информации к анализу		
	3. Организация аналитической работы		
	4. Финансовая отчетность организации		
	Практические занятия:	6	
	4	Разработка плана аналитической работы в торговой организации	
5	Подготовка информации для экономического анализа		
Тема 2.4 Анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, оценка	Содержание:		
	1. Методы и показатели торгово-экономического анализа деятельности торгового предприятия	52	3

**финансовых результатов
деятельности**

2.	Финансово-экономический анализ деятельности торгового предприятия		
3.	Определение безубыточного, рационального и оптимального объема товарооборота.		
4.	Анализ уровня товарных запасов и оборачиваемости оборотных активов торговли.		
5.	Анализ изменения издержек обращения торговой организации		
6.	Анализ использования основных фондов в торговле.		
7.	Анализ использования труда в торговле		
8.	Анализ финансовых результатов деятельности торгового предприятия.		
9.	Оценка финансового состояния торгового предприятия		
10.	Анализ платежеспособности и финансовой устойчивости торгового предприятия		
11.	Оценка объема товарооборота розничной торговли и продаж в розницу неторговыми предприятиями.		
12.	Оценка оборота оптовой торговли и оптовых продаж товаропроизводителями		
Практические занятия:		40	
6	Анализ динамики выручки (товарооборота) и торговой наценки.		
7	Факторный анализ товарооборота		
	Комплексная расчетная работа		
8	Анализ уровня товарных запасов.		
9	Факторный анализ изменения издержек обращения, выручки, торговой наценки и прибыли		
10	Анализ использования основных фондов торгового предприятия		
11	Анализ использования трудовых ресурсов торгового предприятия		
12	Анализ издержек обращения торговой организации		
13	Анализ финансовых результатов деятельности		
14	Оценка имущественного состояния организации		
15	Анализ платежеспособности организации		
16	Оценка финансовой устойчивости организации		
17	Оценка деловой активности торговой организации		
Дифференцированный зачет			
Внеаудиторная самостоятельная работа		66	

	<p>Составление схемы товарооборота</p> <p>Составление сравнительной характеристики видов анализа</p> <p>Установление взаимосвязи показателей бухгалтерских форм</p> <p>Выполнение расчетных заданий по анализу издержек обращения, выручки, торговой наценки и прибыли, платежеспособности и финансовой устойчивости</p> <p>Разработка мероприятий по улучшению организации оптовой и розничной торговли</p> <p>Выполнение комплексного анализа деятельности торгового предприятия</p>	<p>4</p> <p>4</p> <p>6</p> <p>20</p> <p>12</p> <p>20</p>	
	<p>Анализ основных и оборотных средств</p> <p>Анализ производительности труда</p> <p>Анализ ликвидности предприятия</p> <p>Анализ баланса предприятия.</p> <p>Разработка мероприятий по улучшению финансовых результатов деятельности торговой организации.</p> <p>Анализ товарооборота предприятия.</p>		
Раздел 3 Анализ рыночных возможностей хозяйствующего субъекта и изучение поведения потребителей		218	
МДК 02.03. Маркетинг		140	
Тема 3.1 Маркетинг как экономическая категория и структура маркетинговой деятельности	Содержание:		
	1. Понятия и сущность маркетинга	8	2
	2. Элементы комплекса маркетинга		
	3. Основные понятия, функции и концепции маркетинга		
	4. Маркетинговая среда		
Практические занятия:			
1. Составление карты потребностей по группам товаров и предположительного поведения покупателей	4		
Тема 3.2 Маркетинговые исследования рынка	Содержание:		3
	1. Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты.	10	
	2. Особенности маркетинговых исследований. Виды исследований.		
	3. Этапы проведения маркетинговых исследований.		
	4. Маркетинговая информация: назначение, источники (внутренние и внешние), принципы их отбора.		
	5. Методы сбора маркетинговой информации при проведении маркетинговых исследований.		
Практические занятия:	8		

	2	Разработка плана проведения маркетингового исследования. Отбор источников информации		
	3	Разработка анкеты по конкретной проблеме.		
Тема 3.3 Покупательское поведение потребителей	Содержание:		8	3
	1.	Покупательское поведение потребителей		
	2	Модели покупательского поведения		
	Практические занятия:		8	
4	Характеристика моделей и факторов покупательского поведения			
	5	Тренинг по анализу процесса принятия решения о покупке		
Тема 3.4 Сегментирование рынка	Содержание:		6	3
	1	Сегментирование рынка: основные понятия, признаки сегментирования		
	2	Критерии выбора сегмента рынка. Анализ возможностей освоения сегмента рынка		
	3	Позиционирование товара: понятие, условия и способы позиционирования товаров		
	Практические занятия:		8	
	6	Проведение сегментации и анализ возможностей освоения сегмента рынка		
	7	Позиционирование товара на рынке		
	8	Тренинг по оценке позиции товаров на рынке		
Тема 3.5 Конкурентная среда	Содержание:		10	3
	1.	Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров.		
	2.	Конкуренция: виды, их характерные признаки. Рынок и рыночные показатели		
	3.	Конкурентная среда: характерные черты, способы анализа.		
	4.	Конкурентоспособность организаций и товаров: критерии оценки, конкурентные преимущества.		
	5	Конкурентоспособность организаций и товаров: критерии оценки, конкурентные преимущества.		
	Практические занятия:		4	
9	Анализ конкурентной среды, рыночных возможностей фирмы и определение параметров конкурентоспособности товара			
Тема 3.6 Сбытовая политика	Содержание:		10	3
	1	Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товаров, сбытовая политика.		

	2	Цели, задачи и основные направления сбытовой политики		
	3	Параметры товара. ЖЦТ		
	4	Виды сбыта. Каналы распространения		
	Практические занятия:			
	10	Исследование товарного ассортимента и ЖЦТ	4	
Тема 3.7 Ценовая политика	Содержание:			3
	1.	Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования	8	
	2	Цели, задачи и направления формирования цен. Факторы, влияющие на формирование цен.		
	3	Маркетинговые методы формирования цен		
	Практические занятия:		4	
11	Определение цены товара различными методами			
Тема 3.8 Маркетинговые коммуникации	Содержание:			3
	1	Маркетинговые коммуникации: характеристика, цели, задачи и функции маркетинговых коммуникаций	18	
	2	Характеристика рекламы, стимулирования сбыта, пропаганды, персональных продаж, «связи с общественностью»		
	3	Реклама: понятие, назначение.		
	4	Цели, задачи и функции рекламы.		
	5	Классификация рекламы по характеру, форме информации, назначению и носителям рекламной информации.		
	6	Разработка рекламной кампании		
	7	Характеристика методов стимулирования сбыта		
	8	Планирование мероприятий по стимулированию сбыта		
	Практические занятия:		12	
	12	Реклама в системе маркетинговых коммуникаций		
13	Разработка мероприятий по стимулированию сбыта			
Тема 3.9 Управление маркетинговой деятельностью	Содержание:		4	3
	1	Стратегическое маркетинговое планирование и контроль		
	Практические занятия:		4	
	14	Формирование маркетингового плана компании		
15	Тренинг по оценке маркетинговой деятельности компании			
Комплексная зачетная работа (дифференцированный зачет)			2	
		Внеаудиторная самостоятельная работа	66	

	<p>Составление схемы классификации потребностей: физиологические, социальные, психические, интеллектуальные и духовные; приоритетность потребностей.</p> <p>Сбор информации для проведения маркетинговых исследований</p> <p>Подбор аналитического материала для определения конкурентоспособности товара.</p> <p>Описание сегмента рынка и способа позиционирования товара.</p> <p>Процесс принятия решения о покупке - подбор информации</p> <p>Анализ ценовой политики предприятия по группе товара.</p> <p>Оценка эффективности сбытовой политики предприятия по группе товаров.</p> <p>Подбор и систематизация информации, необходимой для создания рекламы товара и разработки мер стимулирования сбыта</p>	<p>6</p> <p>10</p> <p>6</p> <p>10</p> <p>4</p> <p>10</p> <p>10</p> <p>10</p>	
<p>Производственная практика:</p> <p>Виды работ:</p> <p>Оформление финансовых документов и отчетов Ознакомление с финансовыми документами и отчетами.</p> <p>Составление перечня финансовых документов. Участие в составлении и оформлении финансовых документов.</p> <p>Составление перечня налогов, уплачиваемых организацией - базой практики. Расчет основных налогов (примеры расчета)</p> <p>Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой (сбытовой) организации</p> <p>Составление перечня показателей финансово-хозяйственной деятельности (ФХД). Выявление и определение наиболее значимых экономических показателей работы организации.</p> <p>Анализ динамики показателей ФХД за 6 и 12 мес. текущего года. Оформление результатов анализа.</p> <p>Выявление потребностей (спроса) на товары и соответствующих типов маркетинга</p> <p>Определение вида и характера спроса на товары разных поставщиков, относящихся к одному виду (не менее 10 товаров).</p> <p>Проведение опросов потребителей для выявления предпочтений разных товаров.</p> <p>Реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка Ознакомление со сбытовой политикой организации и каналами распределения. Участие в реализации сбытовой политики организации. Ознакомление со стратегиями ценообразования на различные товары. Реализация стратегий ценообразования в организации. Выявление мероприятий по стимулированию потребителей и персонала. Реализация мероприятий по стимулированию потребителей.</p> <p>Участие в проведении рекламных акций, кампаний, других маркетинговых коммуникаций, проведенных в организации в течение года. Составление проекта рекламных акций. Участие в проведении рекламных акций и кампаний. Участие в организации рекламы в местах продаж.</p> <p>Овладение навыками проведения консультаций покупателей для продвижения товаров и услуг организации.</p> <p>Участие в выставках-продажах или дегустациях или демонстрациях товаров (при возможности их проведения).</p> <p>Обоснование целесообразности выбора и применения маркетинговых коммуникаций.</p> <p>Анализ внутренней среды организации (выявление структурных подразделений, осуществляющих маркетинговую деятельность и/или взаимодействующих с отделом маркетинга).</p> <p>Анализ социально-экономической среды организации (выявление сегментов потребителей по уровню доходов методом</p>		<p>72</p>	

<p>наблюдений и анализа суммы покупок). Анализ демографической среды методом наблюдений (по полу и возрасту). Анализ конкурентной среды организации (выявление организаций конкурентов, их количества, определение перечня конкурентных преимуществ организации и её конкурентов). Оценка конкурентоспособности товаров по объемам продаж, а также потребительским и экономическим показателям.</p>		
<p>Всего:</p>	<p>638</p>	
<p>Промежуточная аттестация</p>	<p>Экзамен квалификационный</p>	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы дисциплины требует наличия учебного кабинета междисциплинарных курсов: анализ хозяйственной деятельности и маркетинг; финансы, налоги и налогообложение; лабораторий: информационных технологий в профессиональной деятельности.

Оборудование учебного кабинета:

- рабочие места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- доска
- шкафы и стеллажи для хранения учебно-методических материалов;
- комплект учебно-методических материалов;
- дидактический материал.

Технические средства обучения:

- компьютер с лицензионным программным обеспечением
- мультимедийная установка
- интерактивная доска
- динамики
- калькулятор.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Основные источники:

1. Конституция РФ (принята всенародным голосованием 12.12.1993 г)
2. Бюджетный кодекс РФ.
3. Гражданский кодекс РФ.
4. Налоговый Кодекс РФ ч. I, ч II. (в последней редакции).
5. Положение Банка России от 01. 04. 2004 г. № 222-П «О порядке осуществления безналичных расчетов в РФ» (с изменениями и дополнениями).
6. Положение Банка России от 05. 01. 1998 г. № 14-П «О правилах организации наличного денежного обращения на территории РФ» (с изменениями и дополнениями) (с изменениями и дополнениями).
7. Наумов В.Н. Маркетинг: Учебник / - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 320 с. ЭБС «ZNANIUM».
8. Герасимов Б. И., Жариков В. В., Жарикова М. В. Маркетинг: Учебное пособие / - 2-е изд. - М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 320с. ЭБС «ZNANIUM».
9. Басовский Л.Е., Басовская Е.Н. Маркетинг: Учебное пособие /, - 3-е изд., перераб. и доп. - М.:НИЦ ИНФРА-М, 2019. - 233 с. ЭБС «ZNANIUM».

10. Пястолов С.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: Учебник. СПО. - М.: ИЦ «Академия», 2020. - 384 с. (ЭБС АКАДЕМИЯ)
11. Канке А.А., Кошечая И.П. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие - 2-е изд., испр. и доп. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2020. - 288 с. ЭБС «ZNANIUM».
12. Сворцов О.В. Налоги и налогообложение. Учебник.-Москва:ИД «Академия», 2019-272 с.
13. Сворцов О.В. Налоги и налогообложение. Практикум.-Москва:ИД «Академия», 2019-208с.
14. Скрипниченко В.Н. Налоги и налогообложение: Учебник. - СПб: ИД "Питер", М.: Издательский дом "БИНФА", 2019.- 496 с.
15. Тарасова В.Ф. Семькина Л.Н. Налоги и налогообложение: Учебник. – М.: КНОРУС, 2019.- 320 с.

Дополнительные источники:

1. Статистические данные Банка России. – <http://www.cbr.ru>. Сайт содержит наиболее важные макроэкономические и финансовые данные и показатели: показатели денежно-кредитной статистики, данные внешней торговле РФ, данные по международным резервам с 1997 г., данные по внешнему долгу РФ, ставки рефинансирования и т.д.
2. Губина О.В., Губин В.Е. Анализ финансово-хозяйственной деятельности. Практикум: учебное пособие — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2019. — 192 с. ЭБС «ZNANIUM».
3. Чернышева Ю.Г. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия (организации): учебник / — М. : ИНФРА-М, 2019. — 421 с. ЭБС «ZNANIUM».
4. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. - Санкт-Петербург: Питер, 2019. - 800 с. (ЭБС АЙБУКС)
5. Ежемесячный научно-практический журнал «Бухгалтерский учет»
6. Ежемесячный журнал «Нормативные акты»
7. Ежемесячный научно-практический журнал «Главбух»

Интернет ресурсы:

1. Справочно-правовая система «Консультант плюс»
2. Справочно-правовая система «Гарант»
3. www.rbc.ru – сайт компании Росбизнесконсалтинг.
4. www.4p.ru – сайт ассоциации маркетологов.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Для закрепления теоретических знаний и приобретения необходимых практических навыков профессиональным модулем предусмотрены практические занятия, которые проводятся после изучения соответствующей темы и закрепляются самостоятельной внеаудиторной работой студентов по рекомендуемым преподавателем источникам.

Для развития навыков и умений предусмотрена организация самостоятельной работы студентов на занятиях при освоении нового материала посредством работы с законодательными документами, иными нормативно-правовыми актами и учебниками.

При выполнении внеаудиторной самостоятельной работы обучающимся оказываются консультации.

Обязательным условием освоения данного профессионального модуля является изучение дисциплин: «Математика», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Экологические основы природопользования», «Основы экономической теории», «Экономика организации», «Статистика», «Менеджмент», «Правовое обеспечение профессиональной деятельности», «Безопасность жизнедеятельности», «Документационное обеспечение управления», «Логистика», «Стандартизация, метрология и подтверждение соответствия».

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную учебную практику.

Реализация профессионального модуля предполагает обязательную производственную практику, которая проводится концентрированно после изучения междисциплинарных курсов МДК.02.01.«Финансы, налоги и налогообложение», МДК.02.02.«Анализ финансово-хозяйственной деятельности» МДК.02.03.«Маркетинг». Производственная практика проводится в организациях торговли. Профессиональный модуль заканчивается квалификационным экзаменом.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу: наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля «ПМ 02. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» и специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой педагогический состав: дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов: «Анализ финансово-хозяйственной деятельности»; «Организация торговли»; «Маркетинг»; «Налоги и налогообложение», а также общепрофессиональной дисциплины: «Информационные технологии в профессиональной деятельности».