Приложение I.

к ППССЗ 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

СОДЕРЖАНИЕ

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА 3

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ 7

1. 1. Область применения программы 7

1.2 Цели и задачи профессионального модуля - требования к результатам освоения профессионального модуля 7

1.3. Количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля 9

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ 10

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ 12

3. 1. Тематический план профессионального модуля 12

3.2 Тематический план профессионального модуля 13

3.3 Содержание обучения по профессиональному модулю 16

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ………………………………………………………………………………………...53

4.1. Материально-техническое обеспечение 53

4. 2. Информационное обеспечение обучения 53

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса 55

4. 4. Кадровое обеспечение образовательного процесса 56

5.КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ) 57

**ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

Развитие рыночных отношений в современном обществе все более вовлекает предприятия в конкурентную борьбу, и без эффективной организации управленческой деятельности сохранять и укреплять свои позиции на том или ином сегменте рыночной экономики сегодня практически невозможно. Большинство руководителей российских предприятий, фирм пришли к неоспоримому выводу о том, что успех их предприятия во многом зависит от грамотно спланированной и реализованной экономической и управленческой маркетинговой деятельности, а, следовательно, требуется соответствующая научно обоснованная, системная подготовка к осуществлению данной деятельности.

Грамотная экономическая и маркетинговая деятельность требует знания законов рынка, выявления причинно-следственных связей в коммерческих процессах и анализа результатов финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций.

Успешное развитие российского общества в значительной степени на данном этапе зависит от деятельности нового, зарождающегося класса предпринимателей, их нравственности, гражданской позиции и высокой культуры. Поэтому предпринимательству необходимо учиться - это путь не только к личному благосостоянию, но и к процветанию всего общества. Изучение предпринимательства, обучение и воспитание потенциальных предпринимателей является одной из важных задач профессионального модуля.

Курс ПМ 02 представляет собой систему взаимосвязанного теоретического материала, который поможет студентам раскрыть базовые основы и закономерности предпринимательской деятельности, а также творческие задания, в ходе которых студенты будут анализировать, интерпретировать и моделировать ситуации, классифицировать проблемы и вопросы, рассматривать различные варианты, делать выводы, принимать решения, работать над проектами.

Программа профессионального модуля содержит тематический план распределения учебных часов по курсу, основные знания, умения, навыки студентов, предлагается самостоятельная работа для студентов, указываются формы контроля знаний, изложена программа лекционных и практических занятий, основная и дополнительная литература. Программа профессионального модуля составлена на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) и предназначена для реализации требований к результатам освоения по ФГОС СПО.

ПМ 02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» относится к профессиональному циклу и нацелен на освоение профессионального вида деятельности (ВД) в области экономической и маркетинговой деятельности.

Цель преподавания курса - сформировать у студента цельную систему экономического мышления и знаний в области единства производства и сбыта товара (услуг), обеспечивающих достижения поставленных предприятием целей в установленные сроки при работе на рынке в условиях конкуренции.

Данная программа призвана решить следующие **задачи:**

- -оптимально организовать процесс изучения предмета;

- дать студентам ориентиры по знаниям и умениям, получаемым в ходе учебного процесса;

- привести необходимую для изучения курса студентами основную и дополнительную литературу;

- предоставить необходимые материалы для активной самостоятельной работы студентов;

- определить критерии выявления уровня знаний у студентов в соответствии с предполагаемыми знаниями, умениями и навыками.

При изучении ПМ 02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» необходимо постоянно обращать внимание студентов на прикладной характер профессионального курса, показывать, где и когда изучаемые теоретические положения и практические навыки могут быть использованы в будущей практической деятельности.

С целью формирования общих компетенций таких как:

ОК 1 . Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

ОК 2. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 4. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 6. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрегиональных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.

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

А также для формирования профессиональных компетенций ПК 2.1-ПК 2.9 теоретические занятия проводятся в форме лекций, практические занятия проводятся в формах – групповое и индивидуальное решение задач по темам курса, решение кейсов, участие в деловых играх. Самостоятельная работа студентов осуществляется в форме контрольных работ и итоговой проектной работы.

По курсу осуществляется текущий, промежуточный контроль на дневном отделении и итоговый контроль в форме квалификационного экзамена на дневном и заочном отделениях.

Курс профессионального модуля Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности рассчитан на 328 часов аудиторных занятий, из них –152 теоретических (комбинированных) урока и 156 часов практических занятий, и 20 часов курсовой работы.

Вариативная часть модуля составила 164 часа, в.т.ч. 72 часа теоретических (комбинированных) уроков, 72часа практических занятий, 20 часов курсовая работа и направлена на расширение знаний и умений общепрофессиональных компетенций, а также на формирование и реализацию предпринимательских компетенций:

- Способность видеть бизнес-возможности и формулировать бизнес-идею

- Умение разрабатывать бизнес-проекты и актуализировать концепцию бизнеса

- Умение находить и привлекать ресурсы к реализации бизнес-проектов

- Умение оценивать социальные, экономические и технологические условия осуществления предпринимательской деятельности и прогнозировать сценарии развития бизнеса

- Владение базовыми знаниями основ конкурентной разведки и способность применять их в своей деятельности

- Умение демонстрировать лидерские качества в процессах создания и управления бизнесом

- Умение создавать и управлять брендом

- Умение оценивать человеческий капитал партнеров по бизнесу и работников

-- Владение основами и принципами управления бизнесом

- Владение навыками и этикой бизнес-коммуникаций

-- Владение навыками работы в группе и управления подчиненными

- Владение инструментами маркетинга

- Умение управлять каналами дистрибуции

- Умение оценивать, прогнозировать риски и минимизировать их последствия;

- Владение базовыми знаниями внешнеэкономической деятельности предприятия

-Умение оценивать экономическую систему во внутренней и внешней средах предприятия

- Владение базовыми экономическими знаниями

- Умение управлять жизненным циклом продукции

Распределение вариативной части :

По МДК 02.01 «Финансы, налоги и налогообложение» вариатив составил 9 часов теоретических занятий, и направлен на расширение знаний по методологии, методике, практике исчисления налогов, уплачиваемых организациями и индивидуальными предпринимателями, перешедших на специальный налоговый режим (упрощенная система, вмененный налог на доходы),а также формирование умения применять их в практической работе (проведение расчетов для бизнес-плана).

Формирование рыночных отношений, переход к многообразию форм собственности требуют развития теории и практики анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия как одного из основных методов управления его экономикой и функции менеджмента. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия, осуществляющего коммерческое предпринимательство, наполняется новым конкретным содержанием и связаны с производственными, торговыми, финансовыми и другими аспектами. Все вышесказанное требует изменений и в подготовке специалистов. Вариативная часть междисциплинарного курса «Анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия» составил 9 часов теоретических занятий, инаправлена на то, чтобы научить будущих специалистов в условиях неопределенности и непредсказуемости развития рыночной экономики не только давать объективную и глубокую оценку результатам хозяйствования, но и выявлять и мобилизовать резервы (особенно прогнозные) экономического и социального развития, повышения эффективности использования торгово-хозяйственного потенциала, обоснованно разрабатывать и успешно реализовывать планы, прогнозы, стратегические и тактические решения

По МДК 02.03 «Маркетинг» – 146 часов, в т.ч 72 часа практических занятий и 20 часов курсовая работа, вариатив направлен на расширение знаний и умений в области маркетинга.

Классическое определение маркетинга – это «предпринимательская деятельность, которая управляет продвижением товаров и услуг от производителя к потребителю или пользователю, либо как социальный процесс, посредством которого прогнозируется, расширяется и удовлетворяется спрос на товары и услуги путем их разработки, продвижения и реализации».

Менеджер по продажам должен обязательно досконально знать свой профильный рынок, основных поставщиков и всех потенциальных клиентов. Важным является знание среды, в которой ему предстоит находиться, знание и понимание того, кто его потенциальный покупатель и каковы запросы клиентов. Кроме этого менеджер по продажам должен обязательно обладать хорошими аналитическими способностями, так как необходимо изучить рынок, проанализировать ситуацию в том, или ином сегменте, выявить потребности ключевых фигур этого сегмента. На основе анализа должен уметь составлять бизнес-план по продвижению своих продуктов, комплекс мероприятий на ближайшее и отдаленное будущее, которые предположительно приведут к повышению объемов продаж этой группы продуктов. А также менеджеры по продажам должны уметь работать с большим объемом информации. Поэтому вариативная часть по МДК 02.03 и направлена на изучение и выполнение практических работ по темам: «Методологические основы маркетинговых исследований», «Маркетинговые коммуникации», «Стратегия и планирование маркетинга».

Полученные знания, умения и навыки будут необходимы студентам для успешной предпринимательской деятельности и самореализации в условиях рыночной экономики.

В целом, последовательность тем в тематическом плане программы сохранена в том порядке, что и рекомендована в примерной программе. Тем не менее, предлагается ввести темы, которые учитывают специфику развития малого бизнеса в регионе. А именно, большинство студентов, обучающихся по данной специальности, найдут применение своим трудовым силам не только на торговых, снабженческо-сбытовых предприятиях, но и в частном бизнесе, или реализуют себя как индивидуальные предприниматели.

Профессиональный модуль базируется на знаниях, умениях и навыках, полученных студентами при изучении дисциплин: «Математика», «Информационные технологии в профессиональной деятельности», «Экономика организации», «Менеджмент», «Статистика».

**1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**«Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности»**

**1.1. Область применения рабочей программы**

Рабочая программа профессионального модуля - является частью рабочей 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 и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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 профессионального модуля - требования к результатам освоения профессионального модуля**

Целью освоения профессионального модуля (ПМ 02.) является усвоение теоретических знаний в области финансово-хозяйственной и маркетинговой деятельности, а также анализа финансово-хозяйственной деятельности, налогообложения, приобретение умений и практического опыта применения этих знаний и формирования необходимых профессиональных и общих компетенций.

**Задачи профессионального модуля:**

- усвоение основных понятий в указанных областях знаний;

- изучение теоретических положений в области финансов, налогообложения, анализа финансово-хозяйственной деятельности и маркетинга;

- приобретение умений составлять финансовые документы и отчеты, использовать необходимые нормативные документы, рассчитывать налоги, анализировать финансово-хозяйственную деятельность;

- овладение умениями и практическим опытом управлением потребностями (спроса), обоснования и применения маркетинговых коммуникаций, реализации сбытовой политики, анализа конкурентной среды.

С целью овладения указанным видом 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 документами 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 рабочей программы профессионального модуля:**

всего - 492 часов, в том числе:

максимальная учебная нагрузка обучающегося — 492 часов, включая:

обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося - 280 часов;

самостоятельная работа обучающегося -140 часов;

учебная практика- 36 часа

производственная практика – 36 часов.

**2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Код** | **Наименование результата обучения** |
| **ПК 2.1.** | Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации. |
| **ПК 2.2.** | Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем. |
| **ПК 2.3.** | Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов. |
| **ПК 2.4.** | Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату. |
| **ПК 2.5.** | Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров. |
| **ПК 2.6.** | Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации. |
| **ПК 2.7.** | Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений. |
| **ПК 2.8.** | Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации. |
| **ПК 2.9.** | Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты. |
| **ОК 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 0З** | 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 учётом особенностей социального и культурного контекста. |
| **ОК 06** | Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учётом 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 08** | Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности |
| **ОК 09** | Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранных языках |

**3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**3. 1. Тематический план профессионального модуля**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Коды профессио- нальных компетенций | Наименования разделов профессионального модуля | Всего часов | Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов) | | | | | Практика | |
| Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося | | | Самостоятельная  работа обучающе- гося | | Учебная, часов | Производственная (по профилю специальности),  часов |
| Всего, часов | в т. ч.  лаборатор- ные работы и практиче- ские заня- тия,  часов | в т. ч., курсовая работа, часов | Всего, часов | в т. ч., курсовая работа, часов |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| ПК 2.1, 2.2 | Раздел 1. Финансы, налоги и  налогообложение | 96 | 64 | 28 |  | 32 |  |  |  |
| ПК 2.3, 2.4,  2.9 | Раздел 2. Анализ финансово-  хозяйственной деятельности | 132 | 88 | 32 | 20 | 44 | 10 |  |  |
| ПК 2.5, 2.6,  2.7, 2.8 | Раздел 3. Маркетинг | 192 | 128 | 34 |  | 64 |  |  |  |
|  | Учебная практика | 36 |  |  |  |  |  | 36 |  |
|  | Производственная практика  (по профилю специальности) часов | 36 |  | | | | | | 36 |
|  | ВСЕГО | 4928 | 280 | 94 | 20 | 140 | 10 | 3666 | 36 |

**3.2 Тематический план профессионального модуля**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование разделов и внеурочных тем | Максималь- ная учебная нагрузка  студента  (час.) | Количество аудиторных  часов | | | Внеауди-  торная  работа обучаю- щихся (час.) |
| Всего | Теоре-  тиче- ские занятия | Практи- ческие занятия |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|  | | | | | |
| **Раздел 1 ПМ. Проведение финансовых и налоговых расчетов** | **96** | **64** | **36** | **28** | **32** |
| МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение | 96 | 64 | 36 | 28 | 32 |
| **Глава 1Финансы** | **39** | **26** | **18** | **8** | **13** |
| Введение | 3 | 2 | 2 |  | 1 |
| Тема 1.1. Финансы и финансовая система в условиях рыночных отношений | 3 | 2 | 2 |  | 1 |
| Тема 1.2. Управление финансами | 3 | 2 | 2 |  | 1 |
| Тема 1.3. Финансы государства и их использование | 6 | 4 | 2 | 2 | 2 |
| Тема 1.4. Финансы предприятий и их использование | 9 | 6 | 2 | 4 | 3 |
| Тема 1.5. Денежное обращение | 6 | 4 | 2 | 2 | 2 |
| Тема 1.6. Кредит и кредитная система | 3 | 2 | 2 |  | 1 |
| Тема 1.7. Банки и банковская система | 3 | 2 | 2 |  | 1 |
| Тема 1.8. Рынок ценных бумаг | 3 | 2 | 2 |  | 1 |
| **Глава 2. Налоги и налогообложение** | **57** | **38** | **18** | **20** | **19** |
| Тема 2.1 Основы и методология налогообложения | 3 | 2 | 2 |  | 1 |
| Тема 2.2 Налоговый контроль и ответственность за налоговые правонарушения | 3 | 2 | 2 |  | 1 |
| Тема 2.3 Налоговая система Российской Федерации | 3 | 2 | 2 |  | 1 |
| Тема 2.4 Косвенные налоги и таможенные пошлины | 9 | 6 | 2 | 4 | 3 |
| Тема 2.5 Налог на прибыль организации | 9 | 6 | 2 | 4 | 3 |
| Тема 2.6 Налог на доходы физических лиц | 9 | 6 | 2 | 4 | 3 |
| Тема 2.7 Налог на имущество организации и транспортный налог | 6 | 4 | 2 | 2 | 2 |
| Тема 2.8 Специальные налоговые режимы | 15 | 10 | 4 | 6 | 5 |
| **Раздел 2 ПМ. Проведение анализа финансово-хозяйственной деятельности** | **93** | **62** | **34** | **28** | **31** |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| МДК 02. 02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности | 93 | 62 | 34 | 28 | 31 |
| Тема 1. Предмет, содержание и задачи экономического анализа | 3 | 2 | 2 |  | 1 |
| Тема 2. Организация аналитической работы на предприятии | 12 | 8 | 80 |  | 4 |
| Тема 3. Анализ финансового состояния предприятия | 27 | 18 | 10 | 8 | 9 |
| Тема 4. Анализ производства и реализации продукции | 6 | 4 | 2 | 2 | 2 |
| Тема 5. Анализ товарооборота | 15 | 10 | 4 | 6 | 5 |
| Тема 6. Анализ трудовых ресурсов организации | 6 | 4 | 2 | 2 | 2 |
| Тема 7. Анализ издержек обращения | 9 | 6 | 2 | 4 | 3 |
| Тема 8. Анализ доходов и финансовых результатов | 15 | 10 | 4 | 6 | 5 |
| **Раздел 3 ПМ. Проведение маркетинговых исследований** | **297** | **198** | **102** | **96** | **99** |
| МДК 02. 03. Маркетинг | 297 | 98 | 102 | 96 | 99 |
| Введение. Предмет, цели и задачи МДК | 3 | 2 | 2 | - | 1 |
| Тема 1.1. Концепция развития рыночных отношений. Структура маркетинговой деятельности | 6 | 4 | 4 |  | 2 |
| Тема 1.2. Классификация маркетинга | 3 | 2 | 2 |  | 1 |
| Тема 1.3. Сегментирование рынка | 6 | 4 | 2 | 2 | 2 |
| **Итого по главе 1 Методологические основы маркетинга** | **18** | **12** | **10** | **2** | **6** |
| Тема 2.1. Объекты маркетинговой деятельности | 9 | 6 | 2 | 4 | 3 |
| Тема 2.2. Субъекты маркетинговой деятельности | 9 | 6 | 2 | 4 | 3 |
| Тема 2.3. Окружающая среда маркетинга | 12 | 8 | 4 | 4 | 4 |
| Тема 2.4. Конкурентная среда | 9 | 6 | 2 | 4 | 3 |
| Тема 2.5. Средства маркетинга | 12 | 8 | 4 | 4 | 4 |
| Тема 2.6. Средства распространения товаров | 9 | 6 | 2 | 4 | 3 |
| Тема 2.7. Ценовая политика | 12 | 8 | 4 | 4 | 4 |
| Тема 2.8. Стратегия и планирование маркетинга | 9 | 6 | 2 | 4 | 3 |
| **Итого по главе 2 Практический маркетинг** | **81** | **54** | **22** | **32** | **27** |
| **Всего по главам 1 и 2** | **99** | **66** | **32** | **34** | **33** |
| Глава 3. Маркетинговые коммуникации |  |  |  |  |  |
| Тема 3.1. Классификация маркетинговых коммуникаций | 15 | 10 | 6 | 4 | 5 |
| Тема 3.2. Сущность и структура рекламной деятельности | 6 | 4 | 4 |  | 2 |
| Тема 3.3. История развития рекламы | 6 | 4 | 2 | 2 | 2 |
| Тема 3.4. Виды и средства рекламы | 30 | 20 | 8 | 12 | 10 |
| Тема 3.5. Правовая база рекламной деятельности | 12 | 8 | 4 | 4 | 4 |
| Тема 3.6. Рекламная кампания | 18 | 12 | 4 | 8 | 6 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Тема 3.7. Эффективность рекламной деятельности | 12 | 8 | 4 | 4 | 4 |
| **Итого по главе 3 Маркетинговые коммуникации** | **99** | **66** | **30** | **36** | **33** |
| Глава 4. Методологические основы маркетинговых исследований |  |  |  |  |  |
| Тема 4.1. Процесс маркетинговых исследований | 15 | 10 | 4 | 6 | 5 |
| Тема 4.2. Маркетинговая информация | 12 | 8 | 4 | 4 | 4 |
| Тема 4.3. Методы маркетинга | 15 | 10 | 4 | 6 | 5 |
| Тема 4.4. Принятие маркетинговых решений | 12 | 8 | 4 | 4 | 4 |
| Тема 4.5. Маркетинговые исследования потребителей | 9 | 6 | 2 | 4 | 3 |
| Тема 4.6. Маркетинговое исследование и анализ внешней и внутренней среды предприятия | 6 | 4 | 2 | 2 | 2 |
| **Итого по главе 4** **Методологические основы маркетинговых исследований** | **69** | **46** | **20** | **26** | **23** |
| Курсовая работа | **30** | **20** | **200** |  | **10** |
| Учебная практика | **72** |  |  |  |  |
| Производственная практика | **36** |  |  |  |  |

**3.3. Содержание обучения по профессиональному модулю ПМ 02**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование разделов  профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем | Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работа (проект) | | Объем часов | Уро- вень освое  ния |
| 1 | 2 | | 3 | 4 |
| Раздел 1 ПМ. Про-  ведение финансовых и налоговых расчетов |  | | 96 |  |
| МДК 02. 01. Финансы, налоги и налогообложение | | | 96 |  |
| Введение | Содержание | | **3** |  |
| Цели, задачи, предмет и структура раздела МДК. Междисциплинарные связи учебной дисциплины. Взаимосвязь финансов, налогов и налогообложения, их роль в финансово- хозяйственной деятельности организаций. | | 2 |  |
| Самостоятельная работа к теме  1. Определение основных понятий: финансы и финансовая система.  2. Рассмотрение экономической сущности финансов.  3. Характеристика финансовых отношений, назначение и функций финансов в общественном воспроизводстве. | | 1 |  |
| Глава 1. Финансы и кредит | | | **39** |  |
| Тема 1.1. Финансирование и денежно-кредитная политика | Содержание | | **3** | 1 |
| 1.1.1  . | Финансовая политика Сущность финансов в экономике. Деньги и денежное хозяйство страны.  Функции и роль финансов.  Основные понятия: финансы и финансовая система.  Экономическая сущность финансов в условиях рыночных отношений. Финансовые отношения: понятие, их характеристика. Назначение и функции финансов в общественном воспроизводстве. Финансовая политика государства в современных условиях: понятие, цели и задачи, основные направления. Совершенствование финансовой системы в условиях рыночных отношений. | 2 |
| Самостоятельная работа к теме 1.1. | | 1 |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 1. Определение основных понятий: финансы и финансовая система.  2. Рассмотрение экономической сущности финансов.  3. Характеристика финансовых отношений, назначение и функций финансов в общественном воспроизводстве.  4. Рассмотрение целей, задачи основных направлений финансовой политики государства.  5. Определение путей совершенствования финансовой системы. | | |  |  |
| Тема 1.2. Управление  Финансами | Содержание | | | **3** | 1 |
| 1.2.1. | Управление финансами: общее понятие, назначение. Органы управления, их функции. Финансовое  планирование и прогнозирование в условиях рыночной экономики: понятие, назначение, краткая характеристика. Представление о финансовом плане организации и его содержании. Финансовый контроль: понятие, объекты, назначение, виды, органы, их функции. Составление финансовых документов. Составление финансовых отчетов | | 2 |
| Самостоятельная работа по теме 1.2.1.  1. Определение термина «управление финансами» с указанием их назначения.  2. Изучение органов управления финансами и их функций.  3. Рассмотрение понятия и назначения финансового планирования и прогнозирования и их кратких характеристик.  4. Разбор содержания финансового плана организации, в которой Вы проходили практику.  5. Изучение понятия, назначения, объектов, видов финансового контроля. | | | 1 |
|  |  |
| Тема 1.3. Финансы  государства и их использование | Содержание | | | **6** |  |
| 1.3.1. | | Финансы государства: понятие, назначение, структура, их роль в экономическом и социальном развитии Российской Федерации. Бюджетная система Российской Федерации: понятие, назначение, принципы ее построения и функционирования. Федеральный бюджет Российской Федерации, его значение, состав и структура. Состав и структура доходов и расходов государственного федерального бюджета. Бюджетный дефицит, его сущность и экономические последствия.  Внебюджетные фонды (Пенсионный фонд, Фонд государственного социального страхования, Фонд обязательного медицинского страхования), их сущность и назначение. Источники формирования и направления расходования внебюджетных фондов в Российской Федерации. | 2 |
| Практические занятия | | | 2 |  |
| 1.3.1.1. | | Расчет отчислений во внебюджетные фонды. |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Самостоятельная работа по теме 1.3.1.  1. Определение понятия, назначения и структуры финансов государства.  2. Рассмотрение бюджетной системы России, её назначение, состав и структуры федерального бюджета Российской Федерации.  3. Определение состава и структуры доходов и расходов государственного федерального бюджета.  4. Изучение сущности и назначение внебюджетных фондов, источников их формирования и направления расходования. | | 2 |  |
| Тема 1.4. Финансы  предприятий и их использование | Содержание | | **9** | 2 |
| 1.4.1. | Финансы предприятий, их назначение, структура и особенности формирования в предприятиях  разных организационно-правовых форм. Финансовые ресурсы предприятий: понятие, назначение, их характеристика. Источники формирования финансовых ресурсов. Собственные и заемные средства (капитал).  Основные и оборотные средства предприятий: понятие, классификация, структура и источники формирования. Нематериальные активы: понятие, сущность и порядок формирования. Показатели эффективности использования основных и оборотных средств предприятия.  Методика расчета потребности предприятия в оборотных средствах. | 2 |
| Практические занятия | | 4 |  |
| 1.4.1.1. | Расчет потребности в оборотных средствах. Расчет показателей эффективности использования основных и оборотных средств предприятия. |
| Самостоятельная работа по теме 1.4.1.  1. Изучение назначения и структуры финансов предприятия.  2. Рассмотрение особенности формирования финансов в предприятиях разных организационно-правовых форм.  3. Определение понятия финансовых ресурсов с указанием их назначения и характеристики.  4. Рассмотрение источников формирования финансовых ресурсов, собственных и заемных средств. | | 3 |
| Тема 1.5. Денежное  обращение | Содержание | | **6** | 1 |
| 1.5.1. | Деньги: понятие, происхождение, сущность и виды. Функции и роль денег в условиях рыночных  отношений.  Денежная система Российской Федерации: понятие, назначение, построение, характеристика. Денежная масса, ее роль в денежно-кредитной политике государства. Скорость денежного обращения. Факторы, воздействующие на скорость денежного обращения. Системы наличного и безналичного денежного обращения в Российской Федерации и условия их функционирования. | 2 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Практическое занятие | | | 2 |  |
| 1.5.1.1 | Расчет количества денег в обращении. Расчет денежных агрегатов. | |
| Самостоятельная работа 1.5.1.  1. Определение понятия, происхождения и сущности денег.  2. Изучение видов денег, их функций и роли.  3. Рассмотрение понятия, назначения и построения денежной системы России.  4. Разбор роли денег в денежно-кредитной политике государства.  5. Рассмотрение скорости денежного обращения и влияющих на нее факторов.  6. Изучение системы наличного и безналичного денежного обращения и условия его функционирования. | | | 2 |
| Тема 1.6. Кредит и  кредитная система | Содержание | | | **3** | 2 |
| 1.6.1. | | Сущность, необходимость и роль кредита. Классификация кредитов: банковский, государственный, товарно-коммерческий, потребительский, ипотечный, международный, их характеристика. Принципы кредитования предприятий различных организационно-правовых форм собственности.  Кредитный договор: понятие, назначение, его содержание и порядок заключения. Порядок получения и погашения кредитов. Условия прекращения действия кредитного договора.  Расчет потребности в кредите и суммы процентов с него. Составление кредитного договора. | 2 |
| Самостоятельная работа по теме 1.6.1.  1. Рассмотрение сущности, необходимости и роли кредита.  2. Разработка схемы классификации кредитов.  3. Изучение принципов кредитования предприятий.  4. Определение понятия и назначения кредитного договора, его содержания и порядка заключения.  5. Изучение порядка заключения, получения и погашения кредитов.  6. Скачивание на сайте какого-либо банка кредитного договора, анализ и заполнение его от своего имени или от торговой организации.  7. Выяснение условия прекращения действия кредитного договора. | | | 1 |
| Тема 1.7. Банки и | Содержание | | | **3** | 1 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| банковская система | 1.7.1. | Банковская система Российской Федерации: понятие, назначение, принципы ее организации.  Классификация банков. Центральный банк Российской Федерации, его роль, задачи и функции. Система коммерческих банков, их функции и услуги.  Новые функции банков: лизинг, факторинг, организация обращения ценных бумаг, их развитие. Взаимоотношения предприятий с банками. Расчеты лизинговых платежей. | 2 |  |
| Самостоятельная работа по теме 1.7.  1. Определение понятия и назначения банковской системы России. Выявление принципов её организации.  2. Разработка схемы «Классификация банков».  3. Выявление роли, задач и функции Центрального банка России.  4. Рассмотрение системы коммерческих банков, их функции и услуг.  5. Изучение новых функции банков | | 1 |
| Тема 1.8. Рынок цен-  ных бумаг | Содержание | | **3** |  |
| 1.8.1. | Ценные бумаги: понятие, виды (акции, облигации, государственные долговые обязательства,  сертификаты, векселя и др.). Назначение, характеристика, правила выпуска и обращения. Эмитенты и инвесторы: понятие, функции. Порядок приобретения и продажи юридическими и физическими лицами акций эмитента. Методика расчета курса акций, дивидендов по акциям и процентов по облигациям. Расчет курса акций, дивидендов по акциям, процентов по облигациям и эффективности их применения | 2 | 2 |
| Самостоятельная работа по теме 1.8.1.  1. Определение понятия, назначения ценных бумаг с указанием их видов.  2. Охарактеризуйте назначение, правила выпуска и обращение ценных бумаг разных видов.  3. Дайте понятие терминов эмитента и инвестора. Чем они отличаются друг от друга и каковы их функции?  4. Укажите порядок приобретения и продажи юридическими и физическими лицами акций эмитента.  5. Рассчитайте курсы акций, дивидендов по акциям, процентов по облигациям | | 1 |  |
| Глава 2. Налоги и налогообложение | | | **56** |  |
| Тема 2.1. Основы и | Содержание | | **3** |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| методология налогообложения | 2.1.1. | Налоги и сборы: понятие, назначение в соответствии с Налоговым кодексом Российской Федерации. Экономическая сущность налогов и сборов, их объективная необходимость. Функции налогов, их взаимосвязь. Принципы налогообложения.  Субъекты налоговых отношений. Плательщики налогов и сборов, налоговые агенты, их права, обязанность и ответственность. Налоговые органы, их задачи, структура, функции, права, обязанность и ответственность. Таможенные органы, их полномочия и ответственность в области таможенных платежей.  Способы обеспечения исполнения обязанностей по уплате налогов и сборов. Налоговая декларация как форма налоговой отчетности. Взыскание налога, сбора, пени. | 2 | 1 |
| Самостоятельная работа по теме 2.1:  1. Изучение определения понятий «налоги и сборы» с указанием их назначения.  2. Рассмотрение экономической сущности налогов и сборов, их функции.  3. Разбор принципов налогообложения.  4. Изучение законодательства о налогах и сборах.  5 Определение субъектов налоговых отношений с описанием их краткой характеристики.  6. Изучение задач, структуры, функций, прав, обязанностей и ответственности налоговых органов.  7. Рассмотрение полномочий и ответственности налоговых органов.  8. Изучение условия возникновения налогового законодательства.  9. Описание элементов налогообложения.  10. Рассмотрение способов обеспечения исполнения обязанностей по уплате налогов и сборов.  11. Рассмотрение налоговой декларации и формы ее заполнения.  12. Изучение порядка взыскания налога, сбора, пени. | | 1 |  |
| Тема 2.2. Налоговый  контроль и отвественность за налоговые правонарушения | Содержание | | **3** | 1 |
| 2.2.1. | Налоговый контроль в системе налогового администрирования: понятие, назначение. Формы и методы налогового контроля. Налоговые проверки как основная форма налогового контроля. Виды налоговых проверок, их цели, методы и порядок проведения.  Налоговые правонарушения и ответственность за их совершение. Виды налоговых правонарушений. Штрафные санкции и порядок их взыскания. | 2 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Самостоятельная работа по теме 2.2.  1. Определение понятия и назначения налогового контроля.  2. Рассмотрение форм и методов налогового контроля.  3. Изучение видов налоговых проверок, их целей, методов и порядка проведения.  4. Выявление видов налоговых правонарушений и ответственность за их совершение. | | 1 |  |
| Тема 2.3. Налоговая  Система Российской  Федерации | Содержание | | **3** | 2 |
| 2.3.1 | Налоговая система: понятие. Общий режим налогообложения. Классификация налогов. Трех-  уровневая система налогов и сборов. Федеральные налоги и сборы. Региональные и местные налоги.  Косвенные и прямые налоги. Общие и целевые налоги. Налоги с юридических и физических лиц. Специальные налоговые режимы, их сущность и виды. Основные направления реформирования налоговой системы России. | 2 |  |
| Самостоятельная работа по теме 2.3.  1. Определение понятия налоговая система и общего режима налогообложения.  2. Разработка схемы классификации налогов.  3. Рассмотрение трехуровневой системы налогов.  4. Описание характеристики косвенных и прямых, общих и целевых налогов, а также налогов с юридических и физических лиц.  5. Изучение основных направлений налоговой политики Российской Федерации. | | 1 |  |
| Тема 2.4. Косвенные  налоги и таможенные пошлины | Содержание | | **9** | 2 |
| 2.4.1. | Налог на добавленную стоимость, его место и роль в налоговой системе Российской Федерации.  Плательщики НДС. Порядок освобождения от уплаты налога. Объект налогообложения. Налоговая база и порядок ее определения. Момент определения налоговой базы. Налоговый период и налоговое ставки. Порядок исчисления налога. Налоговые вычеты, условия и порядок их применения. Счета- фактуры и требования по их оформлению. Определение сумм налога, под- лежащих уплате. Порядок и сроки уплаты.  Акцизы: понятие, назначение. Плательщики акцизов. Состав подакцизных товаров. Объект налогообложения. Налоговая база, порядок ее определения. Налоговый период. Налоговые ставки, их виды, порядок применения. Порядок исчисления налога. Налоговые вычеты, порядок их применения. Сумма акциза, подлежащая уплате. Порядок и сроки уплаты акцизов. Налоговая декларация.  Таможенные пошлины: понятие, назначение. Виды таможенных пошлин. Объект обложения таможенными пошлинами. База для исчисления таможенных пошлин. Ставки таможенных  пошлин, их виды. Тарифные льготы и преференции. Порядок исчисления таможенной пошлины. | 2 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Порядок и сроки уплаты таможенной пошлины |  |  |
| Практические занятия | | 4 |  |
| 2.4.1.1. | Решение задач: по определению НДС, акцизов и таможенной пошлины.  Тестовые задания по основным вопросам темы. |
| Самостоятельная работа пор теме 2.4.  1. Рассмотрение сущности, места и роли в налоговой системе РФ налога на добавленную стоимость (НДС).  2. Описание характеристик объектов и субъектов налогообложения с указанием порядка освобождения от уплаты налога.  3. Изучение налоговой базы и порядка ее определения.  4. Изучение, что такое налоговый период и ставки, каков порядок исчисления налога.  5. Рассмотрение структуру счета-фактуры и требования по их оформлению. Заполнение счет-фактуры.  6. Изучение порядка определения сумм налога, подлежащих оплате; порядка и сроков уплаты.  7. Определение понятия и назначения акциза с указанием состава подакцизных товаров и объектов налогообложения, налогового периода, налоговых ставок.  8. Выявление порядка исчисления акциза.  9. Определение налоговых вычетов и порядка их применения, суммы акциза, подлежащих уплате, порядка и сроков уплаты акцизов.  10. Рассмотрение понятия, назначения, видов таможенных пошлин, базы для их исчисления.  11. Выявление порядка исчисления таможенной пошлины, порядка, форм и сроков уплаты таможенной пошлины. | | 3 |
| Тема 2.5. Налог на  прибыль организации | Содержание | | **9** | 2 |
| 2.5.1. | Налог на прибыль организаций: сущность и его роль в условиях рыночной экономики.  Плательщики налога. Объект налогообложения. Доходы и их классификация. Состав доходов. Порядок определения отдельных видов доходов. Расходы для целей налогообложения прибыли и критерии их признания. Классификация расходов. Состав расходов. Порядок определения отдельных видов расходов.  Порядок признания (определения) доходов и расходов при методе начисления и кассовом методе. Налоговая база, порядок ее определения. Налоговый учет как система обобщения информации для определения налоговой базы. Аналитические регистры налогового учета.  Налоговые ставки и порядок их применения. Налоговый и отчетный периоды. Порядок исчисления авансовых платежей и налога, порядок и сроки их уплаты. Особенности исчисления и уплаты налога организациями, имеющих обособленные подразделения. Налоговая декларация | 2 |
| Практические занятия | | 4 |  |
| 2.5.1.1. | Решение задач по определению отдельных видов расходов, расчету авансовых платежей и налога  по итогам налогового периода. |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Тестовые задания по основным вопросам темы. |  |  |
| Самостоятельная работа по теме 2.5.  1. Определение сущности и роли налога на прибыль.  2. Изучение плательщиков налога на прибыль и объектов его налогообложения.  3. Рассмотрение состава доходов и порядка определения отдельных их видов.  4. Выявление критерии признания расходов для налогообложения прибыли.  5. Разработка схемы классификации расходов с указанием состава расходов и порядка их определения.  6. Изучение порядка признания доходов и расходов при методе начисления и кассовом методе.  7. Определение налоговой базы налога на прибыль и порядка её исчисления.  8. Рассмотрение порядка применения налоговых ставок, налогового и отчетного периода.  9. Изучение порядка исчисления авансовых платежей и налога, порядка и сроков их уплаты.  10. Выявление особенностей исчисления и уплаты налога организациями с обособленными подразделениями. | | 3 |
| Тема 2.6. Налог на  доходы физических лиц | Содержание | | **9** | 2 |
| 2.6.1. | Плательщики налога на доходы физических лиц. Объект налогообложения. Состав доходов.  Доходы, не подлежащие налогообложению.  Налоговая база, порядок ее определения. Налоговый период. Ставки налога, их дифференциация и порядок применения.  Система налоговых вычетов. Стандартные, социальные, имущественные и профессиональные налоговые вычеты, налоговые вычеты при переносе на будущие периоды убытков от операций с ценными бумагами и операциями с финансовыми инструментами срочных сделок, их размер и порядок предоставления.  Порядок исчисления налога, порядок и сроки уплаты налога. | 2 |
| Практические занятия | | 4 |  |
| 2.6.1.1. | Решение задач по определению налога с учетом налоговых вычетов и материальной выгоды.  Тестовые задания по основным вопросам темы. |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Самостоятельная работа по теме 2.6.1.  1. Определение плательщиков налога на доходы физических лиц и объектов налогообложения.  2. Рассмотрение состава доходов, в том числе не подлежащих налогообложению.  3. Изучение налоговой базы и порядка её определения, налогового периода.  4. Определение порядка применения ставок налога на доходы физических лиц.  5. Изучение системы налоговых вычетов, их структуры.  6. Выявление порядка исчисления налога, порядка сроков его уплаты.  7. Расчет налога на доходы физических лиц, если зарплата работника равна 20 тыс. руб. в месяц. Кроме того, им получена премия в размере 5 тыс. руб. | | 3 |  |
| Тема 2.7. Налог на  имущество организа- ции и транспортный налог | Содержание | | **6** |  |
| 2.7.1. | Налог на имущество организаций и его роль в системе имущественного налогообложения. По-  рядок установления и введения налога в действие. Налогоплательщики и объект налогообложе- ния. Налоговые льготы. Налоговая база и порядок ее определения. Налоговый и отчетный пери- оды. Налоговая ставка.  Порядок исчисления сумм авансовых платежей и сумм налога, порядок и сроки их уплаты. Налоговые расчеты и налоговая декларация.  Транспортный налог, порядок его установления и введения в действие. Налогоплательщики и объект налогообложения. Транспортные средства, не являющиеся объектом налогообложения. Налоговая база. Налоговый период. Отчетные периоды для налогоплательщиков-организаций. Налоговые ставки.  Порядок исчисления налога. Порядок исчисления авансовых платежей организациями. Порядок и сроки уплаты авансовых платежей и налога. Налоговые расчеты и налоговая декларация. | 2 |
| Практические занятия | | 2 |  |
| 2.7.1.1. | Решение задач по определению авансовых платежей и суммы налога по итогам налогового периода. Тестовые задания по основным вопросам темы. |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Самостоятельная работа по теме 2.7.1.  1. Определение сущности и роли налога на имущество организации.  2. Выявление порядка установления и введение в действие налога, его налогоплательщиков и объектов налогообложения.  3. Рассмотрение налоговых льгот, налоговой базы и порядка ее определения.  4. Изучение налогового и отчетного периодов, налоговой ставки.  5. Изучение порядка исчисления суммы авансовых платежей и сумм налога, порядка и сроков их уплаты.  6. Расчет налога на имущество организации, если его стоимость составляет 10 млн. руб. Заполнение налоговой декларации. | | 2 |  |
| Тема 2.8. Специальные налоговые режимы | Содержание | | **15** | 2 |
| 2.8.1 | Упрощенная система налогообложения (УСН). Сущность системы и налогоплательщики. Условия и порядок перехода на УСН. Условия прекращения УСН. Налоги, не уплачиваемые при применении УСН. Объекты налогообложения. Налоговая база и налоговый учет. Минимальный налог за налоговый и отчетные периоды. Налоговые ставки. Порядок исчисления авансовых платежей и суммы единого налога при различных объектах налогообложения. Порядок уплаты налога. Налоговая декларация.  Особенности применения УСН на основе патента.  Система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход (ЕНВД).  Сущность системы и налогоплательщики единого налога. Виды предпринимательской деятель- ности, переводимые на уплату ЕНВД. Налоги, не уплачиваемые при применении ЕНВД. Объект налогообложения и налоговая база. Налоговый период. Ставка налога. Порядок исчисления и уплаты налога. Налоговая декларация. | 4 |
| Практические занятия | | 6 |  |
| 2.8.1.1 | Решение задач по определению единого налога при применении УСН, ЕНВД. Тестовые задания по  основным вопросам темы. |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Самостоятельная работа по теме 2.8.1  1. Изучение сущности упрощенной системы налогообложения с указанием субъектов - налогоплательщиков этой системы.  2. Рассмотрение условий и порядка перехода на УСН, условий её прекращения.  3. Определение налогов, не уплачиваемых при применении УСН.  4. Разбор объектов налогообложения по упрощенной системе, их налоговой базы и налоговый учет, налоговые ставки.  5. Определение порядка исчисления авансовых платежей и суммы единого налога при различных объектах налогообложения, а также порядка уплаты налога.  6. Составление налоговой декларации.  7. Изучение особенности применения УСН на основе патента.  8. Рассмотрение системы налогообложения в виде единого налога на вмененный доход, её сущности и налогоплательщиков.  9. Изучение видов предпринимательской деятельности, переводимые на уплату ЕНВД, а также налоги, не уплачиваемые при применении ЕНВД.  10. Рассмотрение объектов налогообложения, налоговой базы, налогового периода и ставки единого налога.  11. Укажите порядок исчисления и уплаты единого налога. Составьте налоговую декларацию на единый налог. | | 5 |  |
| **Раздел 2 ПМ**  **ПРОВЕДЕНИЕ АНАЛИЗА ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ** |  | | 132 |  |
| МДК 02.02 Анализ  финансово-хозяйственной  деятельности |  | | **132** |  |
| Тема 1. Предмет, содержание и задачи экономического анализа | Содержание | | 2 | 1 |
| 1 | Цели, задачи и предмет, связь с другими МДК и дисциплинами, с теорией и практикой рыночной  экономики. Основные понятия: финансово-хозяйственная деятельность, анализ финансово-хозяйственной деятельности |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Предмет, задачи, объект и содержание экономического анализа. Анализ как способ развития экономического мышления. Роль экономического анализа в оценке, диагностике и прогнозировании стратегии развития предприятия.  Повышение роли анализа в условиях рыночной экономики. Принципы экономического анализа: государственности, научности, объективности, системности и комплексности, оперативности, массовости, эффективности. |  |  |
| Самостоятельная работа  1. Разбор принципов экономического анализа | | 1 |  |
| Тема 2. Организация  аналитической работы на предприятии | Содержание | | 8 | 1 |
| 1 | Метод экономического анализа, его теоретические основы. Информационное обеспечение анализа.  Система информации и ее источники.  Классификация видов экономического анализа в зависимости от следующих признаков: функций управления (внутренний и внешний), времени проведения (перспективный, ретроспективный, оперативный), характера объектов управления, субъектов (пользователей анализа), периодичности, содержания и полноты (охвату) изучаемых объектов, методов изучения объектов, степени механизации и автоматизации вычислительных работ. |  |
| 2 | Приемы и способы экономического анализа на различных этапах исследования при: первичной обработке информации, изучении состояния и закономерностей развития исследуемых объектов, проведении факторного анализа и выявлении резервов роста эффективности деятельности.  Система показателей, используемых в экономическом анализе: количественные и качественные; абсолютные и относительные; обобщающие, частные и вспомогательные: факторные и результативные;  плановые, нормативные, учетные, отчетные, аналитические.  Общеэкономические приемы: сравнение, графический, балансовой увязки, цепных подстановок, арифметических разниц, графический метод, балансовой взаимосвязи, табличный метод и др. |  |  |
| 3 | Статистические приемы: метод группировок, средние величины, абсолютные и относительные величины, индексный метод, анализ рядов динамики.  Экономико-математические приемы: матричные, методы анализа, корреляция, регрессия, |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | | математическое моделирование, сетевые графики, математическое программирование, теория игр, теория  массового обслуживания. | |  | |  | |
| 4 | | Планирование и организация аналитической работы. План аналитической работы. Виды планов:  комплексный, тематический. Основные этапы аналитической работы. Аналитическая обработка информации. Обобщение и оформление результатов анализа. Составление пояснительных аналитических записок, принятие решений, контроль за их выполнением | |  | |  | |
| Практические занятия | | | | 2 | |  | |
| 2.4.1 | | Факторный анализ методами цепных подстановок и абсолютных разниц. | |
| Самостоятельная работа  1. Изучение теоретических основ метода экономического анализа, его информационного обеспечения  2. Выяснение источников информации и системы информации  3 Рассмотрение приемов и способов экономического анализа на разных этапах исследования  4. Рассмотрение планирования и организации аналитической работы, видов планов  5. Выявление и характеристика основных этапов аналитической работы | | | | 5 | |  | |
| Тема 3. Анализ финансового  состояния  предприятия | Содержание | | | | 12 | | 2 | |
| 1 | | Задачи, основные направления и информационное обеспечение анализа финансового состояния  предприятия. Финансовая отчетность как основной источник информации для оценки финансового состояния | |  | |
| 2 | | Анализ имущественного состояния предприятия. Анализ изменений в составе и структуре активов и  пассивов баланса | |  | |
| 3 | | Оценка состояния дебиторской и кредиторской задолженности | |  | |
| 4 | | Оценка платежеспособности предприятия. Ликвидность баланса предприятия. Расчет коэффициентов  ликвидности, их анализ в динамике и в сравнении с рекомендуемыми нормативами | |  | |
| 5 | | Оценка финансовой устойчивости. Расчет системы коэффициентов финансовой устойчивости. Анализ финансовых предпосылок несостоятельности (банкротства) предприятия | |  | |
| 6 | | Анализ показателей эффективности использования основного капитала, его движения и состояния.  Анализ оборачиваемости оборотных активов, деловой и рыночной активности предприятия. Показатели рентабельности продаж, капитала, их значение, расчет и анализ | |  | |
| Практические занятия | | | | 8 | |  | |
| 1 | | Расчет и анализ коэффициентов ликвидности и финансовой устойчивости  Анализ оборачиваемости оборотных активов и коэффициентов рентабельности капитала | |
|  | Самостоятельная работа  1. Выяснение, какую необходимую для анализа информацию можно получить из финансовой отчетности.  2. Рассмотрение анализа имущественного состояния предприятий и изменения в составе и структуре активов и пассивов баланса.  3. Выявление показателей для оценки состояния дебиторской и кредиторской задолженности организации.  4. Изучение оценки платежеспособности организации и ликвидности её баланса.  5. Расчет коэффициентов ликвидности и анализ их в динамике, сравнение с рекомендуемыми нормативами.  6. Расчет коэффициентов финансовой устойчивости и оценка финансовой устойчивости организации.  7. Анализ финансовых предпосылок несостоятельности (банкротства) организации.  8. Анализ эффективности использования основного капитала, его движения и состояния.  9. Анализ, оборачиваемости оборотных активов, рыночной активности организации.  10. Расчет и анализ показателей рентабельности продаж и капитала. Выявление их значения. | | | 10 | |  | |
| Тема 4. Анализ производства и реализации продукции | Содержание | | | 2 | | 2 | |
| 1 | Показатели организационно-технического уровня, их влияния на финансово-хозяйственную деятельность. Задачи, информационное обеспечение и методика анализа производства и реализации продукции Анализ объема и структура выпуска продукции: выполнения плана, динамики объема производства и реализации продукции, выполнения производственной программы по ассортименту, технического уровня качества продукции. Анализ факторов и резервов увеличения реализации продукции. | |
| Практические занятия | | | 2 | |  | |
| 1 | Анализ объема и структура выпуска продукции: выполнения плана, динамики объема производства  и реализации продукции, выполнения производственной программы по ассортименту, технического уровня качества продукции. | |
| Самостоятельная работа:  1. Изучение показателей организационно-технического уровня, их влияние на финансово- хозяйственную деятельность.  2. Рассмотрение задач, информационное обеспечение и методику анализа производства и реализации продукции.  3. Анализ динамики объема производства и реализации продукции, выполнения производственной программы. Факторы и резервы производства и увеличения объемов реализации продукции . | | | 2 | |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Тема 5. Анализ товарооборота | Содержание | | 4 | 2 |
| 1 | Значение, задачи и информационное обеспечение анализа розничного товарооборота. Методика  анализа динамики и структуры ассортимента товарооборота. Особенности анализа оптового товарооборота. |
| 2 | Факторный анализ товарооборота: понятие, назначение, показатели (численности персонала, производительности труда, товарного обеспечения). Анализ состояния товарных запасов и их оборачиваемости, влияние товарооборачиваемости на финансовое состояние. Методика оценки товарного обеспечения. Прогнозный анализ товарооборота. |  |
| Практические занятия | | 6 |  |
| 1 | Анализ динамики товарооборота, изменений структуры ассортимента. |
| 2 | Анализ товарных запасов и их оборачиваемости. |
| Самостоятельная работа:  1. Изучение значения, задач и информационного обеспечения анализа розничного товарооборота.  2. Разбор методик анализа динамики и структуры ассортимента товарооборота.  3. Рассмотрение особенности анализа оптового товарооборота.  4. Изучение факторного анализа товарооборота и его показателей.  5. Анализ состояния товарных запасов и их оборачиваемости. Выявление их влияния на финансовое состояние организации. | | 5 |
| Тема 6. Анализ трудовых ресурсов организации | Содержание | | 2 | 1 |
| 1 | Значение, задачи и информационное обеспечение анализа трудовых ресурсов. Анализ обеспеченности организации трудовыми ресурсами, профессионального и квалификационного использования рабочего времени. Анализ производительности труда. Анализ фонда оплаты труда. Установление соотношения темпов роста производительности труда и средней заработной платы. |
| Практические занятия | | 2 |  |
| 1 | Анализ производительности труда. Анализ фонда оплаты труда. |
| Самостоятельная работа  1. Изучение анализа обеспеченности организации трудовыми ресурсами, профессиональных и квалификационных использований рабочего времени.  2. Рассмотрение анализа производительности труда и фонда оплаты труда. Установление соотношение темпов роста производительности труда и средней заработной платы. | | 2 |
| Тема 7. Анализ издержек обращения | Содержание | | 2 | 2 |
| 1 | Значение, задачи и информационное обеспечение анализа издержек обращения. Изучение динамики  издержек в целом по статьям в соответствии с динамикой товарооборота. Выявление суммы относительной экономии или перерасхода издержек. Факторы, влияющие на издержки обращения, и оценка их влияния |  |
| Практические занятия | | 4 |  |
| 1 | Анализ динамики издержек обращения в целом и по статьям. Оценка эффективности затрат. |
| Самостоятельная работа:  1. Выявление значения, задач и информационного обеспечения анализа издержек производства.  2. Изучение и анализ динамики издержек в целом и по статьям.  3. Выявление суммы относительной экономии или перерасхода издержек. Изучение факторов, влияющих на издержки обращения. | | 3 |
| Тема 8. Анализ доходов и финансовых результатов | Содержание | | 2 | 6 |
| 1 | Значение, задачи и информационное обеспечение анализа доходов и прибыли. Анализ валового дохода, методика расчета и анализа влияния факторов на валовой доход. Анализ прибыли от реализации. Факторный анализ валового дохода и прибыли, его значение. Анализ использования балансовой прибыли. Выявление резервов увеличения прибыли и повышения эффективности ее использования. |
| Практические занятия | | 6 |  |
| 1 | Анализ валового дохода и прибыли. |
| Самостоятельная работа:  1. Выявление значения, задач и информационного обеспечения анализа доходов и прибыли.  2. Анализ валового дохода и прибыли.  3. Изучение методики расчета и анализа влияния факторов на валовой доход.  4. Выявление резерва увеличения прибыли и повышения эффективности её использования. | | 4 |
|  | Курсовая работа | | 20 |  |
|  | Самостоятельная работа:  Работа над курсовой работой | | 10 |  |
|  | **Промежуточная аттестация по МДК 02.02 (в форме дифференцированного зачета)** | | **2** |  |
|  | Самостоятельная работа  1 Подготовка к дифференцированному зачету | | 1 |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **РАЗДЕЛ 3 ПМ.**  **ПРОВЕДЕНИЕ МАРКЕТИНГО-**  **ВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ** |  | |  |  | |
| МДК 02. 03. Маркетинг |  | | 192 |  | |
| Введение.  Предмет, цели и задачи МДК | **Содержание учебного материала** | | 4 |  |
| 1 | **Введение. Предмет МДК. его цели и задачи. Понятие маркетинга.**  Понятия: маркетинг, рынок, конъюнктура рынка. Предмет МДК. его цели и задачи. Структурно-логическая схема МДК.  Межпредметные связи с другими дисциплинами и МДК. Значение МДК в подготовке специалистов:коммерсантов, менеджеров по продажам. |  | 1 |
| 2 | **Состояние и прогнозы развития потребительского рынка России.** Состояние и поддержание конкурентной среды, состояние источников наполнения рынка товарами. Насыщенность рынка потребительскими товарами и услугами. Необходимость систематического анализа конъюнктуры рынка. | 2 | 1 |
| **Самостоятельная работа**  1 Составление схемы межпредметных связей с другими дисциплинами.  2 Поиск информации в СМИ, интернет ресурсах о состоянии потребительского рынка России и перспектив его развития. | | 2 |  |
| **Глава 1 Методологические основы менеджмента** | | | **18** |  |
| Тема1.1 Концепция  развития рыночных отношений. Структура маркетинговой деятельности | **Содержание учебного материала** | | 4 |  |
| 1 | **Основные концепции развития рыночных отношений.**  Маркетинговая классификация рынков: рынок покупателя и рынок продавца.  Домаркетинговые концепции: совершенствование производства, совершенствование товара, интенсификация коммерческих усилий. Маркетинговые концепции: классический маркетинг, социальный (социально-этичный маркетинг), маркетинг отношений. Сущность и характерные признаки этих концепций. Социально-этичный маркетинг: понятие, отличие от маркетинга. | 1 |
| 2 | **Структура маркетинговой деятельности**  Классический комплекс маркетинга. Ключевые элементы: товар, цена, распространение (сбыт), стимулирование (продвижение товара): понятие, назначение.  Структура маркетинговой деятельности: цели и задачи, функции, принципы, классификация, объекты, субъекты, окружающая среда, средства, методы, стратегия и тактика, исследование, организация и управление (краткий перечень структурных элементов).  Цели и задачи маркетинга. Функции и принципы маркетинга. |  | 1 |
| **Самостоятельная работа:**  1. Изучение основных концепции рыночных отношений, их сущности и характерных признаков  2. Выявление общности и различия между концепциями:  - интенсификация коммерческих усилий и классическим маркетингом:  - классическим и социальным маркетингом.  3 Рассмотрение классического комплекса маркетинга и его ключевых элементов.  4. Составление схем структуры маркетинговой деятельности. | | 2 |  |
| Тема 1.2 Классификация маркетинга | **Содержание учебного материала** | | 2 |  |
| 1 | Классификационные признаки. Основные группы маркетинга по сфере применения: микромаркетинг, макромаркетинг, коммерческий, социальный, политический маркетинг; по приоритетности задач: функциональный, товарно-ориентированный, потребительско-ориентированный и интегрированный.  Группы маркетинга в зависимости от широты охвата рынка: массовый, сегментированный и множественный. Отличительные признаки | 1 |
| **Самостоятельная работа:**  1. Составление общей схемы классификации маркетинга по разным признакам. | | 1 |  |
| Тема 1.3 Сегментирование рынка |  | **Содержание учебного материала** | **4** |  |
| 1 | **Сегментирование рынка и его основные понятия.**  Назначение сегментирования. Признаки сегментирования потребительского рынка: географические, демографические, социально-экономические, психографические, поведенческие.  Критерии выбора сегмента рынка: количественные параметры, доступность сегмента для предприятия, существенность сегмента, прибыльность, совместимость с рынком основных конкурентов, эффективность работы на выбранный сегмент рынка, защищенность выбранного сегмента от конкуренции |  | 2 |
| 2 | **Анализ возможностей освоения сегмента рынка.**  Последовательность маркетинговых мероприятий при освоении рынка. Выбор стратегии охвата рынка: характеристика недифференцированного (массового), дифференцированного и концентрированного маркетинга, их преимущества и недостатки. Позиционирование товара: понятие, назначение, условия правильного позиционирования товара на рынке, альтернативные способы позиционирования товаров. |  | 1 |
| **Практическое занятие** | | 2 |  |
|  | Сегментирование рынка |
| **Самостоятельная работа:**  1 Выявление признаков сегментации потребительского рынка для конкретных товаров  2 Разбор критериев выбора сегмента рынка.  3 Сравнение стратегий охвата рынка по преимуществам и недостаткам. Выявление их существенных различий. | | 3 |  |
| **Глава 2 Практический маркетинг** | | | **75** |  |
| Тема 2.1 Объекты  маркетинговой деятельности | **Содержание учебного материала** | | **4** |  |
| 1 | **Потребности как объекты маркетинга.**  Уровни потребностей: запрос, спрос. Определение понятий. их общность и различия. Общая классификация потребностей. Классификация потребностей: физиологические, социальные. психические, интеллектуальные и духовные; приоритетность потребностей. Краткая характеристика отдельных видов потребностей. | 1 |
| 2 | **Виды спроса. Маркетинговые мероприятия при различных видах спроса.**  Краткая характеристика различных видов спроса.  Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный; стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, синхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий  Емкость рынка, доля рынка, контролируемая фирмой, насыщенность рынка – показатели конъюнктуры рынка. |  | 2 |
| **Практическое занятие** | | 2 |  |
|  | Выбор типа маркетинга при различных видах спроса |  |
| **Самостоятельная работа:**  1. Составление схемы общей классификации потребностей по разным признакам.  2. Рассмотрение характеристик видов потребностей по назначению. | | 2 |  |
| Тема 2.2 Субъекты маркетинговой деятельности | **Содержание учебного материала** | | 6 |  |
| 1 | **Классификация участников маркетинговой деятельности**  Две группы субъектов маркетинговой деятельности. Первая группа субъектов: юридические и физические лица, осуществляющие маркетинговую деятельность. Вторая группа субъектов: потребители, поставщики, конкуренты, СМИ, органы государственного, регионального управления и местного самоуправления. Необходимость контактов маркетологов с указанными субъектами. | 1 |
| 2 | **Организационная структура управления маркетингом.**  Виды организационных структур:функциональная, товарно-функциональная, рыночно- функциональная и др. Взаимосвязь отдела маркетинга с руководством, другими структурными подразделениями организации. . Службы и отделы маркетинга в организациях, специализированные маркетинговые организации (фирмы). Положение об отделе маркетинга. Требования к специалисту по маркетингу. Нормативные документы, регламентирующие указанные требования. |  | 1 |
| 3 | **Потребители как субъекты маркетинговой деятельности.**  Потребители: понятие, различие понятий в российских и международных нормативных документах. Классификация потребителей по различным признакам. Модели потребительского поведения. |  | 2 |
| **Практическое занятие** | | 2 |  |
|  | Построение модели покупательского поведения |  |
| **Самостоятельная работа:**  1. Рассмотрение классификации участников маркетинговой деятельности. Составление схемы этой классификации.  2. Изучение положения об отделе маркетинга и квалификационной характеристики маркетологов.  3. Рассмотрение организационной структуры управления маркетингом.  4. Выявление взаимосвязи отдела маркетинга с другими структурными подразделениями организации.  5. Составление схемы классификации потребителей по разным признакам.  6. Составление схемы модели потребительского поведения. | | 4 |  |
| Тема 2.3  Окружающая  среда маркетинга | **Содержание учебного материала** | | 4 |  |
| 1 | **Окружающая среда маркетинга.**  Понятие окружающей среды маркетинга. Ее виды. Факторы, формирующие окружающую среду.  Микросреда маркетинга: понятие. Субъекты и контролируемые факторы, формирующие микросреду организации. SWOT-анализ. | 2 |
| 2 | **Макросреда маркетинга.**  Понятие макросреды маркетинга.Субъекты и неконтролируемые факторы, формирующие макросреду организации. Разновидности макросреды: демографическая, социальная, экономическая, природная, конкурентная, правовая, научно-техническая, культурная. Краткая характеристика разных сред. Макросреда и конъюнктура рынка. |  | 2 |
| **Практическое занятие** | | 2 |  |
|  | Анализ окружающей среды торговой (или сбытовой, или маркетинговой) организации |  |
| **Самостоятельная работа:**  1. Изучение понятий: окружающая среда, макросреда, микросреда маркетинга.  2. Составление схемы факторов, формирующих окружающую среду.  3. Рассмотрение разновидностей микросреды маркетинга.  4. Рассмотрение разновидностей макросреды маркетинга.  5. Выявление связи между макросредой и конъюнктурой маркетинга | | 3 |  |
| Тема 2.4  Конкурентная среда | **Содержание учебного материала** | | 4 |  |
| 1 | **Конкуренция и конкурентная среда.**  Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров, конкурентные преимущества. Конкуренция: обоснование необходимости в рыночных условиях, виды, их характерные признаки. Конкурентная среда: характерные черты, условия возникновения, способы создания и поддержания. | 1 |
| 2 | **Конкурентоспособность организаций и товаров.**  Критерии оценки конкурентоспособности организаций и товаров,  их конкурентные преимущества, методы обеспечения. ФЗ «О защите конкуренции». Государственная поддержка малого предпринимательства. |  | 2 |
| **Практическое занятие** | | 2 |  |
| 1 | Оценка конкурентоспособности организации и установление её конкурентных преимуществ (решение ситуационных задач). |  |
| **Самостоятельная работа:**  1.Изучение терминов: «конкуренция конкурентоспособность организации и товаров, конкурентные преимущества».  2. Обоснование необходимости применения конкуренции в рыночных условиях.  3. Рассмотрение характерных признаков конкуренции разных видов.  4. Рассмотрение характерных признаков конкурентной среды, способов её создания и поддержания.  5. Изучение Федерального закона «О защите конкуренции».  6. Выявление критериев оценки конкурентоспособности организаций. | | 3 |  |
| Тема 2.5  Средства маркетинга | **Содержание учебного материала** | | 6 |  |
| 1 | **Средства маркетинга и их классификация.**  Средства удовлетворения потребностей; средства распределения; средства стимулирования.  Средства удовлетворения потребностей - товары, их роды и краткая характеристика. Маркетинговое понятие товара. Уровни товара. | 1 |
| 2 | **Товар и товарная марка как средства маркетинга.**  Составные элементы товара: собственно товар, упаковка, подкрепление: информационное, экономическое и организационное. Товарная марка. |  | 2 |
| 3 | **Рыночный жизненный цикл товаров (РЖЦТ).**  Понятие рыночного жизненного цикла товаров (РЖЦТ),  его основные этапы, их характерные признаки. Особенности маркетинговых решений на каждом этапе. Типы РЖЦТ. Разработка новых товаров (продукции и услуг) в организациях производителей (исполнителей услуг): обоснование необходимости, этапы. |  | 2 |
| **Практические занятия** | |  |  |
|  | Разработка товарной марки и упаковки для различных товаров. | 2 |  |
|  | Определение этапов жизненного цикла продукции и разработка маркетинговых мероприятий для данных этапов. | 2 |  |
| **Самостоятельная работа:**  1. Разработка схемы классификации средств маркетинга с подразделением на группы и подгруппы.  2. Изучение маркетингового определения понятия «товар» и родов товаров: продукция, услуги, работы, недвижимость, информация, деньги и ценные бумаги, организации.  3. Определение вида подкрепления (скидки на товар, маркировка, реклама и гарантийное обслуживание).  4. Рассмотрение понятия и этапов рыночного жизненного цикла товаров, их характерные признаки.  5 Разработка маркетинговых мероприятий, которые целесообразно применять на каждом этапе РЖЦТ  6 Изучение типов РЖЦТ и их характерных признаков. | | 5 |  |
| Тема 2.6  Средства распространения товаров | **Содержание учебного материала** | | 4 |  |
| 1 | **Сбыт и сбытовая политика.**  Основные понятия: сбыт, реализация и распределение товаров, сбытовая политика. Цели, задачи и основные направления сбытовой политики. Виды распределения. Средства распределения: каналы распределения: виды (прямые, косвенные, смешанные), ширина, функции, уровни, их возможности. Критерии выбора каналов сбыта. Системы сбыта. | 1 |
| 2 | **Торговые посредники.**  Виды и типы торговых посредников. Краткая характеристика посредников разных типов. Факторы, влияющие на выбор посредников. Анализ и оценка эффективности сбытовой политики. |  | 1 |
| **Самостоятельная работа:**  1 Рассмотрение целей, задач и основных направлений сбытовой политики. Обоснование выбора этих направлений.  2 Анализ торговых посредников и факторов, влияющих на их выбор. Анализ и оценка эффективности сбытовой политики организации (месте прохождения практики).  3 Изучение видов и уровней каналов распределения. Выявление места конкретной организации в канале распределения.  4 Выявление критериев выбора торговых посредников. | | 2 |  |
| Тема 2.7  Ценовая политика | **Содержание учебного материала** | | 4 |  |
| 1 | **Цены и ценовая политика в маркетинге.**  Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Цели, задачи и направления формирования цен. Назначение цен в маркетинге. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Факторы, влияющие на формирование цен. Информационное обеспечение политики ценообразования: источники информации, работа с ними. | 2 |
| 2 | **Стратегия ценообразования.**  Формулирование целей стратегии ценообразования, определение последовательности реализации целей. Особенности стратегии ценообразования на новые и известные товары. Виды цен, характерные для разных стратегий. |  | 2 |
| **Практическое занятие** | | 2 |  |
|  | Решение ситуационных задач по формированию ценовой политики предприятия |  |
| **Самостоятельная работа:**  1. Анализ ценовой политики организации и ее целесообразность.  2. Изучение стратегии ценообразования на новые и давно выпускаемые товары, обоснование ее выбора.  3. Сбор информации о ценах по определенной группе товаров в двух магазинах-конкурентах, выявление применяемых ими стратегии ценообразования и обоснование их целесообразности | | 3 |  |
| Тема 2.8  Стратегия и планирование маркетинга | **Содержание учебного материала** | | 4 |  |
| 1 | **Стратегическое планирование.**  Понятие стратегического планирования. Основные этапы процесса стратегического планирования: определение целей и задач фирмы, создание стратегических хозяйственных подразделений. Краткая характеристика основных этапов | 1 |
| 2 | **Основные виды стратегии маркетинга.**  Базовые стратегии маркетинга. Маркетинговая часть бизнес-плана, ее взаимосвязь с экономической частью. |  | 2 |
| **Практическое занятие** | | 2 |  |
|  | Формирование конкурентной стратегии на примере конкретной ситуации в коммерческой фирме |  |
| **Глава 3 Маркетинговые коммуникации** | | | **61** |  |
| Тема 3.1  Классификация маркетинговых коммуникаций | **Содержание учебного материала** | | 6 |  |
| 1 | **Понятие и назначение маркетинговых коммуникаций.**  Классификация маркетинговых коммуникаций по разным признакам (по целям: реклама, личные продажи, стимулирование сбыта, связи с общественностью; по планированию: запланированные и незапланированные; по назначению: информационные и стимулирующие; по характеру воздействия: прямые и косвенные). | 1 |
| 2 | **Важнейшие виды маркетинговых коммуникаций.**  Характеристика важнейших видов маркетинговых коммуникаций: реклама, паблик - рилейшнз, выставок-ярмарок, прямого маркетинга.  Паблик-рилейшнз - одна из форм продвижения товара. | 2 | 1 |
| 3 | **Стимулирование сбыта и личные продажи как формы продвижения товара.**  Стимулирование сбыта: понятие, формы, их преимущества и недостатки. Личные продажи: понятие, стратегии личных продаж, планирование. | 2 | 2 |
| **Практическое занятие** | | 2 |  |
|  | Выбор средств стимулирования сбыта для конкретного товара или услуги |  |
| **Самостоятельная работа:**  1 Сравнение разных видов маркетинговых коммуникаций по их достоинствам, недостаткам и эффективности.  2 Решение задачи:  Во время рекламной компании ООО «Бинго», производящей детские игрушки были проведены следующие мероприятия:  -реклама на ТВ, по радио и на дорогах  -рекламные акции в местах продаж  -участие в международной ярмарке новинок.  Достаточен ли набор проведенных маркетинговых мероприятий? Ранжируйте их по степени значимости. Какие еще маркетинговые коммуникации могут быть использованы в указанной ситуации? Ответ аргументируйте. | | 4 |  |
| Тема 3.2  Сущность и структура рекламной деятельности | **Содержание учебного материала** | | 4 |  |
| 1 | **Реклама и ее функции.**  Реклама: понятие, цели и задачи. Функции, значение, обоснование необходимости рекламы. Структура рекламы: рекламное сообщение. изображение (визуальное подкрепление), звук и др. Объекты рекламы: товары, услуги, юридические и физические лица, их характеристика. | 1 |
| 2 | **Структура рекламной деятельности.**  Цели, задачи, функции, средства и методы рекламной деятельности. Факторы, оказывающие влияние на организацию рекламной деятельности. Разработка рекламной стратегии. |  | 1 |
| **Самостоятельная работа:**  1. Изучение понятия «реклама» и её целей, задач и функции.  2. Обоснование необходимости применения рекламы на насыщенном товарами рынке.  3. Рассмотрение объектов рекламы и их краткой характеристики.  4. Составление схемы структуры рекламной деятельности.  5. Выявление факторов, влияющих на организацию рекламной деятельности | | 2 |  |
| Тема 3.3  История развития рекламы | **Содержание учебного материала** | | 4 |  |
| 1 | **История возникновения и тенденции развития рекламы.**  Особенности рекламы в Древнем Египте, Греции, Риме. Настенные рекламные надписи. Эмблема и клеймо как прообраз товарного знака. Глашатаи - передатчики устной рекламы.  Реклама в средневековой Европе. Рукописные рекламные объявления. Реклама в период перехода от феодализма к капитализму. Реклама в условиях конкуренции. | 1 |
| 2 | **История отечественной рекламы.**  Реклама в Древней Руси. Функции зазывал, первые живописные вывески, печатные объявления. Народные рекламные картинки (лубки). Первые рекламные каталоги  Российская реклама XIX века: рекламные издания и конторы, скрытая реклама, фотоиллюстрации, девизы и заголовки, календари, сувениры, реклама на маркировке товара. Реклама на российских ярмарках. Реклама в период социализма.  Современное состояние рекламного дела и тенденции его развития. Перспективные направления рекламной деятельности в России и за рубежом. |  | 1 |
| **Самостоятельная работа:**  1. Изучение истории возникновения и тенденции развития рекламы в России.  2. Выявление особенностей рекламы в Древнем Египте, Греции и Риме.  3. Установление особенностей рекламы в средневековой Европе и в XVIII и XIX веках.  4. Рассмотрение истории возникновения и развития отечественной рекламы.  5. Изучение состояния рекламного дела на современном этапе в России и за рубежом. | | 2 |  |
| Тема 3.4  Виды и средства рекламы | **Содержание учебного материала** | | 8 |  |
| 1 | **Основные направления рекламной деятельности.**  Товарная, корпоративная и общественная (политическая и социальная).  Виды товарной рекламы по характеру рекламного сообщения: уведомительная, увещевательная, сравнительная, напоминающая, подкрепляющая, убеждающая, внушающая, их характеристика. Связь с этапами жизненного цикла товара. Особенности уведомительной рекламы новых товаров, убеждающей и напоминающей рекламы традиционных товаров. Средства убеждения, преимущества и недостатки. Особенности сравнительной рекламы и приемы сравнения: с другими объектами, без указания других объектов, указание степени превосходства. | 2 |
| 2 | **Корпоративная реклама.**  Назначение, характеристика, условия применения корпоративной рекламы. Имидж фирмы: понятие, назначение. Элементы имиджа, цели и задачи формирования имиджа фирмы. Формирование имиджа через рекламу.  Фирменный стиль - элемент имиджа. Составляющие фирменного стиля в рекламе, товарных знаках, фирменной одежде персонала, оформлении интерьеров помещений, документов: логотип, фирменная марка, слоган, графический и словесный товарный знак, фирменные цвета, набор шрифтов, фирменная схема верстки, формат изданий, аудиообраз, фирменный символ, фирменный блок. Средства убеждения, преимущества и недостатки. |  | 2 |
| 3 | **Реклама в местах продаж. Витрины.**  Витрины: назначение, виды, устройство. Требования к оформлению и содержанию витрин (товарных, товарно-декоративных. сюжетных). Элементы и правила оформления витрин разного вида. Порядок реализации или списания товаров, рекламируемых в витринах.  Реклама в местах продаж: носители (баннеры, стойки, указатели и т. п. ); требования к созданию, приемы оформления, особенности использования. |  | 2 |
| 4 | **Перспективные средства рекламы.**  Влияние научно-технического прогресса на средства рекламы.  Виды и характеристика перспективных средств рекламы.  Реклама в Интернете: носители, требования к созданию, приемы оформления, особенности использования.  Рекламные сувениры, фирменные сувенирные изделия, серийные сувенирные изделия, подарочные и фирменные упаковочные материалы; характеристика, особенности использования |  | 2 |
| **Практические занятия** | | 6 |  |
|  | Подготовка текста для почтовой рекламы и рекламного текста для газеты. Анализ рекламных текстов и обращений. |  |  |
|  | Выбор средств распространения рекламы. Разработка рекламного слогана. |  |  |
|  | Создание эскиза оформления витрины и эскиза выставочного стенда. |  |  |
| **Самостоятельная работа:**  1 Изучение классификации рекламы по разным признакам.  2 Установление основных направлений рекламной деятельности.  3 Разработка схемы «Классификация рекламы».  4 Характеристика видов товарной рекламы по характеру рекламного сообщения.  5 Обзор разных видов рекламы по телевидению и в Интернет.  6 Изучение фирменного стиля различных организаций  7 Разработка корпоративной рекламы торговой организации (место прохождения практики)  8 Разработка схемы классификации носителей рекламы по разным признакам и их краткая характеристика.  9 Рассмотрение рекламы в местах продаж: носители, требования к созданию, приемы оформления, особенности использования.  10 Выявление критериев выбора средств рекламы. | | 7 |  |
| Тема 3.5  Правовая база рекламной деятельности | **Содержание учебного материала** | | 2 |  |
| 1 | Федеральный закон «О рекламе»: цели, сфера деятельности, основные положения. Обязательные требования к рекламе: общие (достоверность, этичность, добросовестность, целенаправленность) и специфические (запреты и ограничения). Авторское право в рекламной деятельности. Особенности рекламы отдельных видов товаров и услуг, в том числе финансовых, страховых, инвестиционных, товаров для детей, медицинских товаров и др. Контрреклама. Государственное регулирование рекламной деятельности. Ответственность за нарушение российского и международного законодательства по рекламе. Защита прав потребителей от недобросовестной рекламы. | 2 |
| **Практическое занятие** | | 2 |  |
|  | Решение ситуационных задач по вопросам защиты прав потребителей от недобросовестной рекламы. |  |
| **Самостоятельная работа:**  1 Изучение ФЗ «О рекламе». Выявление его основные положений и составление схемы структуры закона.  2 Выявление обязательных требований к рекламе, регламентируемых ФЗ.  3 Установление ответственности за нарушение российского законодательства о рекламе.  4 Изучение особенностей правового регулирования рекламной деятельности за рубежом. | | 2 |  |
| Тема 3.6  Рекламная кампания | **Содержание учебного материала** | | 2 |  |
| 1 | Рекламная акция и кампания: понятие, цели, задачи. сущность. Сфера применения (целевые группы и область). Организация рекламных акций и кампаний, выбор объекта, Планирование этапов и средств рекламы, формирование бюджета, разработка стратегии.  Подготовка участников рекламной акции и кампании. Контроль за проведением рекламного мероприятия. Использование выставок и ярмарок в рекламной кампании. Мероприятия паблик- рилейшнз и рекламная кампания. | 1 |
| **Самостоятельная работа:**  1 Разработка схемы планирования рекламных акций и кампаний с указанием этапов, операций и средств рекламы  2 Обоснование необходимости использования паблик рилейшенз, выставок и ярмарок в рекламной кам пании. | | 1 |  |
| Тема 3.7  Эффективность рекламной деятельности | **Содержание учебного материала** | | 2 |  |
| 1 | Эффективность рекламы: понятие, сущность. Экономическая эффективность и эффективность психологического воздействия средств рекламы, взаимосвязь понятий. Критерии экономической эффективности: рост товарооборота (прирост прибыли), затраты на рекламу, коэффициент эффективности. Критерии эффективности психологического воздействия: число охвата потребителей, глубина  впечатления, степень привлечения внимания. Критерии социальной эффективности рекламы: переориентация потребителей на социально значимые товары и услуги, предотвращение рисков и опасностей, обеспечение безопасности потребителей и окружающей среды | 1 |
| **Самостоятельная работа:**  1 Установление критериев экономической эффективности рекламы  2 Выявление связи между понятиями экономическая эффективность и эффективность психологического воздействия средств рекламы.  3 Решение задачи:  Определить экономическую эффективность рекламы, если после её применения прирост товарооборота составил 4. 2 млн. руб., а затраты на её проведение 3. 0 млн. руб. Как могут быть использованы полученные результаты? | | 1 |  |
| **Глава 4 Маркетинговые исследования** | | | **32** |  |
| Тема 4.1  Процесс маркетинговых исследований | **Содержание учебного материала** | | 4 |  |
| 1 | **Маркетинговые исследования и их виды.**  Цели, задачи и сущность маркетинговых исследований. Основные направления, изучение потребностей и спроса на товары, сегментация рынка, анализ конъюнктуры и емкости рынка, способы стимулирования сбыта и др. Виды маркетинговых исследований: кабинетные, полевые. Типы исследований: разведочное, описательное, казуальное. | 1 |
| 2 | **Процесс маркетинговых исследований.**  Этапы и процедуры процесса маркетинговых исследований, их краткая характеристика. Определение потребности в проведении маркетинговых исследований и обоснование их необходимости. Объекты исследования: потребности, спрос, товары и услуги, поведение потребителей, маркетинговая среда организации, каналы распределения товаров, цены; их краткая характеристика, основания для выбора. Обоснование целесообразности выбора объектов исследования. | 2 | 1 |
| **Самостоятельная работа:**  1 Изучение видов и типов маркетинговых исследований. Выявление различий между кабинетными и полевыми исследованиями.  2 Разработка схемы процесса маркетинговых исследований с указанием этапов, процедуры и соответствующих каждому этапу методов. | | 2 |  |
| Тема 4.2  Маркетинговая информация | **Содержание учебного материала** | | 4 |  |
| 1 | **Понятие и назначение маркетинговой информации.**  Маркетинговая информация: понятие, назначение, информационные системы. Субъекты, участвующие в информационных процессах. Собственники, владельцы, пользователи. Источники получения маркетинговой информации (информационные ресурсы): внутренние и внешние; персональные, коммерческие, публичные, эмпирические. | 1 |
| 2 | **Выбор источников информации.**  Критерии выбора источников информации: достоверность, актуальность, достаточность, доступность, целенаправленность, обеспечение информационного единства. Типы маркетинговой информации: по форме планирования маркетинга (оперативная, стратегическая); виды по месту сбора (внутренняя и внешняя), по характеру информации (первичная. вторичная), по доступности (доступная и недоступная), по достоверности (достоверная, ложная, искаженная умышленно или неумышленно). |  | 1 |
| **Самостоятельная работа:**  1 Рассмотрение видов и статуса субъектов, участвующих в информационных процессах.  2 Изучение источников получения маркетинговой информации. Выбор из газет и/или журналов материалов, являющихся источником маркетинговой информации.  3 Изучение критериев выбора источников маркетинговой информации. | | 2 |  |
| Тема 4.3  Методы маркетинговых исследований | **Содержание учебного материала** | | 4 |  |
| 1 | **Характеристика основных методов маркетинговых исследований.**  Классификация методов маркетинговых исследований: признаки, назначение. Методы сбора информации: социологический, наблюдения, экспериментальный, их краткая характеристика, достоинства и недостатки. | 2 |
| 2 | **Опрос как один из методов маркетинговых исследований.**  Методика проведения опроса: виды, техника составления анкет и опроса. Панельные исследования: понятие панели, типы панелей |  | 2 |
| **Практические занятия** | | 4 |  |
|  | Составление анкет и проведение опроса. |  |  |
|  | Анализ полученных данных |  |  |
| **Самостоятельная работа:**  1 Составление схемы классификации методов маркетинговых исследований.  2 Изучение методов сбора информации.  3 Изучение методики проведения опроса. | | 4 |  |
| Тема 4.4  Принятие маркетинговых решений | **Содержание учебного материала** | | 1 |  |
| 1 | Маркетинговые решения: понятие, назначение, основания для их принятия. Модели принятия маркетинговых решений по результатам исследований. Отчет о проведенных маркетинговых исследованиях: структура отчета, назначение его отдельных частей. | 2 |
| **Практическое занятие** | | 2 |  |
| 1 | Подготовка отчета и презентации о проведенном исследовании |  |
| Контрольная работа | | 1 |  |
| **Самостоятельная работа:**  1 Выявление основания для проведения маркетинговых исследований.  2 Рассмотрение модели принятия маркетинговых решений по результатам исследований. | | 2 |  |
| Тема 4.5  Маркетинговые исследования потребителей | **Содержание учебного материала** | | 2 |  |
| 1 | Потребители: понятие, их классификация по различным признакам. Необходимость изучения поведения потребителей. Факторы, влияющие на поведение потребителя в различных организациях (производственных, обслуживающих, в том числе торговых), их исследование. Анализ и оценка поведения потребителя. Маркетинговые решения по управлению поведением  потребителей. | 1 |
| **Самостоятельная работа:**  1 Сопоставление термина «потребитель» по международному стандарту ИСО 9000-2008 и Закону РФ «О защите прав потребителей».  2 Выявление факторов, влияющих на поведение потребителей. | | 1 |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ВСЕГО** | | **492** | |  | |
| **Учебная практика** | | **36** | |  | |
| **Производственная практика (по профилю специальности) итоговая по модулю** | | | **72** | |  | |
| Виды работ | | |  | |  | |
| Тема 1. Миссия и цели предприятия | | | 6 | |  | |
| Ознакомление с предприятием: его организационно-правовой формой, формой собственности, типом, специализацией, профилем,  местом расположения, режимом работы, перечнем основных и дополнительных услуг, оказываемых предприятием.. Анализ миссии и целей предприятия ( если миссии нет, то сформулировать ее).  Построение дерева целей для предприятия | | |  | |
| Тема 2 Описание продукта | | | 6 | |  | |
| Описание ассортимента предприятия, создание стратегических подразделений хозяйственного портфеля фирмы. Расчет доли каж-  дой группы ассортимента в общем объеме продаж, темпы роста, коэффициент доли рынка по отношению к конкурентам. Распре- деление хозяйственных подразделений в системе координат (построение матрицы БКГ) Выбор стратегии развития каждого СХП. | | |  | |
| Тема 3 Анализ маркетинговых возможностей | | | 6 | |  | |
| Анализирование рынка выбранного потребительского товара:  Анализ конкурентов (товары каких организаций (предприятий) будут основными конкурентами, прямыми и косвенными, их сильные и слабые стороны).  Анализ потребителей.  Анализ организации (предприятия), ее сильных и слабых сторон по отношению к конкурентам.  Анализ поставщиков. Определение рейтинга поставщиков. Выбор наиболее выгодного поставщика Формулировка вывода | | |  | |  | |
| Тема 4 Персонал компании | | | 6 | |  | |
| Определение индивидуально-типологических качеств и личностные характеристики руководителя организации (предприятия):  определение профессиональных требований к руководителю, специалистам и рабочим организации (предприятия, требуемых ка- | | |  | |  | |
| честв) | |  | |  | |
| Тема 5 Сегментирование рынка | | 6 | |  | |
| Просегментировать рынок (выбрать и обосновать критерии сегментации, описать полученные сегменты, выбрать целевой сегмент).  Определение доли рынка, контролируемой организацией. Выбор стратегии позиционирования. | |  | |  | |
| Тема 6 Выбор стратегии развития предприятия | | 6 | |  | |
| Определение ценовой стратегии организации (предприятия), стратегии распределения, стратегии продвижения товаров, стратегии  развития предприятия | |  | |  | |
| Тема 7 Анализ экономической деятельности предприятия | |  | |  | |
| Анализ товарооборота, его структуры, темпы роста  Анализ товарных запасов | | 6 | |  | |
| Анализ издержек обращения | | 6 | |  | |
| Анализ производительности труда  Анализ численность работников и расходы по заработной плате | | 6 | |  | |
| Анализ валового дохода  Анализ прибыли (рентабельности) | | 6 | |  | |
| Ознакомьтесь с порядком расчета, документальным оформлением и сроками уплаты налогов, санкциями за нарушение налогооб-  ложения. | | 6 | |  | |
| Оформление отчета | | 6 | |  | |

**4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**4.1. Материально-техническое обеспечение**

Реализация программы профессионального модуля обеспечивается наличием учебных кабинетов: «Маркетинга», «Бухгалтерского учета, налогов и налогообложения», «Статистики и анализа финансово - хозяйственной деятельности»

**Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета «Маркетинга»**

1.Ученические столы;

2.Стулья ученические;

3.Классная доска;

4.Стол для компьютера;

5.Настенные стенды.

**Технические средства обучения:**

1. слайд-проектор;

2. компьютер;

3. проекционный экран.

**Методические материалы по курсу дисциплины**:

комплект учебно-наглядных, контрольно-тренировочных учебных пособий, методические указания для студентов по подготовке к практическим занятиям и др.

**Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета «Бухгалтерского учета, налогов и налогообложения»**

1.Ученические столы;

2.Стулья ученические;

3.Классная доска;

4.Стол для компьютера;

5.Настенные стенды.

**Технические средства обучения:**

1. слайд-проектор;

2. компьютер;

3. проекционный экран.

**Методические материалы по курсу дисциплины**:

комплект учебно-наглядных, контрольно-тренировочных учебных пособий, методические указания для студентов по подготовке к практическим занятиям и др

**Оборудование учебного кабинета и рабочих мест кабинета «Статистики и анализа финансово - хозяйственной деятельности»:**

1.Ученические столы;

2.Стулья ученические;

3.Классная доска и настенные стенды.

**Методические материалы по курсу дисциплины**

комплект учебно-наглядных, контрольно-тренировочных учебных пособий, методические указания для студентов по подготовке к практическим занятиям и др

**4.2. Информационное обеспечение обучения**

**4.2.1. Основные источники**

1. Федеральные законы и постановления Правительства

2. Гражданский кодекс Российской Федерации

3. Налоговый кодекс Российской Федерации

4. Бюджетный кодекс Российской Федерации

5. Федеральные законы Российской Федерации, Указы Президента Российской Федерации, Постановления Правительства Российской Федерации, Инструкции Федерального агентства по налогам и сборам по вопросам финансового, бюджетного и налогового регулирования

6. ФЗ "О защите прав потребителей" от 07. 02. 92 № 2300/1-1 (с измен, и дополн. от 09. 01. 1996 N 2-ФЗ, от 17. 12. 1999 N 212-ФЗ, от 30. 12. 2001 N 196-ФЗ, от 22. 08. 2004 N 122-ФЗ, от 02. 1 1. 2004 N 127-ФЗ, от 21. 12. 2004 N 171 -ФЗ, от 27. 07. 2006 N 140-ФЗ, от 16. 10. 2006 N 160-ФЗ, от 25. 11. 2006 N 193-ФЗ, от 25. 10. 2007 N 234-Ф3, от 23. 07. 2008 N 160-ФЗ, от 23. 11. 2009 N 261-ФЗ)

7. «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» № 149-ФЗ от 27. 07. 2006

8. «О рекламе», 38-Ф3 от 13. 03. 2006

9. «О техническом регулировании», № 184-ФЗ от 27. 12. 2002 с измен, и дополн. № 65-ФЗ от 01. 05. 2007

10. «О защите конкуренции», № 135-Ф3 от 26. 07. 2006

11. 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>

12. Григорьева, Т. И. Анализ финансового состояния предприятия : учебник для среднего профессионального образования / Т. И. Григорьева. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 486 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9692-0995-4. — URL : <https://urait.ru/bcode/532809>

13. 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>

14. Налоги и налогообложение : учебное пособие для среднего профессионального образования / Д. Г. Черник [и др.] ; под редакцией Е. А. Кировой. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 323 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17572-1. — URL : <https://urait.ru/bcode/533348>

15. Налоги и налогообложение : учебник для среднего профессионального образования / Л. Я. Маршавина [и др.] ; под редакцией Л. Я. Маршавиной, Л. А. Чайковской, Г. Н. Семеновой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 526 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15925-7. — URL : <https://urait.ru/bcode/510289>

16. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. В. Бураков [и др.] ; под редакцией Д. В. Буракова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 303 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17281-2. — URL : <https://urait.ru/bcode/532802>

**4.2.2. Электронные издания (электронные ресурсы)**

1. Кулагина, Н. А. Практический курс анализа хозяйственной деятельности предприятия : учебное пособие для среднего профессионального образования / Н. А. Кулагина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 135 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16971-3. — URL : <https://urait.ru/bcode/532130>

2. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 552 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15083-4. — URL : <https://urait.ru/bcode/511938>

3. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 425 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16874-7. — URL : <https://urait.ru/bcode/531940>

4. Налоги и налогообложение : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. Б. Поляк [и др.] ; ответственные редакторы Г. Б. Поляк, Е. Е. Смирнова. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 433 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16902-7. — URL : <https://urait.ru/bcode/531994>

5. Финансы : учебник для среднего профессионального образования / Н. Г. Иванова [и др.] ; под редакцией Н. Г. Ивановой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 449 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15141-1. — URL : <https://urait.ru/bcode/519814>

6. Биткина, И. К. Финансы организаций. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / И. К. Биткина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 123 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10975-7. — URL : <https://urait.ru/bcode/517375>

**4.3. Общие требования к организации образовательного процесса**

Максимальный объем учебной нагрузки обучающегося составляет академических часа в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной (самостоятельной) учебной работы по освоению программы подготовки специалистов среднего звена.

Максимальный объем аудиторной учебной нагрузки при очной форме получения образования составляет 36 академических часов в неделю.

Организация учебной и производственной практики осуществляется образовательным учреждением в сроки, установленные рабочим учебным планом. Практику (производственную) студенты проходят в предприятиях розничной и оптовой торговли, а также в отделах сбыта производственных организаций или в сфере услуг.

Практика является обязательным разделом ПМ.02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности». Производственная практика (по профилю специальности) проводится при освоении студентами профессиональных компетенций в рамках профессиональных модулей и реализуется в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

Аттестация по итогам производственной практики проводится на основании результатов, подтвержденных документами соответствующих организаций.

**4. 4. Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу:

наличие высшего образования по специальности «Коммерция», «Маркетинг» и «Товароведение»;

опыт работы в торговых или производственно-коммерческих организациях ;

прохождение стажировки в торговых или производственно-коммерческих организациях не реже 1 раза в 3 года.

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Результаты (освоенные профессиональные компетенции)** | **Основные показатели оценки результата** | **Формы и методы**  **контроля и оценки** |
| **ПК 2.1.** Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации | -проведение инвентаризации, используя данные бухгалтерского учета по результатам коммерческой деятельности | Устный и письменный текущий контроль.  Проверка выполнения практических заданий |
| **ПК 2.2.** Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем | Реквизиты организационно-распорядительных, товаросопроводительных документов (правильность их заполнения) | Оценка правильности заполнения документов |
| **ПК 2.3.** Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов | -проведение экономических расчетов по определению микроэкономических показателей | Оценка правильности расчетов |
| **ПК 2.4.** Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату | Экономические показатели работы организации (расчет и анализ) | Оценка правильности расчетов |
| **ПК 2.5.** Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров | Выявление потребностей и виды спроса | Оценка выполнения практических работ, решение ситуационных задач. Тестирование |
| **ПК 2.6.** Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации | Перечень маркетинговых коммуникаций (обоснование их выбора) | Оценка выполнения практических работ, решение ситуационных задач. Тестирование |
| **ПК 2.7.** Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений | Отчет о проведении маркетинговых исследований | Оценка правильности выполнения |
| **ПК 2.8.** Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации | Разработанная сбытовая политика (обоснование выбора) | Оценка правильности выполнения. Тестирование |
| **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 | Показатели финансово- хозяйственной деятельности (расчет и анализ) | Оценка правильности выполнения. Тестирование |

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Результаты (освоенные общие компетенции)** | **Основные показатели оценки результата** | **Формы и методы контроля и оценки** |
| ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам | - организация собственной деятельности в соответствии с поставленной целью;  - определение и выбор способов (технологии) решения задачи в соответствии с заданными условиями и имеющимися ресурсами; | - анализ результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения программы профессионального модуля;  - оценка за решение проблемно–ситуационных задач на практических занятиях, на экзамене;  - положительные отзывы руководителей производственной практики от предприятий – баз практики. |
| ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности | - нахождение, обобщение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития;  - использование информационно–коммуникационных технологий в профессиональной деятельности;  - корректное использование информационных источников для анализа, оценки и извлечения информационных данных, необходимых для решения профессиональных задач  владение приёмами работы с компьютером, электронной почтой, Интернетом, активное применение информационно–коммуникационных технологий в профессиональной деятельности. | проверка самостоятельной работы обучающихся, связанной с поиском и составлением тезисов по найденному материалу;  экспертная оценка отчетов по результатам практических работ, учебной и производственной практик с точки зрения использования информации.  анализ результатов наблюдения (по заданным показателям) за деятельностью студентов в процессе выполнения ими учебно–профессиональных заданий |
| ОК 03 Планировать  и реализовывать собственное профессиональное  и личностное развитие, предпринимательскую деятельность  в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности  в различных жизненных ситуациях | - определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;  -применять современную научную профессиональную терминологию;  -определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования;  -выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи;  -презентовать идеи открытия собственного дела  в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план;  -рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования;  -определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности;  -презентовать бизнес-идею;  -определять источники финансирования. | анализ результатов наблюдения за деятельностью студентов в малых группах при решении проблемных, нестандартных ситуаций при постановке профессиональной задачи;  тестирование, позволяющее оценить возможности индивида брать на себя ответственность |
| ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде | эффективное взаимодействие и общение с коллегами и руководством;  положительные отзывы с производственной практики | интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения программы профессионального модуля, выполнения заданий учебной и производственной практики |
| ОК 05 Осуществлять устную  и письменную коммуникацию  на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального  и культурного контекста | нахождение, отбор и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач Логическое, аргументированное изложение информации клиенту в устной и письменной форме | проведение собеседования, оценка в процессе осуществления групповой деятельности при проведении учебной и производственной практики |
| 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 | - сущность гражданско-патриотической позиции, общечеловеческих ценностей  -значимость профессиональной деятельности  по специальности  -стандарты антикоррупционного поведения  и последствия его нарушения. | интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения программы профессионального модуля, выполнения заданий учебной и производственной практики |
| ОК 07 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях. | -правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности;  -основные ресурсы, задействованные  в профессиональной деятельности;  -пути обеспечения ресурсосбережения;  -принципы бережливого производства;  -основные направления изменения климатических условий региона | интерпретация результатов наблюдений за деятельностью студента в процессе освоения программы профессионального модуля, выполнения заданий учебной и производственной практики |
| ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией  на государственном  и иностранном языках | нахождение, отбор и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач Логическое, аргументированное изложение информации клиенту в устной и письменной форме | проведение собеседования, оценка в процессе осуществления групповой деятельности при проведении учебной и производственной практики |