

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Букина Татьяна Сергеевна
Должность: Директор
Дата подписания: 07.04.2021 13:42:31
Уникальный программный ключ:
bc699f664e703f5a55f6298f1bb53494e3e8e7e46a0bb167a0f6c4723406c938



**Частное образовательное учреждение
профессионального образования
«Московский областной гуманитарный открытый колледж»**

ПРИНЯТА

Педагогическим советом
Протокол № 4 от «26» марта 2021 г.

Председатель  Т.С. Букина



УТВЕРЖДАЮ

Приказ № 16/03-21 от «26» марта 2021 г.

Директор  Т. С. Букина

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И
МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

по направлению
38.02.04 «Коммерция (по отраслям)»
(очная форма обучения, на базе среднего общего образования)

Серебряные пруды, 2021 г.

Рабочая программа ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности (специальностям) среднего профессионального образования (далее - СПО) 38.02.04 Коммерция (по отраслям) утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 539 от 15.05.2014 г.

Организация-разработчик: Частное образовательное учреждение профессионального образования «Московский областной гуманитарный открытый колледж»

Разработчики:

Преподаватель Гостилова Л.Д.

Председатель ПЦК Л.Д. Гостилова

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

Область применения программы

Рабочая программа профессионального модуля (далее примерная программа) – является частью примерной профессиональной основной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО / **38.02.04. Коммерция (по отраслям)** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД) «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» и соответствующих профессиональных компетенций:

-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.

-оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.

-применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.

-определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.

-выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.

-обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

-участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.

-реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.

-применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке работников в области коммерции при наличии среднего(полного) общего образования.

Менеджер по продажам должен обладать общими и профессиональными компетенциями:

ПК 2.1 Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.

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

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

ПК 2.4 Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.

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

ПК 2.6 Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

ПК 2.7 Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.

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

ПК 2.9 Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, исходя из цели и способов ее достижения, определенных руководителем.

ОК 3. Анализировать рабочую ситуацию, осуществлять текущий и итоговый контроль, оценку и коррекцию собственной деятельности, нести ответственность за результаты своей работы.

ОК 4. Осуществлять поиск информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач.

ОК 6. Работать в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, клиентами.

ОК 7. Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей).

ОК 12 Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.

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

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями студент колледжа 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.

Р

рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 570 часов, в том числе:
 максимальной учебной нагрузки обучающегося – 498 часов, включая:
 обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 164 часа;
 самостоятельной работы обучающегося – 315 часов;
 производственной практики – 72 часа.

РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

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

Код	Наименование видов профессиональной деятельности и профессиональных компетенций
ПК 2.1	Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.
ПК 2.2	Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.
ПК 2.3	Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.
ПК 2.4.	Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.
ПК 2.5.	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.
ПК 2.6.	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.
ПК 2.7.	Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.
ПК 2.8.	Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.
ПК 2.9.	Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.

Код	Наименование общих компетенций
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 8	Вести здоровый образ жизни, применять спортивно-оздоровительные методы и средства для коррекции физического развития и телосложения.
ОК 10	Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.
ОК 12.	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.

3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

3.1. Тематический план профессионального модуля

ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

Коды профессиональных компетенций	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов	Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов)					Практика		
			Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося			Самостоятельная работа обучающегося		Учебная, часов	Производственная (по профилю специальности), часов	
			Всего часов	в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов	Всего часов	в т.ч., курсовая работа (проект), часов			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ОК 1-12 ПК 2.1-2.4; 2.9	МДК.02.01. Финансы, налоги и налогообложение	154	110	74	0	44			-	

ОК 1-12 ПК 2.1-2.4; 2.9	МДК.02.02 Анализ финансово – хозяйственной деятельности	204	129	74	0	75	-	-	
ОК 1-12 ПК 2.5 – 2.8	МДК.02.03 Маркетинг	140	76	57	0	64			
	ПП 01 Производственная практика	72							72
		570	387	205	0	183	0	0	72

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

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, Самостоятельная работа обучающихся		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
МДК.02.01. Финансы, налоги и налогообложение				
Раздел 1. Теория экономического анализа				
Тема 1.1. Содержание Предмет и задачи Экономического анализа	Содержание учебного материала			
	1	Анализ как метод познания. Организация как объект экономического анализа	12	2
	2	Предмет, принципы экономического анализа. Классификация видов экономического анализа и их роль в управлении.		
	Практическое занятие Решение задач		18	2,3
Самостоятельная работа: Выполнение домашнего задания по теме , работа с литературой		10		
Тема 1.2. Организация и Информационное Обеспечение Анализа Финансово- Хозяйственной Деятельности	Содержание учебного материала			
	1	Организация аналитической работы на предприятии. Зависимость организации аналитической работы от структуры Управленческого аппарата и технической оснащенности управления.	6	2
Практическое занятие Решение задач		20	2,3	

предприятия	Самостоятельная работа: выполнение домашнего задания по теме, работа с литературой		10	3
Тема 1.3. Метод и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности	Содержание учебного материала			
	1	Метод и методика анализа финансово-хозяйственной деятельности. Классификация приемов и способов анализа.	10	2
	Практическое занятие Решение задач		16	2,3
	Самостоятельная работа: выполнение домашнего задания по теме, работа с литературой.		4	3
Тема 1.4. система резервов повышения эффективности хозяйственной деятельности	Содержание учебного материала			
	1	Цели и содержание комплексного экономического анализа.	8	2
	Практическое занятие Решение задач		10	2,3
	Самостоятельная работа: выполнение домашнего задания по теме ,работа с литературой		20	
Всего			154	

МДК.02.02			
Анализ финансово – хозяйственной деятельности			
Тема 2.1. Методика комплексного анализа хозяйственной деятельности предприятия	1	Методика комплексной оценки эффективности развития производства	6
	2	Методика расчета комплексных показателей оценки экстенсивности и интенсивности использования ресурсов. Анализ технико-организационного уровня производства.	6
	3	Анализ производства и реализации продукции.. Анализ производства продукции в целом и по ассортименту. Оценка выполнения договорных обязательств. Анализ ритмичности выпуска и реализации продукции. анализ качества продукции. Оценка конкурентоспособности продукции. Факторы, определяющие спрос. Анализ реализации продукции.	6
	4	Анализ использования основных производственных фондов задачи, цели и источники информации анализа; показатели состава, состояния и эффективности использования средств труда.	6
	5	Анализ материальных ресурсов: задачи, цели и источники информации анализа; показатели обеспеченности и эффективности использования материальных ресурсов	6
	6	Анализ трудовых ресурсов: задач, цели и источники информации анализа; показатели состава, движения и эффективности использования трудовых ресурсов.	6
	7	Анализ себестоимости продукции	6
	Практическое занятие		36
	1	Провести на практическом примере, используя данные предприятий комплексную оценку эффективности хозяйственной деятельности с расчетом показателей использование материальных ,трудовых и финансовых ресурсов.	2,3

	Самостоятельная работа: выполнение домашнего задания по теме, работа с литературой	38	3
Тема 2.2. Анализ Финансовых результатов	Содержание учебного материала		
	1 Понятие о финансовых результатах, составе прибыли и влиянии факторов на изменение ее величины.	6	2
	2 Показатели финансовых результатов. Анализ состава и изменения прибыли и её использование . Анализ прибыли от продажи продукции.	7	
	Практическое занятие		
	1 Решение практических примеров на применение анализа финансовых результатов.	38	2,3
	Самостоятельная работа: выполнение домашнего задания по теме , работа с литературой	37	3
Всего:		204	

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоятельная работа обучающихся, курсовая работ (проект)	Объем часов	Уровень освоения
--	---	--------------------	-------------------------

1	2	3	4
МДК.02.03 Маркетинг			
Тема 3.1.1 Понятия и сущность маркетинга	Содержание		
	Предмет, цели, задачи дисциплины. Взаимосвязь с другими дисциплинами. Основные понятия маркетинга. Структурно-логическая схема дисциплины. Значение дисциплины в подготовке менеджеров.	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить рефераты: Особенности и основные этапы становления маркетинга в России. Примеры российских компаний по использованию маркетинга. Перспективы развития маркетинга в Калужском регионе	5	3
Тема 3.1.2. Концепция развития рыночных отношений	Содержание		
	История становления маркетинга как науки и вида деятельности, основные этапы развития маркетинга. Основные концепции развития рыночных отношений, понятие их отличительные особенности. Концепции совершенствования производства, совершенствования товара, сбытовая, маркетинга, социально-этичного маркетинга, маркетинга отношений: их сущность и понятие.	2	2
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить рефераты: Необходимость возникновения и совершенствования маркетинга в современных условиях	5	3
	Содержание		

Тема 3.1.3. _Окружающая среда маркетинга	Окружающая среда маркетинга: понятие; виды; факторы, формирующие окружающую среду. Внутренняя среда, ее компоненты. Микросреда маркетинга: понятие, субъекты и контролируемые факторы.	2	2
	Макросреда маркетинга: понятие, субъекты, неконтролируемые факторы. Разновидности макросреды: демографическая, социальная, экономическая, природная, конкурентная, правовая, научно-техническая, культурная. SWOT-анализ	2	
	Практические занятия		
	Анализ окружающей среды торговой организации	6	2,3
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить рефераты: Маркетинговая среда предприятия- УПМ Тахид-1	10	3
Тема 3.1.4_Маркетинговые информация и маркетинговые исследования	Содержание		
	Маркетинговая информация: назначение, источники (вторичные и первичные, внутренние и внешние, полевые и кабинетные), принципы отбора, анализа. Классификация маркетинговой информации.	2	2
	Практические занятия		
	Разработка анкеты и проведение опроса	2	2,3
	Понятия, цели, задачи и объекты маркетинговых исследований. Рабочая гипотеза маркетингового исследования. Особенности маркетинговых исследований	2	
Виды исследований, особенности. Схема исследований. Коррекция и оптимизация результатов.	4		

	Методы маркетинговых исследований (качественные и количественные, полевые и кабинетные), их сравнительная характеристика	4	3
	Проведение маркетинговых исследований рынка определённого вида товаров и принятие решений»	4	
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить рефераты: Важнейшие направления маркетинговых исследований, их значение. Маркетинговые исследования как основное условие достижения экономического успеха. Проблемы и особенности осуществления маркетинговых исследований в России. Написание эссе «Преимущества хорошей и своевременной информации».	5	
Тема 3.1.5 Сегментирование рынка и позиционирование товара	Содержание		
	Сегментирование рынка: понятие, назначение, признаки и методы. Критерии выбора целевых сегментов рынка. Стратегия охвата рынка Маркетинговые стратегии выбора целевого сегмента Позиционирование товара на рынке: понятие, основания, способы. Выбор и реализация стратегии. Формулировка позиции кампании. Основные методы прогнозирования запросов и предпочтений потребителей.	2	2
	Практические занятия		
	Исследование отдельного сегмента рынка. Отбор целевых сегментов рынка	4	2,3
	Сегментирование рынка определённого товара на основе географического и демографического, психологического и поведенческого принципа"	4	
	Разработка алгоритма формирования уникального товарного предложения	2	

	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить рефераты Маркетинг как инструмент решения рыночных задач. Сегментирование рынка и позиционирование товара на рынке как основа маркетинговой деятельности. Связь позиционирование товара с маркетинговой стратегией и с маркетинговой тактикой.	10	3
Тема 3.1.6 Конкурентная среда	Содержание		
	Анализ конкурентной среды и принципы конкурентного анализа. Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда. Схема анализа слабых и сильных сторон конкурентов. Создание собственных конкурентных преимуществ. Выбор политики конкурентных ходов. Конкурентоспособность организации и товара: критерии, методы обеспечения . Классификация показателей, определяющих конкурентоспособность товара. Оценка конкурентоспособности товара. Многоугольник конкурентоспособности.	2	2
	Практические занятия		
	Анализ конкурентоспособности продукции и установление её конкурентных преимуществ	4	2,3
	Оценка конкурентоспособности организаций и установление её конкурентных преимуществ	4	

Тема 3.1.7. Ассортиментная политика	<p>Самостоятельная работа обучающихся Подготовить рефераты Конкурентные преимущества: ценовые и неценовые (качество потребительских услуг). Конкурентные преимущества, основные на внешних отношениях: лояльные покупатели; преимущества в налогообложении; месторасположения; взаимоотношения с поставщиками и др. Конкурентные преимущества, основные на внутренних отношениях: широкий ассортимент товаров; низкие издержки, за счет эффекта масштаба; ценовая политика; реклама; выгодные условия; высокое качество обслуживания, квалификация персонала и др.</p> <p>Особенности конкурентной среды в России и их влияние на маркетинговую деятельность предприятий. Понятие: “Ключевые факторы успеха” и их применение.</p>	9	3
	Содержание		
	<p>Маркетинговое понятие товара. Уровни товара и его подкрепление Классификация товаров. Товар – как средство удовлетворения потребностей, его краткая характеристика</p> <p>«Рыночный жизненный цикл» товаров, его основные этапы и маркетинговые решения, характерные для этих этапов</p> <p>Матрица БКГ как инструмент анализа и формирования торгового ассортимента. Разработка концепции новых товаров: уровни, этапы разработка новых товаров (продукции, услуг) с учетом прогнозируемого спроса</p>	2	2
	Практические занятия		
	Формирование и анализ торгового ассортимента в соответствии с ассортиментной политикой организации	4	2,3

	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить рефераты Основные решения, принимаемые службой маркетинга относительно товара: марка товара, упаковка товара, маркировка товара, сервисное обслуживание. Ориентировка политики закупок магазина на конкурентный покупательский спрос и на получение необходимой доли прибыли с каждого товара. Зависимость маркетинговых решений в сфере закупок от специализации магазина .Особенности товарной политики российских предприятий	5	3
Тема 3.2. Ценовая политика	Содержание		
	Место ценовой политики в системе маркетинга. Основные понятия: цена, ценовая политика и стратегия ценообразования. Назначение цен в маркетинге. Классификация цен по месту их установления, степени развития конкурентной среды. Факторы, влияющие на формирование цен(прибыль или возмещение инвестиций, эластичность спроса относительно цены товара, специфика рыночного сегмента).	2	2
	Практические занятия		
	Расчет исходной цены товара. Выбор метода ценообразования. Решение ситуационных задач	6	2,3
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить рефераты Вспомогательные инструменты ценообразования: купоны, скидки, пластиковые карты, ценовое лидерство, множественное ценообразование, выравнивание цен, нечетные и некруглые цены. Цена как наиболее гибкий элемент маркетингового бизнеса и ключевой фактор позиционирования.	5	3
	Содержание		

Тема 3.3._ Средства распро- странения това- ров	Сбытовая политика; понятия, цели и задачи сбыта. Анализ и оценка эффективности сбытовой поли- тики Средства распространения товаров: уровни, широта, критерии выбора каналов сбыта. Прямые и косвенные каналы распределения. Торговые посредники: виды, типы, сравнительная характеристика Факторы, влияющие на выбор посредников	1	2
	Практические занятия		
	Установление уровней каналов распространения товаров и оценка эффективности сбытовой поли- тики организации	7	2,3
	Самостоятельная работа обучающихся Подготовить рефераты Маркетинговые системы в сфере распределения. Основные решения, принимаемые руководством фирмы относительно формиро- вания и управления каналом распределения. Товародвижение: организация эффективного сбыта и эффективного способа товародвижения.	10	3
Всего:		140	
Производственная практика (по профилю специальности) Виды работ:		72	

<ul style="list-style-type: none"> - оформление финансовых документов и отчетности; - проведение денежных расчетов; - выполнение расчета основных налогов; - выполнение анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации; - выявление потребностей (спроса) на товары; - реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка; - участие в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций; - анализ маркетинговой среды организации 		
--	--	--

Для характеристики уровня освоения учетного материала используются обозначения: 1.ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств); 2.репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством); 3.продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы модуля предполагает наличие учебных кабинетов экономики организации, маркетинга, финансов, налогов и налогообложения, лаборатории информационных технологий в профессиональной деятельности.

Оборудование учебного кабинета и учебных мест кабинетов:

Комплект ученической мебели исходя из количества студентов

Рабочее место преподавателя

Программное обеспечение для проведения практических работ, проведения тестового контроля знаний студентов (текущего, рубежного, итогового)

Комплект учебно-методического материала преподавателя

Наглядные пособия: Схемы, таблицы, графики, рисунки, буклеты, плакаты по темам модуля

Комплект карточек для проверки знаний студентов. Тесты по темам профессионального модуля

Оборудование лаборатории информационных технологий в профессиональной деятельности:

Персональные компьютеры по количеству студентов

Лицензионная компьютерная программа 1С. Предприятие 8.

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

4.2.1 Основная учебная литература

1. Лукина А.В. Маркетинг товаров и услуг. Учебное пособие. – 2-е изд., доп. – М.: ИНФРА-М., 2017. – 15 экз.
2. Маркетинг. Учебник для СПО. /под ред. В.П. Федько. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА-М., 2014. – 10 экз.
1. Одинцов В.А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Практикум. Учебное пособие для СПО. – М.: Академия, 2014. – 10 экз.
3. Перекрестова Л.В. Финансы, дежное обращение и кредит. Практикум. Учебное пособие для СПО. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Академия, 2015. – 10 экз.
4. Перекрестова Л.В. Финансы, денежное обращение и кредит. Учебник для СПО. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Академия, 2015. – 21 экз.
5. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности. Учебник для СПО. – 6-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 10 экз.
6. Скворцов О.В. Налоги и налогообложение. Практикум. Учебное пособие для СПО. – 11-е изд., испр. – М.: Академия, 2015. – 10 экз.
7. Скворцов О.В. Налоги и налогообложение. Учебник для СПО – 13-е изд., испр. – М.: Академия, 2015. – 15 экз.
8. Финансы и кредит. Учебник для СПО. /Под ред. О.И. Лаврушина. – 4-е изд. – М.: КНОРУС, 2013. – 15 экз.
9. Чечевицына Л.Н., Чечевицына К.В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности. Учебник для СПО. – 7-е изд. – Ростов н/Д.: Феникс, 2014. – 10 экз.

4.2.2 Электронные издания (электронные ресурсы):

1. Чалдаева, Л. А. Финансы, денежное обращение и кредит : учебник для СПО / А. В. Дыдыкин ; под ред. Л. А. Чалдаевой. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 381 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02963-5.- www.biblio-online.ru
2. Налоги и налогообложение : учебник и практикум для СПО / Г. Б. Поляк [и др.] ; под ред. Г. Б. Поляка, Е. Е. Смирновой. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 385 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06431-5.- www.biblio-online.ru
3. Черник, Д. Г. Налоги и налогообложение : учебник и практикум для СПО / Д. Г. Черник, Ю. Д. Шмелёв ; под ред. Д. Г. Черника, Ю. Д. Шмелёва. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 408 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03088-4. - www.biblio-online.ru
4. Пансков, В. Г. Налоги и налогообложение : учебник и практикум для СПО / В. Г. Пансков. — 6-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 436 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06335-6.- www.biblio-online.ru

5. Кулагина, Н. А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Практикум : учеб. пособие для СПО / Н. А. Кулагина. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 135 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-07836-7. - www.biblio-online.ru

6. Шадрина, Г. В. Анализ финансово-хозяйственной деятельности : учебник и практикум для СПО / Г. В. Шадрина. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 431 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04620-5. - www.biblio-online.ru

7. Михалева, Е. П. Маркетинг : учеб. пособие для СПО / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 213 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-02475-3. - www.biblio-online.ru

8. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для СПО / Е. Е. Кузьмина. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 383 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-8980-9. - www.biblio-online.ru

9. Маркетинг : учебник и практикум для СПО / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под ред. Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 370 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06970-9. - www.biblio-online.ru

4.2.3 Дополнительная литература.

1. Абрамова Г.П. Маркетинг в АПК. – М.: Колос, 2011, Гриф Минобр
2. Агаркова, Л.В. Пути улучшения финансовых результатов предприятия / Л.В. Агаркова, И.М. Подколзина // Экономика. Бизнес. Банки. – №2 (11). – 2015. – С. 79-84.
3. Агекян, Л. С. Содержание анализа финансового состояния организации и решения, принимаемые на его основе / Л.С. Агекян // Молодой ученый. — 2015. — №4. — С. 329-331.
4. Алексунина. – 3-е изд., - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010. Гриф Минобр.
5. Андреев В.Д., Боков М.А. Теория и практика стратегического планирования/Под ред. В.И. Шаповалова. Сочи: РИЦ СГУТиКД, 2017. 264 с.
6. Андреева, Н. Н. Формы современного прямого маркетинга и их классификация/Н. Н. Андреева//Маркетинговые коммуникации. -2018. -№4. -С. 236 -247.
7. Артюхова, А. В., Литвин, А. А. Анализ финансово – хозяйственной деятельности предприятия: сущность и необходимость проведения / А.В. Артюхова, А.А. Литвин// Молодой ученый. — 2015. — №11. — С. 744-747.
8. Баранчев В. П. Управление инновациями: учебник / В. П. Баранчев, Н. П. Масленникова, В. М. Мишин. — М.: Издательство Юрайт; ИД Юрайт, 2014.
9. Баркалов, С. А. Формирование оптимального плана закупок. В 2 т. Т. 2/С. А. Баркалов, П. Н. Курочка, И. М. Смирнов, А. В. Щепкин// Современные сложные системы управления: материалы междунар. науч.-практ. конф./Воронеж. гос. арх.-строит. ун-т. -Воронеж, 2017. -С. 435-437.
10. Бердникова, Л. Ф., Портнова, Е. С. Технология анализа экономического состояния организации / Л.Ф. Бердникова, Е.С. Портнова // Молодой ученый. — 2016. — №17. — С. 374-377.
11. Бердникова, Л. Ф., Портнова, Е. С. Финансовое состояние организации: понятие и факторы, на него влияющие / Л.Ф. Бердникова, Е.С. Портнова // Молодой ученый. — 2016. — №17. — С. 372-374.

12. Березина Е.А. Исследование эффективности организации маркетинга на предприятии. СМАЛЬТА. 2017. № 6. С. 18-20.
13. Беркутова, Т. А. Маркетинговые коммуникации: учебное пособие/Т. А.Беркутова. -Ростов н/Д: Феникс, 2015. -254 с.
- Бланк, И. А. Торговый менеджмент / И. А. Бланк. — Киев: Эльга: Ника-Центр, 2014. — 784 с.
14. Бун Л. Современный маркетинг: Зарубежный учебник. М.: изд. ЮНИТИ-ДАНА, 2010, Гриф Минобр
15. Быкова, Н. Н. Сущность понятия финансового состояния предприятия в трактовке разных авторов / Н.Н. Быкова // Молодой ученый. — 2016. — №29. — С. 369-372.
16. Галлямова Л. М. Функционально-стоимостный анализ сбытовой деятельности предприятия [Текст] / Л. М. Галлямова // Молодой ученый. — 2015. — №9. — С. 563-567.
17. Герасименко, О.В., Петривская, А.В. Практические аспекты стабилизации финансового состояния организации в условиях кризиса / О.В. Герасименко, А.В. Петривская // Инновационная наука. 2017. № 1-1. С. 28-32.
18. Гусарова О.М. Методы и модели прогнозирования деятельности корпоративных систем//Теоретические и прикладные вопросы образования и науки. -Тамбов: Юком, 2014. -С. 42-43.
19. Гусарова О.М. Моделирование результатов бизнеса в менеджменте организации//Перспективы развития науки и образования. -Тамбов: Бизнес-Наука-Общество, 2014. -С. 42-43.
20. Дубровин И.А. Поведение потребителей: учеб. пособие. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2010. 312 с.
21. Ефимова С.А. Маркетинговое планирование. М.: Изд-во «Альфа-Пресс», 2018. С. 122
22. Жариков А.В., Горячев Р.А. Прогнозирование спроса и объема продаж: Учебно-методическое пособие. – Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2017. – 39 с.
23. Кондратьев А.Д. Маркетинг: концепции и решения. – М.: Олма-Пр. Инвест, 2011.Гриф Минобр
24. Котлер Ф. Маркетинг по Котлеру. Как создавать, завоевывать и удерживать рынок. М.: Альпина Бизнес Букс, 2010,ГрифМинобр
25. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг – менеджмент. Экспресс-курс. 3-е изд. /Пер. с англ. Под науч. ред. С.Г. Жильцова. – СПб.: Питер, 2010. Гриф Минобр
26. Ющук Е. Конкурентная разведка. Маркетинг рисков и возможностей. Изд-во: Вершина, 2010. Гриф Минобр

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

Контроль и оценка освоения основных видов профессиональной деятельности, профессиональных и общих компетенций проводится в процессе обучения и аттестации студентов.

В колледже при реализации учебных дисциплин и профессиональных модулей предусмотрены текущий контроль и промежуточная аттестация.

Текущий контроль проводится преподавателем в процессе обучения в формах: устный опрос, письменная работа, тестирование, отчет по результатам практической работы, отчет по результатам лабораторной работы, защита проектов и т.д.

Промежуточная аттестация по дисциплинам, междисциплинарным курсам предусматривает сдачу зачета (дифференцированного зачета), экзамена, выполнение контрольной работы в соответствии с учебным планом.

Обучение по профессиональному модулю завершается сдачей экзамена квалификационного (квалификационного экзамена), предусматривающего решение ситуации. В состав экзаменационной комиссии на экзамене квалификационном (квалификационном экзамене), могут входить представители работодателя.

Формы и методы текущего и промежуточного контроля по учебным дисциплинам, междисциплинарным курсам, профессиональным модулям самостоятельно разрабатываются преподавателями, рассматриваются на заседаниях цикловых комиссий и доводятся до сведения обучающихся не позднее чем через два месяца после начала обучения.

Для текущего и промежуточного контроля образовательной организацией создаются фонды оценочных средств (ФОС).

ФОС включают в себя педагогические контрольно-измерительные материалы, предназначенные для определения соответствия (или несоответствия) индивидуальных образовательных достижений основным показателям результатов подготовки.

Результаты (освоенные профессиональ- ные компетенции)	Основные показатели результатов подготов- ки	Формы и ме- тоды контроля
---	---	------------------------------

<p>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.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Обоснованность выбора данных бухгалтерского учёта для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности; - Соблюдение последовательности действий при проведении учёта товаров; - Соответствие оформления документации по учёту товаров установленным требованиям (стандартам); - Соответствие последовательности действий при проведении инвентаризации; - Соответствие оформления результатов инвентаризации установленным требованиям 	<p>Текущий контроль в форме:</p> <ul style="list-style-type: none"> -защиты практических работ -контрольных работ по темам МДК
<p>ПК 2.2 Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Соответствие оформления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов; - Правильность составления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов; - Организация хранения организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов в соответствии с установленным требованиям (стандартам); - Грамотность и скорость в оформлении организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов при работе с автоматизированными системами. 	<p>Зачёты по каждому из разделов профессионального модуля</p> <p>Тестирование,</p> <p>Решение ситуационных задач</p>

<p>ПК 2.3 Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Обоснованность выбора экономических методов в конкретных практических ситуациях; - Правильность расчёта микроэкономических показателей; - Полнота анализа микроэкономических показателей; - Полнота анализа рынков ресурсов 	
<p>ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Правильность расчёта основных экономических показателей коммерческой деятельности; - Правильность расчёта цены продукции; - Правильность расчёта заработной платы сотрудников ФОТ предприятия 	
<p>ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Правильность определения потребности; - Правильность выявления типа маркетинга в соответствии с потребностями потребителя; - Аргументированность формирования спроса; - Аргументированность выбора методов стимулирования сбыта 	
<p>ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Логичность обоснования целесообразности использования маркетинговых коммуникаций; - Правильность применения маркетинговых коммуникаций; 	

<p>ПК 2.7 Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Правильность соблюдения последовательности проведения маркетинговых исследований; - Обоснованность принятия маркетинговых решений 	
<p>ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Обоснованность принятия решений при реализации сбытовой политики; - Правильность оценки конкурентоспособности товаров; - Правильность оценки конкурентных преимуществ организации. 	
<p>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</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Обоснованность выбора методов и приёмов анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности; - Соблюдение последовательности действий при осуществлении денежных расчетов с покупателями, - Правильность составления финансовой документации и отчетности в соответствии с требованиями(стандартами); 	

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели результатов подготовки	Формы и методы контроля
--	--	-------------------------

<p>ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.</p>	<p>- демонстрация интереса к будущей профессии.</p>	<p>Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике</p>
<p>ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.</p>	<p>- обоснование выбора и применения методов и способов решения профессиональных задач в области разработки технологических процессов; - демонстрация эффективности и качества выполнения профессиональных задач.</p>	<p>Устный экзамен</p>
<p>ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p>	<p>- демонстрация способности принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p>	<p>Анализ результатов наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе освоения образовательной программы</p>
<p>ОК 4. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p>	<p>- нахождение и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p>	<p>Анализ результатов наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе освоения образовательной программы</p>

<p>ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p>	<p>- демонстрация навыков использования информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.</p>	<p>Контрольное тестирование Выполнение творческих заданий</p>
<p>ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<p>- взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения.</p>	<p>Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике</p>
<p>ОК 7. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.</p>	<p>- планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня.</p>	<p>Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике</p>
<p>ОК 8. Вести здоровый образ жизни, применять спортивно-оздоровительные методы и средства для коррекции физического развития и телосложения</p>	<p>- взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения.</p>	<p>Анализ результатов наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе освоения образовательной программы</p>
<p>ОК 9. Пользоваться иностранным языком как средством делового общения</p>	<p>- демонстрация способности владения иностранным языком.</p>	<p>Анализ результатов наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе освоения образовательной программы</p>

<p>ОК 10. Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь</p>	<p>- демонстрация способности логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.</p>	<p>Анализ результатов наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе освоения образовательной программы</p>
<p>ОК 11. Обеспечивать безопасность жизнедеятельности, предотвращать техногенные катастрофы в профессиональной деятельности, организовывать, проводить и контролировать мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций</p>	<p>- демонстрация эффективности и качества выполнения профессиональных задач и выполнения мероприятий по защите населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций.</p>	<p>Анализ результатов наблюдения за деятельностью обучающихся в процессе освоения образовательной программы</p>
<p>ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий</p>	<p>- демонстрация использования нормативных документов</p>	<p>Экспертное наблюдение и оценка на практических и лабораторных занятиях при выполнении работ по учебной и производственной практике</p>
<p>ОК 13. Исполнять воинскую обязанность, в том числе с</p>	<p>- демонстрация готовности к исполнению воинской обязанности.</p>	

применением полученных профессиональных знаний (для юношей)		
---	--	--