МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ
ГБПОУ МО «СЕРПУХОВСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор колледжа
_____ Федорова Т.В.
*(подпись)*
«28» 08 2020г.

# РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности
(название учебной дисциплины/профессионального модуля)

для специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

на базе основного общего образования

Разработчик _____

Рассмотрена на заседании предметно-цикловой комиссии по специальностям Экономика и бухгалтерский учёт, Операционная деятельность в логистике, Коммерция

Протокол № 1 от «28» августа 2020г.

Председатель ПЦК _____ / Волкина С.Н

Серпухов
2020

**СОДЕРЖАНИЕ**


| | стр. |
|---|---|
| **1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ** | 4 |
| **2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ** | 8 |
| **3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ** | 10 |
| **4 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ** | 22 |
| **5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ (ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)** | 25 |
| **6. ИЗМЕНЕНИЯ, ВНЕСЕННЫЕ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ** | 30 |

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

### 1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа профессионального модуля ПМ.02 **Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности** является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС среднего профессионального образования по специальности 38.02.04 **Коммерция (по отраслям)** базовой подготовки, входящей в укрупнённую группу 38.00.00 Экономика и управление, в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Организация и проведение эко- номической и маркетинговой деятельности** и соответствующих профессио- нальных компетенций (ПК):

1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, ма- териалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.
2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хране- ние организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необ- ходимых документов с использованием автоматизированных систем.
3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчи- тывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ре- сурсов.
4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.
5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы мар- кетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулиро- вать сбыт товаров.
6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетин- говые коммуникации.
7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разра- ботке и реализации маркетинговых решений.
8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и кон- курентные преимущества организации.
9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной дея- тельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять де- нежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.

Рабочая программа профессионального модуля может быть использована в дополнительном профессиональном образовании (в программах повышения квалификации и переподготовки) и профессиональной подготовке по специ- альности Коммерция.

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

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями студент в ходе освое- ния 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 конъюнкту- рой рынка;
- участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетин- говых коммуникаций;
- анализа маркетинговой среды организации;

**уметь:**

- составлять финансовые документы и отчеты;
- осуществлять денежные расчеты;
- анализировать расходы, доходы и прибыль торговой организации;
- проводить анализ безубыточности предприятия;
- определять эффективность привлечения заемного капитала;
- анализировать расходы, доходы и прибыль торговой организации;
- пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;
- рассчитывать основные налоги;
- анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности тор- говых организаций;
- применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;
- оценивать кредитоспособность предприятия;
- определить класс кредитоспособности предприятия.
- 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;
- анализировать внешнюю и внутреннюю среду розничного торгового предприятия;
- определять конкурентные преимущества торгового предприятия и раз- рабатывать эффективную маркетинговую программу;
- составлять рекламные сообщения;

- выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей орга- низации и целесообразности;
- организовывать рекламные акции; оценивать их эффективность;
- рассчитать объем затрат на рекламу;

**знать:**

- сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;
- финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планиро- вание 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 деятель- ности: цели, задачи, методы, приемы, виды;
- информационное обеспечение, организацию аналитической работы; анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, фи- нансовых результатов деятельности;
- показатели кредитоспособности, критерии оценивания , виды классов кредитоспособности.
- методику определения конкурентоспособности в условиях финансового риска. - 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 конкурен- тоспособности;
- этапы маркетинговых исследований, их результат;
- управление маркетингом;
- факторы, влияющие на результативность работы торгового предприя- тия;
- особенности элементов комплекса маркетинга для розничного торгово- го предприятия;
- принципы формирования товарной политики для различных видов розничных торговых предприятий;
- особенности формирования коммуникационной политики розничного торгового предприятия;
- цели, объекты, субъекты, принципы, средства, сферу применения рекламы;
- правовое регулирование рекламной деятельности;
- способы организации рекламного процесса;
- виды и формы рекламы, организацию рекламных акций и кампаний;
- оценку их эффективности.

**1.3. Количество часов на освоение рабочей программы профессионального модуля:**
всего –часа, в том числе:

максимальной учебной нагрузки студентов – **657** часов, включая:

обязательной аудиторной учебной нагрузки студентов – **438** часов;

в том числе курсовая работа **-20 часов;**

внеаудиторной самостоятельной работы студентов – **219** часов;

учебной и производственной практики – **72** часа

## 2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения рабочей программы профессионального модуля является овладение студентами видом профессиональной деятельности **Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности,**
в том числе, соответствующими профессиональными и общими компетенциями:

| Код | Наименование результата обучения |
|---|---|
| ПК 1 | Использовать данные бухгалтерского учета для контроля резуль- татов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других мате- риальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации |
| ПК 2 | Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводи- тельных и иных необходимых документов с использованием ав- томатизированных систем |
| ПК 3 | Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов |
| ПК 4 | Определять основные экономические показатели работы органи- зации, цены, заработную плату |
| ПК 5 | Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров |
| ПК 6 | Обосновывать целесообразность использования и применять мар- кетинговые коммуникации |
| ПК 7 | Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений |
| ПК 8 | Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации |
| ПК 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 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 лич- ностного 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 9 | Пользоваться иностранным языком как средством делового об- щения |
| ОК 10 | Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь |
| ОК 11 | Обеспечивать безопасность жизнедеятельности, предотвращать техногенные катастрофы в профессиональной деятельности, ор- ганизовывать, проводить и контролировать мероприятия по за- щите работающих и населения от негативных воздействий чрез- вычайных ситуаций |
| ОК 12 | Соблюдать действующее законодательство и обязательные требо- вания нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий |
| ОК 13 | Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением по- лученных профессиональных знаний (для юношей). |

## 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 3.1. Тематический план профессионального модуля

| Коды профессио-нальных компетенций | Наименования разделов профессионального модуля | Всего ча-сов | Объем времени, отведенный на освоение междисциплинарного курса (курсов) | | | | | Практика | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | Обязательная аудиторная учебная нагрузка обучающегося | | | Самостоятельная работа обучающегося | | Учебная, часов | Производственная (по профилю спе-циальности), часов ( |
| | | | Всего, часов | в т.ч. лабораторные работы и практические занятия, часов | в т.ч., курсовая работа (проект), часов | Всего, часов | в т.ч., курсовая работа (проект), часов | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| ПК 1,2 | Раздел 1Финансы, налоги и налогообложение | 162 | 108 | 54 | | | | | |
| ПК 3, 4,9 | Раздел 2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности | 237 | 158 | 68 | 20 | | | | |
| ПК 5,6,7,8 | Раздел 3. Маркетинг | 141 | 94 | 54 | | | | | |
| | Раздел 4. Основы предпринимательской деятельности | 117 | 78 | 40 | | | | | |
| | Учебная и производственная практика (по профилю специальности), часов | 72 | | | | | | | |
| | Всего: | 729 | 438 | 216 | 20 | | | 36 | 36 |

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

| Наименование разделов профес- сионального модуля (ПМ), меж- дисциплинарных курсов (МДК) и тем | Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, самостоя- тельная работа обучающихся, курсовая работ (проект) *(если предусмотрены)* | | Объем часов | Уровень освоения |
|---|---|---|---|---|
| **1** | **2** | | **3** | **4** |
| **МДК 1** Финансы, налоги и налогообложение | | | **162** | |
| **Раздел 1** Проведение фи- нансовых и налоговых рас- четов | | | | |
| **Тема 1.1** Финансирование и денежно-кредитная полити- ка | **Содержание учебного материала** | | **16** | |
| | 1 | **Финансовая политика**<br>Сущность финансов в экономике. | 2 | 2 |
| | 2 | Деньги и денежное хозяйство страны. Функции денег. Закон денежного об- ращения. | 2 | |
| | 3 | Функции и роль финансов. Финансовые ресурсы. | 2 | |
| | 4 | Финансовая система. Финансовые потоки. | 2 | |
| | 5 | **Денежно-кредитная политика**<br>Финансирование предприятий. Финансы субъектов хозяйствования. | 2 | 2 |
| | 6 | Кредитная политика государства. | 2 | |
| | 7 | Финансовое планирование. Методы финансового контроля. | 2 | |
| | 8 | Перспективное планирование. Текущее планирование. | 2 | |
| | **Практические занятия** | | **18** | |
| | 1. | Решение типовых задач по определению массы денег. | 2 | |
| | 2. | Решение задач по определению скорости обращения денежной массы, необ- ходимого количества денег, средней стоимости товаров. | 2 | |
| | 3. | Решение задач по кредитованию предприятий. | 2 | |
| | 4. | Составление финансового плана организации (предприятия). | 2 | |
| | 5. | Анализ расходов, доходов, прибыли торговой организации | 2 | |
| | 6. | Анализ безубыточности организации | 2 | |
| | 7. | Оценка эффективности привлечения заемного капитала | 2 | |
| | 8. | Определение потребности в оборотном капитале | 2 | |
| | 9. | Оценка финансового состояния предприятия | 2 | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Тема 1.2.** Основы налогообложения в Российской Федерации | **Содержание учебного материала** | | **18** | |
| | 9 | **Система налогов в Российской Федерации**<br>Общие понятия и термины. Классификация налогов и сборов в Российской Федерации. | 2 | 3 |
| | 10 | Федеральные налоги и сборы. | 2 | |
| | 11 | Региональные налоги. Местные налоги. Специальные налоговые режимы. | 2 | |
| | 12 | Функции налогов. Организация налоговой службы. | 2 | |
| | 13 | **Методика расчета налогов**<br>Основные элементы налогов. Налогоплательщики. | 2 | 3 |
| | 14 | Объекты налогообложения. | 2 | |
| | 15 | Налоговая база. Налоговые льготы. Налоговый период. | 2 | |
| | 16 | Срок уплаты налога. Авансовый платеж. Налоговая ставка. Пени. Формулы расчета налогов. | 2 | |
| | 17 | Контрольная работа | 2 | |
| | **Практические занятия** | | **18** | 3 |
| | 10. | Составление таблицы элементов налога и их характеристика. | 2 | |
| | 11. | Характеристика субъектов налогообложения (налогоплательщиков). | 2 | |
| | 12. | Составление таблицы «Предмет и объект налогообложения». | 2 | |
| | 13. | Расчет федеральных налогов (НДС, налог на прибыль) | 2 | |
| | 14. | Расчет федеральных налогов (акциз, НДФЛ) | 2 | |
| | 15. | Расчет налогов по УСН и ЕНВД. | 2 | |
| | 16. | Расчет местных налогов (земельный налог). | 2 | |
| | 17. | Расчет местных налогов (налог на имущество физ.лиц). | 2 | |
| | 18. | Расчет региональных налогов. | 2 | |
| **Внеаудиторная самостоятельная работа:**<br>1. Подготовка сообщений по теме: «Закон денежного обращения и его проявление в России»<br>2. Подготовка сообщений по теме: «Сущность бюджета как экономической категории»<br>3. Решение ситуационных задач по теме «Закон денежного обращения»<br>4. Решение ситуационных задач по теме «Финансирование предприятий».<br>5. Подготовка сообщения по теме: «Налоговые льготы».<br>6. Составление схемы-классификации налогов.<br>7. Решение ситуационных задач по теме: «Федеральные, региональные и местные налоги».<br>8. Составление организационной структуры налоговой службы, формулирование прав и обязанностей сотрудников.<br>9. | | | **18**<br>2<br>2<br>4<br>2<br>2<br>2<br>2<br>2 | 3 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **МДК 02.02** Анализ финансово-хозяйственной деятельности | | | **237** | |
| **Раздел 2 .** Проведение анализа финансово-хозяйственной деятельности | | | | |
| **Тема 1.1.** Методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности | **Содержание учебного материала** | | **34** | |
| | 18 | **Основы анализа финансово-хозяйственной деятельности**. Цели, задачи, анализа финансово-хозяйственной деятельности. | 2 | 2 |
| | 19 | Методы финансово-хозяйственной деятельности. | 2 | |
| | 20 | Приемы финансово-хозяйственной деятельности. | 2 | |
| | 21 | Виды анализа финансово-хозяйственной деятельности. | 2 | |
| | 22 | Информационное обеспечение и организация аналитической работы | 2 | |
| | 23 | **Анализ деятельности торговых организаций.** Анализ деятельности организаций оптовой торговли. | 2 | 2 |
| | 24 | Задачи анализа выполнения плана товарооборота | 2 | |
| | 25 | Анализ обеспеченности товарными ресурсами. | 2 | |
| | 26 | **Анализ деятельности организаций розничной торговли.** Анализа выполнения плана и динамики розничного товарооборота | 2 | |
| | 27 | Анализ обеспеченности и эффективности использования товарных ресурсов. | 2 | |
| | 28 | Анализ товарных запасов и товарооборачиваемости. | 2 | |
| | 29 | Факторный анализ товарооборота. | 2 | |
| | 30 | **Анализ финансовых результатов деятельности торговых предприятий.** Факторный анализ валового дохода. | 2 | |
| | 31 | Анализ состава и структуры прибыли розничной торговли. | 2 | |
| | 32 | Факторный анализ прибыли розничной торговли. | 2 | |
| | 33 | Анализ имущества организации и источников его формирования | 2 | |
| | 34 | Анализ финансовой устойчивости организации. Анализ платёжеспособности | 2 | |
| | **Практические занятия** | | **36** | 3 |
| | 19. | Анализ абсолютных и относительных показатели состава оптового товарооборота, структуру и ассортимент товарооборота | 2 | |
| | 20. | Анализ обеспеченности товарными ресурсами, составление вывода. | 2 | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | 21. | Проанализировать степень выполнения плана, динамику общего объёма розничного товарооборота, его структуру и ассортимент | 2 | |
| | 22. | Рассчитать и проанализировать коэффициенты ритмичности, реализации товаров, составление вывода | 2 | |
| | 23. | Рассчитать и проанализировать поступление, изменение товарных запасов их товарооборачиваемость составить вывод. | 2 | |
| | 24. | Проанализировать влияние факторов на изменение товарооборота и составление вывода. | 2 | |
| | 25. | Анализ уровня издержек обращения, их динамику в целом и по статьям затрат | 2 | |
| | 26. | Анализ влияния факторов на изменение уровня издержек обращения. | 2 | |
| | 27. | Анализ уровня валового дохода, его динамику, составление вывода | 2 | |
| | 28. | Факторный анализ уровня валового дохода, составить выводы. | 2 | |
| | 29. | Анализ состава и структуры прибыли. | 2 | |
| | 30. | Факторный анализ прибыли розничной торговли. | 2 | |
| | 31. | Факторный анализ рентабельности предприятия, продукции, капитала. | 2 | |
| | 32. | Анализ состава и структуры баланса предприятия. | 2 | |
| | 33. | Проведение анализа платежеспособности | 2 | |
| | 34. | Проведение анализа финансовой устойчивости | 2 | |
| | 35. | Анализ кредитоспособности организации | 2 | |
| | 36. | Определить виды классов кредитоспособности организации | 2 | |
| **Внеаудиторная самостоятельная работа:**<br>9. Решение ситуационных задач по теме «Анализ оптового товарооборота»<br>10. Решение ситуационных задач по теме «Анализ розничного товарооборота»<br>11. Решение ситуационных задач по теме «Факторный анализ издержек обращения<br>12. Решение ситуационных задач по теме «Факторный анализ валового дохода»<br>13. Решение ситуационных задач по теме «Анализ обеспеченности трудовыми ресурсами торгового предприятия»<br>14. Решение ситуационных задач по теме «Факторный анализ прибыли»<br>15. Составление логических схем, презентаций по валовому доходу, издержкам обращения | | | **36**<br>4<br>4<br>6<br>6<br>4<br>6<br>6 | 3 |
| | | **Промежуточная аттестация - дифференцированный зачет** | **2** | |
| **МДК 02.03.** Маркетинг | | | **141** | |
| **Раздел 3.** Проведение маркетинговых исследований | | | | |
| **Тема 1.1.** Основы маркетинга | | **Содержание учебного материала** | **38** | |
| | 35 | **Элементы и средства маркетинговой деятельности**.<br>Цели, задачи, принципы, функции маркетинга. | 2 | 2 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | 36 | Концепции развития рыночных отношений. | 2 | |
| | 37 | Концепции развития рыночных отношений. | 2 | |
| | 38 | Объекты маркетинговой деятельности. | 2 | |
| | 39 | Субъекты маркетинговой деятельности. | 2 | |
| | 40 | Классификация потребностей. | 2 | |
| | 41 | Удовлетворение потребностей. | 2 | |
| | 42 | Цели, задачи и основные направления сбытовой политики. | 2 | |
| | 43 | Распределение и продвижение товаров. | 2 | |
| | 44 | Маркетинговые коммуникации и их характеристика. | 2 | |
| | 45 | **Маркетинговые исследования рынка.**<br>Методы изучения рынка. | 2 | 3 |
| | 46 | Анализа окружающей среды. | 2 | |
| | 47 | Конкурентная среда: характерные черты, условия возникновения | 2 | |
| | 48 | Конкурентная среда: характерные черты, условия возникновения | 2 | |
| | 49 | Виды конкуренции. | 2 | |
| | 50 | Показатели оценки конкурентоспособности. | 2 | |
| | 51 | Конкурентоспособность организаций и товаров. | 2 | |
| | 52 | Этапы проведения маркетинговых исследований. | 2 | |
| | 53 | Виды исследований, методы сбора информации. | 2 | |
| **Тема 1.2.** Рекламная деятельность | **Содержание учебного материала** | | **16** | 2 |
| | 54 | Цели, объекты, субъекты, принципы, средства, сфера применения рекламы. | 2 | |
| | 55 | Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров, работ и услуг | 2 | |
| | 56 | Виды рекламы (социальная, политическая, коммерческая) | 2 | |
| | 57 | Субъекты рекламного бизнеса (рекламодатели, рекламные агентства, потребители рекламы). | 2 | |
| | 58 | Средства распространения рекламы (ТВ, радио, СМИ, Интернет) | 2 | |
| | 59 | Организация рекламы в магазине. Внешняя реклама магазина. Интерьер магазина как средство рекламы. | 2 | |
| | 60 | Дизайн рекламы. Рекламный текст. Рекламное обращение. | 2 | |
| | 61 | Показатели эффективности размещения рекламы | 2 | |
| | **Практические занятия** | | **54** | 3 |
| | 37. | Анализ примерного плана маркетингового исследования. | 2 | |
| | 38. | Составление схемы маркетингового исследования. | 2 | |
| | 39. | Составление плана маркетингового исследования в соответствии с выбранной темой | 2 | |
| | 40. | Анализ общих факторов, определяющих емкость исследуемого рынка. | 2 | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | 41. | Анализ специфических факторов, определяющих емкость исследуемого рынка. | 2 | |
| | 42. | Определение этапов жизненного цикла товара (ситуационные задачи) в со- | 2 | |
| | | ответствии с целями проводимого маркетингового исследования. | | |
| | 43. | Определение этапов жизненного цикла товара в соответствии с целями проводимого маркетингового исследования. | 2 | |
| | 44. | Изучение вторичных источников информации в целях проводимого маркетингового исследования. | 2 | |
| | 45. | Анализ проведенного опроса в рамках маркетингового исследования. | 2 | |
| | 46. | Подготовка отчета на основе анализа вторичных и первичных данных. | 2 | |
| | 47. | Анализ и подведение итогов проведенного маркетингового исследования. | 2<br>2 | |
| | 48. | Решение ситуационных задач с использование и применением маркетинговых коммуникаций. | 2 | |
| | 49. | Решение задач с использованием различных форм и методов. | 2 | |
| | 50. | Структурирование материала маркетингового исследования в соответствии с планом. | 2 | |
| | 51. | Подготовка и оформление отчета проведенного маркетингового исследования в соответствии с выбранной темой. Презентация результатов маркетингового исследования. | 2<br>2 | |
| | 52. | Самостоятельное решение ситуационных задач с использованием и применением маркетинговых коммуникаций. | 2 | |
| | 53. | Решение ситуационных задач по определению конкурентоспособности товаров. | 2 | |
| | 54. | Решение ситуационных задач по выявлению конкурентных преимуществ организаций. | 2 | |
| | 55. | Решение ситуационных задач на применение норм правового регулирования рекламной деятельности. | 2 | |
| | 56. | Установить соответствие рекламы г. Иркутска требованиям законодательства о рекламе. | 2 | |
| | 57. | Анализ внешней рекламы магазинов г. Иркутска. | 2 | |
| | 58. | Разработка предложений по оформлению интерьера магазина. | 2 | |
| | 59. | Решение ситуационных задач по расчету затрат на рекламу. | 2 | |
| | 60. | Разработка основных этапов плана рекламной кампании. | 2 | |
| | 61. | Сопоставление плана маркетинга и плана рекламы. Их общие черты и особенности. | 2 | |
| | 62. | Определение экономического результата от применения рекламного средства или проведения рекламной кампании. | 2 | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | 63. | Решение ситуационных задач по расчету эффективности использования рекламных средств | 2 | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **Внеаудиторная самостоятельная работа:**<br>16. Подготовка сообщений по теме: «Применение производственной концепции маркетинга в современной экономике»<br>17. Подготовка сообщений по теме: «Проблемы изучения потребительского поведения на рынках продукции массового спроса»<br>18. Подготовка сообщений по теме: «Способы повышения эффективности маркетинговых исследований».<br>19. Составление плана маркетингового исследования.<br>20. Анализ вторичной информации в целях проводимого маркетингового исследования.<br>21. Составление анкеты и проведение опроса потребителей.<br>22. Анализ первичной информации для маркетингового исследования в соответствии с выбранной темой.<br>23. Подготовка презентаций по теме: «Представление результатов проведенного маркетингового исследования».<br>24. Подготовить доклад «Мировое законодательство о рекламе»<br>25. Подбор примеров внешней рекламы магазинов.<br>26. Разработка предложений по оформлению интерьера магазина. Составить рекламный текст.<br>27. Определение степени влияния рекламы на рост товарооборота.<br>28. Определение степени привлечения внимания покупателей к наружной рекламе, действенности публикации рекламных объявлений рекламодателя в средствах массовой информации. | | **46**<br>2<br>2<br>2<br>2<br>2<br>2<br>2<br>2<br>2<br>2<br>2<br>2<br>2<br>3<br>2<br>4<br>3<br>4<br>4 | 3 |
| **МДК 02.04**<br>**Основы**<br>предпринимательской деятельности | | 117 | |
| | **Промежуточная аттестация - дифференцированный зачет** | **2** | |
| **Учебная практика**<br>**Виды работ:**<br>Составлять финансовые документы и отчеты.<br>Рассчитать объём реализации продукции и прибыли<br>Рассчитать федеральные налоги и налоги по УСН и ЕНВД.<br>Рассчитать региональные и местные налоги<br>Анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций<br>Проводить маркетинговые исследования рынка. **Промежуточная аттестация - дифференцированный зачет** | | **36** | |

| | | |
|---|---|---|
| **Производственная практика (по профилю специальности).**<br>**Виды работ:** Оформление документации по начислению налогов, сборов.<br>Оформление финансовых документов и отчетов.<br>Анализ показателей деятельности предприятия розничной (оптовой) торговли.<br>Составление таблицы по результатам деятельности предприятия розничной (оптовой) торговли.<br>Проведение маркетинговых исследований. **Промежуточная аттестация - дифференцированный зачет** | **36** | |
| **Всего по ПМ.02** | | |
| **Максимальная учебная нагрузка студентов** | **729** | |
| **Обязательных аудиторных нагрузка студентов** | **438** | |
| **В том числе. практических занятий** | **216** | |
| **Внеаудиторная самостоятельная работа студентов** | **219** | |
| **Учебная практика** | **36** | |
| **Производственная практика** | **36** | |
| **Промежуточная аттестация - экзамен (квалификационный) по ПМ.02** | | |

## 4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

### 4.1. Материально-техническое обеспечение

Реализация профессионального модуля **Организация и проведение эконо- мической и маркетинговой деятельности** обеспечивается наличием учеб- ного кабинета финансов, налогов и налогообложения; маркетинга;

Оборудование учебных кабинетов и рабочих мест:

**кабинета социально-экономических дисциплин;**

- рабочее место преподавателя;
- посадочные места студентов (по количеству студентов);
- комплект бланков;
- комплект учебно-методической документации;
- наглядные пособия.

**кабинета финансов, налогов и налогообложения:**

- рабочее место преподавателя;
- посадочные места студентов (по количеству студентов);
- комплект бланков;
- комплект учебно-методической документации;
- наглядные пособия.

**кабинет маркетинга:**

- рабочее место преподавателя;
- посадочные места студентов (по количеству студентов);
- комплект бланков;
- комплект учебно-методической документации;
- наглядные пособия.

Технические средства обучения: компьютер с лицензионным программным обеспечением, мультимедиапроектор, интерактивная доска

### 4.2. Информационное обеспечение обучения. Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:


1. Братухина О.А. Финансовый менеджмент (для СПО) Учебное пособие. – М.: КноРус, 2016.
2. Грибов В.Д. Основы экономики, менеджмента и маркетинга (для СПО) Учебное пособие. – М.: КноРус, 2018.
3. Грибов В.Д. Основы экономики, менеджмента и маркетинга (для СПО) Учебное пособие. – М.: КноРус, 2016.
4. Ковалева Т.М. под ред. и др. Финансы, денежное обращение и кредит (для СПО) Учебник, КноРус, 2016.
5. Лаврушин О.И. под ред. и др. Финансы и кредит (для ссузов) Учебное пособие – М.: КноРус, 2016.

6. Любушин Н.П., под ред. Документирование хозяйственных операций и ведение бухгалтерского учета имущества организации (СПО) Учебное пособие – М.: КноРус, 2017.
7. Парамонова Т.Н., Красюк И.Н. Маркетинг (для СПО) Учебное пособие. – М.: КноРус, 2018.
8. Парамонова Т.Н., Красюк И.Н. Маркетинг (для СПО) Учебное пособие. – М.: КноРус, 2016
9. Скворцов О.В. Осуществление налогового учета и налогового плани- рования в организации (для СПО) Учебное пособие – М.: КноРус, 2018.
10. Хазанович Э.С. Анализ финансово-хозяйственной деятельности (для СПО) Учебное пособие – М.: КноРус, 2017.
11. Широбоков В.Г. Бухгалтерский финансовый учет Учебное пособие – М.: КноРус, 2016.

Дополнительные источники:

12. Барышев А.Ф. Маркетинг. Маркетинговые исследования: - М.: Акаде- мия, 2018
13. Блюм М.А., Герасимов Б.И., Молоткова М.В. Маркетинг рекламы - М.: Форум, 2009
14. Герасимов Б.И. Мозгов Н.Н. Маркетинговые исследования рынка - М.: Форум, 2009
15. Герасимов Б.И., Жариков В.В., Жарикова М.В. Маркетинг - М.: Форум, 2009
16. Дубровин И.А. Маркетинговые исследования. Учебное пособие, 2-е издание. - М.: Дашков и К*, 2009
17. Евстигнеев Е.Н. Налоги и налогообложение - С/Пб: Питер, 2012 18.Ерохина Л.И. и др. Маркетинг в оптовой и розничной торговле. - М.: КноРус, 2009
19. Касьянова Г.Ю. Налог на прибыль: Просто о сложном – М.: Академиз- датцентр «Наука», 2012
20. Лебедева О.А., Лыгина Н.И. Маркетинговые исследования рынка - М.: Форум-Инфра-М ,2009
21. Одинцов В.А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности – М.: ОИЦ Академия, 2014
22. Пансков В.Г. Налоги и налогообложение - М.: Просвещение, 2011 23.Пансков В.Г. Налоги и налогообложение: Учебник для ссузов. – М.: Юрайт, 2010
24. Перекрестова Л.В. Финансы, денежное обращение и кредит. Учебник для СПО. – М.: ИЦ Академия,2015
25. Сергеев А.П. Маркетинговые исследования с помощью Excel 2007 - С/Пб.: Питер, 2009
26. Скворцов О.В. Налоги и налогообложение - М.: Академия, 2010 27.Скворцов О.В. Налоги и налогообложение. Практикум - М.: ИЦ Ака- демия, 2015
28. Скворцов О.В. Налоги и налогообложение. Учебник для СПО - М.: ИЦ Академия, 2015

29. Финансы и кредит под ред. О.И. Лаврушина - М.: Академия, 2012 30.Чечевицына Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности. – Р-
на - Д.: Феникс, 2010
31. Чечевицына Л.Н., Анализ финансово-хозяйственной деятельности - Р. - на- Д.: Феникс, 2013
32. Чуева Л.Н., Чуев И.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности. – М.: Дашков и К, 2010

Интернет-ресурсы:

33. Российский налоговый курьер. – Режим доступа: http//www. rnk.ru / journal / articl /dorument 153359 phtm |.
34. Российская газета. – Режим доступа: http//www.rq.ru / sujet /671.htm |.
35. Российский налоговый портал. – Режим доступа: http//www.taxpravo.ru / rabrics / 116 – edinyi – socialnyi – nalog / view |.

## 4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Освоение рабочей программы профессионального модуля **ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности** обеспечивается учебно-методической документацией по всем разделам модуля, материально-технической базой для проведения всех видов практических занятий.

Во время самостоятельной подготовки студентам оказывается помощь в форме консультаций (групповых, индивидуальных, письменных, устных).

В программе профессионального модуля предусматривается учебная и производственная практика.

## 4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса.

Реализация основной профессиональной образовательной рабочей про- граммы по модулю **ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности** обеспечивается преподавателями, имеющи- ми высшее образование, соответствующее профилю профессионального мо- дуля.

Преподаватели проходят повышение квалификации, в том числе стажи- ровку в профильных организациях, не реже 1 раза в 3 года.

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

| Результаты (освоенные профессиональные компетенции) | Основные показатели оценки результата | Формы и методы контроля и оценки |
|---|---|---|
| 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 | – использование нормативных документов в области бухгалтерского учета и планирования коммерческой деятельности;<br>– участие в проведении учета и инвентаризации сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей. | Наблюдение и оценка на производственной практике |
| Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем | – использование автоматизированных систем для проверки правильности составления и хранения организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов | Наблюдение и оценка на производственной практике |
| Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов | – выполнение анализа результатов финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций | Наблюдение и оценка на практических занятиях 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16 |
| Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату | – выполнение анализа основных показателей работы организации | Наблюдение и оценка на практических занятиях 17, 18, 19, 20, 21,22,23, 24 |
| Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров | – проведение опроса покупателей, рекламных компаний, выполнение анализ вторичных источников информации для обеспечения целей организации | Наблюдение и оценка на практических занятиях 25, 26, 27 |
| Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации | - обеспечение распределения через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций; | Наблюдение и оценка на практическом занятии 30. |
| Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации марке- | - составление плана маркетингового исследования<br>- обобщение маркетинговых ис- | Наблюдение и оценка на практических заняти- |

| | | |
|---|---|---|
| тинговых решений | следований и разработка рекомендаций | ях 28, 29 и самостоятельных работ 21, 22 |
| Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации | - оценивание конкурентоспособности товаров и конкурентные преимущества организации | Наблюдение и оценка на практическом занятии 31. |
| Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты | – применение методов и приемов анализа финансово-хозяйственной деятельности при анализе издержек обращения и валового дохода<br>– выполнение денежных расчетов с покупателями с применением контрольно-кассовых машин | Наблюдение и оценка на практических занятиях7- 9, 10<br>Наблюдение и оценка на учебной практике |

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения направлены на проверку не только 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** |
|---|---|---|
| Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес | – активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности;<br>– аргументированность и полнота объяснения сущности и содержания будущей профессии;<br>– аргументированность и полнота объяснения социальной значимости будущей профессии | Наблюдение за деятельностью студента во время учебной и производственной практики.<br>Анкетирование. |
| Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество | -поэтапное планирование и организация собственной коммерческой деятельности;<br>-обоснованный выбор методов и способов решения профессиональных задач в области коммерческой деятельности на разных ее этапах в соответствии с целью;<br>-правильное применение методов и способов решения поставленных профессиональных задач в области | Наблюдение за деятельностью студента во время учебной и производственной практики.<br><br>Экспертное наблюдение при выполнении работ производственной практике. |

| | | |
|---|---|---|
| | коммерческой деятельности на разных ее этапах; | |
| Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность | - адекватность принятия решений в стандартных и нестандартных ситуациях | Оценка самостоятельных работ 7, 19, 28.<br>Наблюдение и оценка в процессе производственной практики. |
| Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития | - отбор и использование информации для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития. | Оценка самостоятельных работ 1, 2, 3, 4, 8, 21, 22, 23 и в процессе производственной практики. |
| Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности | - применение навыков использования информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности. | Наблюдение и оценка на практическом занятии 18, самостоятельных работ 7, 28. |
| Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями | - взаимодействие с обучающимися, преподавателями и мастерами в ходе обучения. | Наблюдение и оценка при выполнении работ по учебной и производственной практике. |
| Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации | – планирование обучающимся повышения личностного и квалификационного уровня. | Оценка при выполнении работ по учебной и производственной практике |
| Вести здоровый образ жизни, применять спортивно-оздоровительные методы и средства для коррекции физического развития и телосложения | - поэтапное планирование и организация здорового образа жизни;<br>- обоснованный выбор методов и способов спортивно-оздоровительных мероприятий. | Наблюдение за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы |
| Пользоваться иностранным языком как средством делового общения | - использование иностранного языка как средства делового общения (иностранная терминология). | Наблюдение за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы |
| Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь | - умение логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь;<br>-свободное владение русским языком. | Наблюдение и оценка самостоятельной работы 26, на практическом занятии18, при выполнении работ по учебной и производственной практике |
| Обеспечивать безопасность жизнедеятельности, предотвращать техногенные катастрофы в профес- | - организация безопасности жизнедеятельности;<br>- определение степени ответственности при проведе- | Наблюдение за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы |

| | | |
|---|---|---|
| сиональной деятельности, организовывать, проводить и контролировать мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций | нии мероприятий по защите работающих и населения; | |
| Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий | -определение степени ответственности за собственную деятельность;<br>-решение профессиональных задач в полном соответствии с требованиями законодательства и нормативно-технической документации. | Наблюдение и оценка самостоятельной работы 7, при выполнении работ по учебной и производственной практике. |
| Исполнять воинскую обязанность, в том числе с применением полученных профессиональных знаний (для юношей). | - демонстрация готовности к исполнению воинской обязанности. | Наблюдение за деятельностью студента в процессе освоения образовательной программы |

## 6. ИЗМЕНЕНИЯ, ВНЕСЕННЫЕ В РАБОЧУЮ ПРОГРАММУ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

| № п/п | Название темы | Внесены дидактические единицы | Исключены дидактические единицы |
|---|---|---|---|
| 1 | **МДК 1** Финансы, налоги и налогообложение<br>**Тема 1.1** Финансирование и денежно-кредитная политика | ПР 5. Анализ расходов, доходов, прибыли торговой организации | |
| 2 | **МДК 3.** Маркетинг<br>**Тема 1.2.** Рекламная деятельность | – Цели, объекты, субъекты, принципы, средства, сфера применения рекламы.<br>– Основные нормы правового регулирования рекламной деятельности на рынке товаров, работ и услуг<br>– Виды рекламы (социальная, политическая, коммерче- ская)<br>– Субъекты рекламного бизнеса (рекламодатели, ре- кламные агентства, потребители рекламы).<br>– Средства распространения рекламы (ТВ, радио, СМИ, Интернет)<br>– Организация рекламы в магазине. Внешняя реклама магазина. Интерьер магазина как средство рекламы.<br>– Дизайн рекламы. Рекламный текст. Рекламное обра- щение.<br>– Показатели эффективности размещения рекламы | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | ПР 55. Решение ситуационных задач на применение норм правового регулирования рекламной деятельности.<br>Пр 56. Установить соответствие рекламы г. Иркутска требованиям законодательства о рекламе.<br>ПР 57. Анализ внешней рекламы магазинов г. Иркутска.<br>ПР 58. Разработка предложений по оформлению интерьера магазина.<br>ПР 59. Решение ситуационных задач по расчету затрат на рекламу.<br>ПР 60. Разработка основных этапов плана рекламной кампании.<br>ПР 61. Сопоставление плана маркетинга и плана рекламы. Их общие черты и особенности.<br>ПР 62. Определение экономического результата от применения рекламного средства или проведения рекламной кампании.<br>ПР 63. Решение ситуационных задач по расчету эффективности использования рекламных средств | |