

**БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ
«МОСКАЛЕНСКИЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИКУМ»**

РАССМОТРЕНО
НА ЗАСЕДАНИИ ПЦК
ПРОТОКОЛ № _____
ОТ _____

СОГЛАСОВАНО
РАБОТОДАТЕЛЬ

УТВЕРЖДАЮ
ЗАМ. ДИРЕКТОРА
БПОУ МПТ
_____ В.Н. БЕГЛЯКОВ
« » _____ 2021 Г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Р.п. Москаленки
2021г.

Рабочая программа профессионального модуля разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям), утвержденного Приказом Министерства образования и науки от 15.05.2014 N 539

Организация разработчик: бюджетное профессиональное образовательное учреждение Омской области «Москаленский профессиональный техникум»

Разработчики:

Юр О.Ю. – преподаватель БПОУ МПТ

Васильева Н.В. – мастер п/о БПОУ МПТ

Хатестова Н.В. – заместитель директора БПОУ МПТ

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 (далее рабочая программа) – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальностям СПО, входящим в состав укрупненной группы специальностей 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.

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

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

иметь практический опыт:

- оформления финансовых документов и отчетов;
- проведения денежных расчетов;
- расчета основных налогов;
- анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;
- 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 расчетов основных видов налогов;
- методологические основы 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. Рекомендуемое количество часов на освоение программы профессионального модуля:

всего – 492 часов, в том числе:

- обязательной аудиторной учебной нагрузки обучающегося – 280 часов;

- самостоятельной работы обучающегося – 140 часа;

- учебной практики – 36 часов;

- производственной практики – 36 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

Результатом освоения программы профессионального модуля является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности (ВПД) **Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности (ПМ.02)**, 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), 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 своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5.	Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.
ОК 6.	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение

	квалификации.
ОК 10.	Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.
ОК 12.	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.

3. СТРУКТУРА И ПРИМЕРНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

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

Код 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
ПК 1-4, ПК-9	Раздел 1. Организация и проведение экономической деятельности	216	144	72		72			
ПК 5-8	Раздел 2. Организация и проведение маркетинговой деятельности	204	136	68		68			
	Учебная практика, часов	36						36	
	Производственная практика, часов	36							36
Всего:		492	280	140		140		36	36

3.2. 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 работ (проект)	Объем часов	Уровень освоения
1	2	3	4
Раздел 1. Организация и проведение экономической деятельности		216	
МДК 02.01. Финансы, налоги и налогообложение		84	
Тема 1.1. Финансы: сущность и роль в экономике, денежное обращение	Содержание	28	
	1. Сущность, функции и роль финансов в экономике.	2	1
	2. Экономическая сущность финансов в условиях рыночных отношений.	2	
	3. Назначение и функции финансов в процессе общественного производства.	2	
	4. Финансовая политика государства в современных условиях.	2	
	5. Сущность и функции денег. Деньги: происхождение, сущность виды. Функции и роль денег в условиях рыночных отношений.	2	1
	6. Сущность денежного обращения.	2	2
	7. Денежная система Российской Федерации.	2	
	8. Денежная масса, ее роль в денежно-кредитной политике государства. Скорость денежного обращения. Уравнение обмена И. Фишера.	2	
	9. Финансирование и денежно-кредитная политика.	2	2
	10. Понятие финансирования, его виды и цели.	1	
	11. Денежно-кредитная политика государства и ее инструменты.	1	
	Практические занятия	8	3
	1. Составление отчета о финансовых результатах юридических лиц.	4	
	2. Изучение и оформление платежных документов предприятий.	4	
Тема 1.2. Налоги и налогообложение	Содержание	56	
	1. Налоговое законодательство.	2	2
	2. Налоговый кодекс РФ.	2	
	3. Нормативные документы Министерства финансов РФ.	2	
	4. Налоги и их функции.	2	2
	5. Классификация налогов. Сущность налогов, роль налогов в формировании финансов государства. Основные и вспомогательные функции налогов.	2	
	6. Федеральные, региональные и местные налоги.	2	
	7. Организация налоговой службы. Федеральные, региональные и местные налоговые службы.	2	2

	8. Методика расчетов основных видов налогов. Методики расчета налога на доходы физических лиц, страховых взносов, транспортного налога, налога на добавленную стоимость, налога на имущество организаций, земельного налога, налога на прибыль организаций.	4	2
	9. Специальные налоговые режимы, упрощенная система налогообложения, методика расчета взносов во внебюджетные фонды.	4	
	Практические занятия	34	3
	1. Расчет налога на доходы физических лиц.	2	
	2. Расчет страховых взносов.	2	
	3. Расчет транспортного налога.	4	
	5. Расчёт суммы налога на имущество физических лиц	4	
	6. Расчет налоговой базы и суммы налоговых вычетов по НДС	4	
	7. Определение базы для расчета страховых взносов и расчет суммы страховых взносов	2	
	8. Составление решения о привлечении налогоплательщика к ответственности и требования об уплате налоговых санкций	2	
	9. Расчет налоговой базы и суммы налоговых вычетов по НДС	2	
	10. Определение базы для расчета страховых взносов и расчет суммы страховых взносов	4	
	11. Составление решения о привлечении налогоплательщика к ответственности и требования об уплате налоговых санкций	4	
	12. Расчет налога на имущество.	2	
	13. Расчет налога на прибыль организаций.	2	
МДК 02.02. Анализ финансово-хозяйственной деятельности		60	
Тема 2.1. Методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности	Содержание	12	
	1. Цели, задачи, методы, приемы и виды анализа финансово-хозяйственной деятельности.	2	1
	2. Метод экономического анализа, его теоретические основы. Классификация видов экономического анализа в зависимости от следующих признаков: функций управления, содержания процесса управления, характера объектов управления, субъектов, периодичности, содержания и полноты изучаемых процессов, методов, изучения объектов, способов механизации - вычислительных работ.	2	2
	3. Приемы и способы экономического анализа на различных этапах исследования при первичной обработке информации и изучении состояния и закономерностей развития исследуемых объектов.	2	2
	4. Приемы и способы экономического анализа на различных этапах исследования при проведении факторного анализа и выявлении резервов роста эффективности деятельности. Виды экономического анализа	2	2
	Практические занятия	4	3
	1. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации с использованием различных методов факторного анализа.		
Тема 2.2. Информационное обеспечение, организация аналитической работы.	Содержание	8	
	1. Информационное обеспечение анализа. Основные источники информации для проведения экономического анализа.	2	2

	2.Организация аналитической работы на предприятии. Методика аналитической работы. План и этапы аналитической работы: установление цели и объема экономического анализа, составление программы анализа, подбор и подготовка данных к анализу, проверка достоверности источников информации, приведение данных в сопоставимый вид.	2	2
	3.Группировка данных и составление графиков, диаграмм, аналитических таблиц.	2	2
	4. Обобщение и оформление результатов анализа, составление пояснительных записок, принятие решений. Контроль за выполнением предложений по результатам анализа	2	2
	Практические занятия	-	
Тема 2.3. Анализ деятельности оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности.	Содержание	38	
	1. Значение, задачи и информационное обеспечение анализа оптового и розничного товарооборота. Анализ выполнения плана и динамики оптового и розничного товарооборота. Анализ рациональности товародвижения.	2	3
	2.Методика и последовательность проведения анализа издержек обращения: анализ по общему объему и по отдельным статьям. Анализ факторов, влияющих на уровень издержек, выявление резервов экономии издержек.	2	3
	3.Методика и последовательность проведения анализа валового дохода: анализ по общему объему и по составу, анализ факторов, влияющих на сумму и уровень валового дохода: выявление резервов роста валового дохода.	2	3
	4.Расчет показателей прибыли и рентабельности. Анализ и оценка динамики, уровня и структуры прибыли.	2	3
	5.Задачи, основные направления и информационное обеспечение анализа финансового состояния предприятия. Финансовая отчетность как основной источник информации для оценки финансового состояния. Анализ имущественного состояния предприятия.	2	3
	6.Факторный анализ валового дохода, прибыли и рентабельности в розничной торговле. Оценка платежеспособности предприятия. Оценка финансовой устойчивости. Расчет системы коэффициентов финансовой устойчивости.	2	3
	Практические занятия	26	2, 3
	1. Анализ динамики товарооборота, изменений структуры ассортимента.	2	
	2.Анализ издержек обращения.	2	
	3.Анализ валового дохода, прибыли и рентабельности в розничной торговле.	2	
	4. Теоретические основы экономического анализа	2	
	5. Анализ технико-организационного уровня производства	2	
	6. Анализ выполнения производственной программы	2	
	7. Анализ использования персонала предприятия	2	
	8. Анализ использования основных средств	2	
	9. Анализ наличия и использования материальных ресурсов	2	
	10. Анализ затрат на производство продукции	2	
	12. Анализ финансовых результатов	2	
	13. Анализ финансового состояния предприятия	2	
	13. Оценка деловой активности организации	2	
Контрольная работа №1		2	2

Самостоятельная работа при изучении раздела1 Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной экономической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите. Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: 1.Выполнение расчётной работы: Использование методов экономического факторного анализа на практике: индексный метод, метод цепных подстановок. 2. Изучение основных форм финансовой отчетности (отчета о финансовых результатах, бухгалтерского баланса предприятия) 3. Анализ использования персонала предприятия. Выявление резервов повышения производительности труда и рационального использования средств на оплату труда. 4. Поиск резервов увеличения прибыли и рентабельности на предприятиях. 5. Самостоятельное изучение: Процедуры и экономические последствия несостоятельности хозяйствующего субъекта. Диагностика банкротства. 6. Изучение типовых форм налоговых деклараций по основным видам налогов.		72	3
Раздел 2. Организация и проведение маркетинговой деятельности		204	
МДК 02.03. Маркетинг		204	
Тема 3.1.Теоретические основы маркетинга	Содержание	50	
	1. Предмет маркетинга и связь его с другими дисциплинами. Цели и задачи маркетинга. Маркетинг отношений.	4	2
	2. Маркетинг – концепция современной рыночной экономики. История и основные этапы развития маркетинга. Необходимость возникновения и совершенствования маркетинга в современных условиях. Основные концепции развития рыночных отношений, их отличительные потребности. Маркетинг как одна из концепций, его сущность. Понятие социально-этического маркетинга.	4	2
	3.Объекты и субъекты маркетинговой деятельности. Объекты маркетинга: нужда, потребность, спрос. Классификация потребностей. Субъекты маркетинга: юридические и физические лица, осуществляющие маркетинговую деятельность. Службы и отделы маркетинга в организациях, специализированные маркетинговые организации. Нормативные документы, регламентирующие деятельность этих служб. Международные и национальные организации по маркетингу.	4	
	4.Окружающая среда маркетинга: понятие, виды. Факторы, формирующие окружающую среду. Микросреда и контролируемые факторы. Разновидности макросреды. Конъюнктура рынка.	4	
	5.Контроль и регулирование спроса. Виды спроса, их краткая характеристика. Маркетинговые мероприятия при разных видах спроса. Типы маркетинга в зависимости от вида спроса: конверсионный, стимулирующий, развивающий, ремаркетинг, анхромаркетинг, поддерживающий, противодействующий.	4	
	6. Определение целевой аудитории для различных видов продуктов	4	
	7. Анализ окружающей среды торговой организации на примере	4	
	8. Оценка конкурентоспособности организации и установление ее конкурентных преимуществ на примере	4	
	9. Методы воздействия на уровень спроса на конкретном примере	4	
	Практические занятия	14	2
	1.Установление основных видов потребностей, товаров и услуг их удовлетворяющих. Решение	4	

Тема 3.2. Маркетинговая деятельность фирмы.	проблемных ситуаций.		
	2. Анализ окружающей среды предприятия сферы услуг на конкретном примере.	6	
	3. Методы воздействия на уровень спроса на конкретном примере.	4	
	Содержание	86	
	1. Маркетинговая информация и маркетинговые исследования. Маркетинговая информация: назначение, источники (внутренние и внешние), принципы их отбора. Классификация маркетинговой информации. Маркетинговые исследования: понятие, цели и задачи, объекты. Особенности маркетинговых исследований. Виды исследований, особенности. Схема исследований. Коррекция и оптимизация результатов.	4	2
	2. Основные приемы маркетинга. Сегментирование рынка. Оценка и выбор целевых рынков. Маркетинговые стратегии для сегментов рынков. Позиционирование - выбор и реализация стратегии.	4	2
	3. Анализ конкурентной среды и создание конкурентных принципов. Основные понятия: конкуренция, конкурентная среда, конкурентоспособность организации и товаров. Анализ слабых и сильных сторон конкурентов. Создание собственных конкурентных преимуществ. Выбор политики конкурентных ходов.	4	2
	4.Маркетинговые коммуникации. Основные решения при создании рекламы. Рекламная стратегия. Выбор средств распространения рекламы. Оценка рекламы. Бюджет рекламы. Организация рекламной компании. Связи с общественностью.	4	2
	5.Ценовая политика. 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.	4	2
	6. Сбытовая политика. Основные понятия: сбыт, распределение, реализация товаров, сбытовая политика - ее цели и задачи. Средства сбыта: каналы распространения, распределения, их виды, уровни. Критерии выбора каналов сбыта. Торговые посредники, факторы, влияющие на выбор посреднико. Анализ и оценка эффективности сбытовой политики.	4	2
	7. Продвижение товара. Маркетинговые коммуникации. Виды, цели продвижения. Личные продажи, мерчендайзинг, паблик рилейшнз, стимулирование сбыта, ФОССТИС.	4	
	8. Реклама в системе маркетинга. Роль рекламы, ее основные характеристики. Функции, виды, средства рекламы. Рекламная кампания. Оценка эффективности рекламы	4	
	Практические занятия	54	2, 3
	1.Анализ маркетинговой информации. Решение ситуационных задач.	6	
	2.Анализ целевого рынка. Решение ситуационных задач	6	
	3.Сегментирование рынка определенного товара на основе географического и демографического принципа.	6	
	4. Сегментирование на основе психологического и поведенческого принципа.	6	
	5.Оценка сильных и слабых сторон конкурентов - на примере конкретной ситуации.	6	
	6.Формирование конкурентной стратегии - на примере конкретной ситуации.	6	
	7.Организация рекламной компании: выбор средств, составление рекламных текстов, оценка эффективности.	6	

	8.Анализ ценовой политики организации.	6	
	9.Выбор средств стимулирования объекта – для конкретного товара, услуги.	6	
Самостоятельная работа при изучении раздела 2 Систематическая проработка конспектов занятий, учебной и специальной экономической литературы (по вопросам к параграфам, главам учебных пособий, составленным преподавателем). Подготовка к практическим работам с использованием методических рекомендаций преподавателя, оформление практических работ, отчетов и подготовка к их защите. Примерная тематика внеаудиторной самостоятельной работы: Рефераты: «Проблемы текущего столетия. Необходимость повышения уровня моральной и социальной ответственности»; «Маркетинговые стратегии рынков»; «Выбор конкурентов, которых следует атаковать и которых следует избегать»; «Международное рекламное законодательство»; «Установление цен по географическому признаку на примере России».		68	3
Учебная практика Виды работ: 1. Основные понятия автоматизированной обработки информации. 2. Ввод сведений об организации, ее сотрудниках, заполнение справочников, администрирование. Внесение в программу основных контрагентов (поставщики, покупатели), заполнение номенклатуры групп товаров, установка цен, формирование прайс-листов, ценников. 3. Оформление заказов покупателей. Реализация товара. Контроль движения товара со склада . Оформление заказов поставщикам. Принятие и оприходование товара на склад. 4. Реализация продукции за наличный и безналичный расчет. 5. Финансовые операции и отчёты. Управление маркетингом 6. Дифференцированный зачёт		36	
Производственная практика Виды работ: 1. оформление финансовых документов и отчетности; 2. расчет основных налогов 3. анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации 4. выявление потребностей (спроса) на товары 5. реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка 6. участие в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций		36	
Всего		492	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие учебных кабинетов «Финансы, налоги и налогообложение», «Маркетинг», лаборатории «Информационные технологии в профессиональной деятельности».

Оборудование учебных кабинетов и рабочих мест кабинетов:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методической документации;
- наглядные пособия (комплект плакатов по финансам, налогообложению и маркетингу).

Оборудование лаборатории «Информационные технологии в профессиональной деятельности»:

- персональные компьютеры по количеству обучающихся;

4.2. Информационное обеспечение обучения

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Основные источники:

1. Поздняков, В.Я. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий: Учебник / Под ред. В.Я. Позднякова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 617 с.

2. Романовский, М.В. Финансы: Учеб. для вузов / Под ред. М.В. Романовского, О.В. Врублевой.-2-е изд., перераб. и доп.-М.:Юрайт, 2010.-462 с.

3. Рыманов, А.Ю. Налоги и налогообложение: Учебное пособие / А.Ю. Рыманов. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 510 с.

4. Синяева, И.М. Маркетинг торговли: Учеб. для вузов И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев. - М.: Дашков и К, 2010.-752 с.

5. Синяева, И.М. Управление маркетингом: Учеб. пособие / Под ред. проф. И.М. Синяевой.- 2-е изд., перераб. и доп - М.: Вузовский учебник, 2014.-416 с.

Дополнительные источники:

1. Басовский, Л.Е.Экономический анализ: (Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности): Учеб. пособие для вузов / Л.Е. Басовский, А.М. Лунева, А.Л. Басовский.-М.: Инфра-М, 2010.-222 с.

2. Барулин, С.В. Финансы: Учеб. для вузов /С.В. Барулин.- М.: Кнорус, 2010.- 640 с.

3. Баяндурян, Г.Л. Федеральные налоги и сборы: Учебное пособие / Г.Л. Баяндурян, А.А. Полиди, М.Л. Осадчук; Под общ. ред. проф. Г.Л. Баяндурян. - М.: Магистр: НИЦ Инфра-М, 2012. - 240 с.

4. Губина, О.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Практикум: учеб. пособие / О.В. Губина. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 192 с.

5. Кособокова, Е.В. Финансы: Учебное пособие по курсу «Финансы» / Авт.-сост. Е.В. Кособокова, Н.Н. Бескоровайная, Е.А. Родионова, Е.Н. Кравченко, С.А. Бондарева.-Волгоград: ВФ РГТЭУ, 2013.-50 с.

6. Морозов, Ю.В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: Учеб. / Под ред. Ю.В. Морозова.-8-е изд., перераб. и доп М.: Дашков и К, 2012.-448 с.

7. Погорелова, М.Я. Налоги и налогообложение: Теория и практика Учебное пособие / М.Я. Погорелова. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ Инфра-М, 2013. - 208 с.

8. Синяева, И.М.Маркетинг коммерции: Практикум: Учеб. пособие для вузов./ Под ред. И.М. Синяевой. - М.: Вузов. учебник: Инфра-М,2013.-184 с.

Интернет-ресурсы:

1. www.gks.ru – официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ
2. www.minfin.ru – официальный сайт Министерства финансов РФ
3. www.nalog.ru – официальный сайт Федеральной налоговой службы РФ
4. www.garant.ru - Справочно-правовая система (СПС) «Гарант»
5. www.consultant.ru - Справочно-правовая система (СПС) «Консультант Плюс

Отечественные журналы:

- «Бюджет»
- «Вопросы экономики»
- «Маркетинг»
- «Маркетинг в России и за рубежом»
- «Российская торговля»
- «Современная торговля»
- «Справочник экономиста»
- «Экономика и учет труда»
- «Экономико-правовой бюллетень»
- «Экономический анализ: теория и практика»
- «Экономическое обозрение»

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

При освоении программы профессионального модуля «Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью» занятия МДК, учебной и

производственной практик могут проводиться рассредоточено или концентрировано.

Промежуточные консультации преподавателя – не большими группами – 10-12 обучающихся. Консультация предэкзаменационная – общая.

4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, обеспечивающих обучение по междисциплинарному курсу (курсам): наличие высшего профессионального образования, соответствующего профилю модуля «Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью».

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой

Руководители практики: представитель педагогического коллектива образовательного учреждения, обеспечивающий обучение по междисциплинарному курсу (курсам) профессионального модуля «Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью»

Педагогический состав: дипломированные специалисты – преподаватели междисциплинарных курсов и общепрофессиональных дисциплин: «Финансы, налоги и налогообложение», «Анализ финансово-хозяйственной деятельности», «Маркетинг», «Бухгалтерский учет».

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), участвовать в их инвентаризации	– Обоснованность выбора данных бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности; – Соблюдение последовательности действий при проведении учета товаров; – Соответствие оформления документации по учету товаров установленным требованиям (стандартам); – Соблюдение последовательности действий при проведении инвентаризации; – Соответствие оформления результатов инвентаризации установленным требованиям (стандартам)	<i>Текущий контроль в форме:</i> - защиты практических работ; - контрольных работ по темам МДК. <i>Дифференцированные зачеты по МДК, учебной и производственной практикам</i>
Оформлять, проверять	– Соответствие оформления	

правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем	организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов установленным требованиям (стандартам); – Правильность составления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов; – Организация хранения организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов в соответствии с установленными требованиями (стандартами); – Грамотность и скорость составления и оформления организационно-распорядительных и товаросопроводительных документов при работе с автоматизированными системами	<i>Квалификационный экзамен по профессиональному модулю.</i>
Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов	– Обоснованность выбора экономических методов в конкретных практических ситуациях; – Правильность расчета микроэкономических показателей; – Полнота анализа микроэкономических показателей; – Полнота анализа рынков ресурсов	
Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату	– Правильность расчета основных экономических показателей коммерческой организации; – Правильность расчета цены продукции; – Правильность расчета заработной платы сотрудников и ФОТ предприятия	
Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации. Формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	– Правильность определения потребности; – Правильность выявления типа маркетинга в соответствии с потребностями потребителя; – Аргументированность формирования спроса; – Аргументированность выбора методов стимулирования сбыта	
Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	– Логичность обоснования целесообразности использования маркетинговых коммуникаций; – Правильность применения маркетинговых коммуникаций	
		<i>Текущий контроль в форме: - защиты практических работ; - контрольных работ по темам МДК.</i>
		<i>Дифференцированные зачеты по МДК, учебной и</i>

Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	– Правильность соблюдения последовательности проведения маркетинговых исследований; – Обоснованности принятия маркетинговых решений	<i>производственной практикам</i> <i>Квалификационный экзамен по профессиональному модулю.</i>
Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей. Оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации	– Обоснованность принятия решений при реализации сбытовой политики; – Правильность оценки конкурентоспособности товаров; – Правильность оценки конкурентных преимуществ организации	
Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты	– Обоснованность выбора методов и приемов анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности; – Соблюдение последовательности действий при осуществлении денежных расчетов с покупателями; – Правильность составления финансовой документации и отчетности в соответствии требованиями (стандартами)	

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

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес	– демонстрация интереса к будущей профессии; – активность, инициативность в процессе освоения профессиональной деятельности; – наличие высоких результатов при освоении профессионального модуля; – наличие положительных отзывов по итогам учебной и производственной практик	<i>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы</i>
Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных	– выбор и применение методов и способов решения профессиональных задач в области организации и проведения экономической и маркетинговой деятельности; – оценка эффективности и качества	

задач, оценивать их эффективность и качество	выполнения профессиональных задач	
Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность	- решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в области организации и проведения экономической и маркетинговой деятельности	
Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	– эффективный поиск необходимой информации; – использование различных источников, включая электронные	
Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.	- работа с бухгалтерской программой: 1С-Бухгалтерия - работа с Справочно-правовыми системами (СПС) «Консультант Плюс» и «Гарант»; - работа с Интернет-ресурсами	
Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	– взаимодействие с обучающимися, преподавателями в ходе обучения и прохождения практики	
Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), за результат выполнения заданий	– самоанализ и коррекция результатов собственной работы	
Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	– организация самостоятельных занятий при изучении профессионального модуля; - ориентация на обучение в течение всей жизни	
Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь	– использование в речи специальных терминов в соответствии со спецификой получаемой профессии; – отсутствие недостатков в развитии речи	

Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий	– соблюдение норм действующего законодательства; – учет в профессиональной деятельности обязательных требований нормативных документов, стандартов, технических условий	
---	--	--